Cap Access
Association loi 1901, Orléans

Fiche de la bibliothèque

Rendre sa communication accessible et inclusive : les repères essentiels

Fiche mise à jour le	2 novembre 2026
PDF généré le	2 novembre 2026
Diffusion	Fiche en accès libre

À quoi sert cette fiche

Vérifier qu'une communication (affiche, programme, publication, vidéo, site, courriel) peut être reçue et comprise par toutes et tous, et que chaque personne peut s'y reconnaître.

- **Accessible** : chaque personne peut lire, voir, entendre et comprendre le message, avec ou sans aide technique.
- **Inclusive** : chaque personne s'y sent concernée, sans stéréotype ni mise à l'écart.

Proposer plusieurs formats

Une seule version ne convient jamais à tout le monde. Selon le public et l'importance de l'information :

- une version imprimée et une version numérique lisible par un lecteur d'écran ;
- une version en gros caractères ;
- une version en langage clair, et en Facile à lire et à comprendre (FALC) pour les informations essentielles ;
- une version audio ou une vidéo en langue des signes française (LSF) quand le public en a besoin.

Les textes

Écrire court et clair : l'essentiel d'abord, des mots courants, une idée par phrase. Voir la fiche « Écrire un texte facile à lire : les repères essentiels ».

Les images et les photos

- Montrer des personnes en situation de handicap **comme des participantes et participants**, pas comme des sujets de pitié ni comme des héroïnes et héros.
- Montrer la diversité des situations, y compris les handicaps qui ne se voient pas.
- Vérifier les droits à l'image et les autorisations avant toute publication.
- Ne jamais mettre une information importante seulement dans une image : la date, le lieu et le contact sont aussi écrits en texte.
- En ligne, donner à chaque image utile un texte alternatif qui dit ce qu'elle apporte.

Les vidéos

- Des sous-titres fidèles, synchronisés et lisibles.
- Une transcription écrite pour les contenus importants.
- Une description sonore des informations qui passent seulement par l'image (audiodescription), si elles sont utiles.
- Une interprétation en LSF quand le public visé en a besoin.

Les réseaux sociaux

- Remplir le champ de texte alternatif des images.
- Écrire chaque mot d'un mot-dièse avec une majuscule (#CapAccess) : il se lit mieux, à l'écran comme avec une synthèse vocale.
- Limiter les émojis et ne pas les mettre au milieu des phrases : une synthèse vocale lit leur nom.
- Ne pas écrire de texte avec des caractères décoratifs, illisibles par une synthèse vocale.
- Écrire des liens qui disent où ils mènent.

Les documents à télécharger

- Un document structuré : vrais titres, listes, tableaux simples, textes alternatifs.

- Un PDF balisé, ou une version en page web.
- Ne jamais publier un document scanné sans version texte.

Les mots pour parler des personnes

- Dire « personne en situation de handicap », « personne sourde », « personne aveugle », « personne qui utilise un fauteuil roulant ».
- Éviter les expressions qui enferment : « souffrir de », « cloué dans un fauteuil », « les handicapés ».
- Préférer les formulations qui incluent toutes et tous : « l'équipe », « le public », « les personnes bénévoles ». Cap Access n'utilise pas le point médian, qui peut gêner la lecture, notamment avec une synthèse vocale.

Annoncer l'accessibilité

- Dire ce qui existe, ce qui n'existe pas, et à qui s'adresser.
- Accompagner chaque pictogramme d'un texte.
- Donner un contact par courriel **et** par téléphone.

Check-list avant diffusion

- Le message essentiel est écrit en texte, pas seulement dans une image.
- Le contraste est suffisant et aucune information ne passe seulement par la couleur.
- Les images ont un texte alternatif.
- Les vidéos sont sous-titrées.
- Les mots respectent les personnes.
- L'accessibilité de l'événement ou du service est annoncée, avec un contact.

Textes de référence

- Charte d'accessibilité de la communication de l'État, septembre 2022 (services du Premier ministre).
- Pour les sites et services en ligne : référentiel général d'amélioration de l'accessibilité (RGAA), version 4.1.2 en vigueur au 29 octobre 2026.

Cap Access, 6, rue Saint-Étienne, 45000 Orléans
06 72 27 57 85, contact@capaccess.fr, www.capaccess.fr

Dans la bibliothèque

- Concevoir une affiche ou un flyer lisible, sur papier comme en ligne (fiche réservée)
- Choisir et décrire des photos qui représentent les personnes en situation de handicap avec respect (fiche réservée)
- Annoncer les services d'accessibilité avec des pictogrammes : usages, limites et conditions (fiche réservée)
- Programme d'un événement : proposer une version imprimée, numérique, en gros caractères et en langage clair (fiche réservée)
- Check-list : relire une communication avant de la diffuser (texte, image, vidéo, lien) (fiche réservée aux structures accompagnées)
- Rendre la communication interne d'une entreprise inclusive (fiche réservée)

Pour aller plus loin

Cap Access peut relire vos supports, conseiller vos équipes de communication et vous aider à annoncer l'accessibilité de vos événements. Contact : contact@capaccess.fr ou 06 72 27 57 85.

Version et droits

Version en ligne : https://capaccess.fr/ressources/rendre-sa-communication-accessible-et-inclusive-les-reperes-essentiels/. La version en ligne fait foi.

Contact : Cap Access, 6, rue Saint-Étienne, 45000 Orléans, 06 72 27 57 85, contact@capaccess.fr, www.capaccess.fr

© Cap Access 2026. Diffusion libre, sans modification, en citant Cap Access et la date.