



# Spécifier des designs accessibles



Orange / INNOVATION / IT-S  
Centre de compétences accessibilité numérique  
[ZZZ accessibility support](#)

🕒 1h30

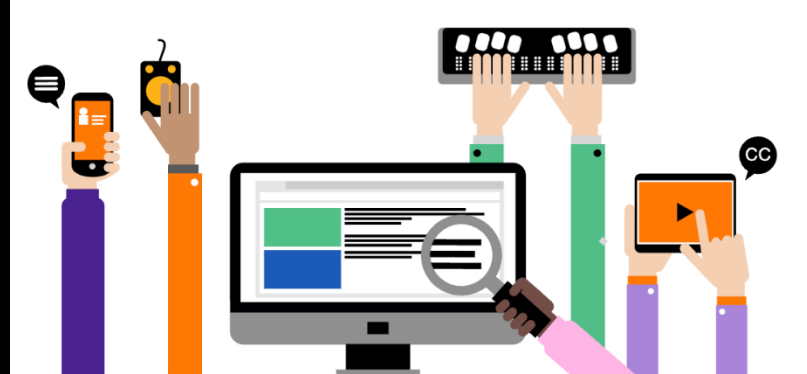


## A la fin de cette formation, vous...

- ✓ Comprendrez qu'il est important de créer des solutions numériques accessibles
- ✓ Pourrez utiliser les principaux types d'annotations d'accessibilité
- ✓ Serez autonomes dans la mise en place des **annotations d'accessibilité dans vos maquettes**
- ✓ Repartirez avec des **contacts** et des **liens utiles** pour en savoir plus



# Les annotations pour spécifier l'accessibilité de vos designs



# Mettre des annotations d'accessibilité

## C'est en fait « juste » spécifier l'accessibilité...

... au même titre que l'on spécifie les éléments de design et de comportements interactifs.

Les annotations permettent de :

- **Anticiper** la mise en place de **l'accessibilité** (le plus tôt étant le mieux)
- Fournir un moyen de **communiquer** clairement les **décisions aux développeurs et aux testeurs** en mettant en place un langage commun (icônes, termes...)
- **Spécifier** comment les différents composants présents sur un écran doivent être interprétés par les **aides techniques**
- Engager une **réflexion transverse sur l'accessibilité** (designer, responsable produit, expert en accessibilité, développeur...)



*Mais c'est un travail d'équipe,  
il faut, encore et toujours, se parler même si on annote !*



# Les principales annotations à rajouter

- Les alternatives textuelles pour les images
- Le titre de page
- La hiérarchie des titres de la page (balises h1, h2...)
- La sémantique (listes, paragraphes, citations...)
- La liste des différentes régions de la page (landmarks)
- L'ordre de vocalisation des éléments
- L'ordre de déplacement du focus et sa visibilité
- Le nom accessible
- etc.



# Se faciliter la vie avec des outils



# Annoter avec des textes, commentaires

- Rajouter du texte à part de la maquette

ou

- Insérer des commentaires directement dans la maquette

Exemple :  
Annotation avec puces de renvoi

Payment Details Pinned Tray

01 Close Payment Details Button  
- On click, collapses the tray.  
- (AR) For screen reader users, the screen reader should say something like "[Button] close payment details".  
- (AR) Make the chevron, the circle surrounding the chevron, and the text "close payment details" as one clickable item.

02 See prices with sales tax  
03 See prices with delivery and destination fees  
04 Please select a Province  
05 Available Rebates  
06 \$100 Hyundai Military Rebate  
07 \$100 Hyundai Loyalty Rebate  
08 \$100 Hyundai Graduate Rebate  
09 \$14,000 Ontario Electric Vehicle Incentive Program  
10 Total

NOTE: (AR) = Accessibility Requirement

09 Sales Tax Optional Checkbox  
- This is an optional checkbox.  
- On selection, a line item is added to each of the 3 cards (cash, finance, lease) that states the sales tax.

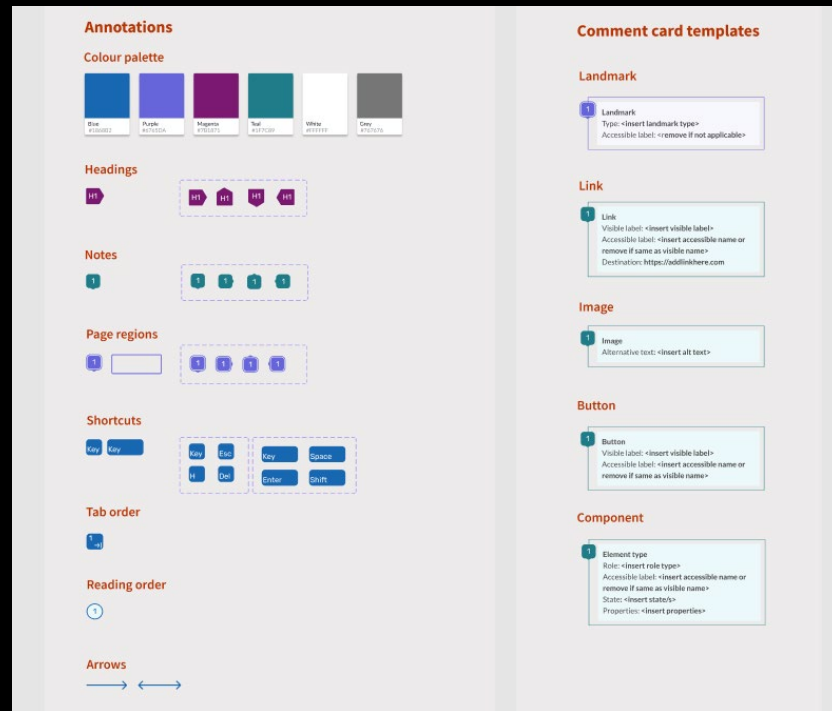
09 Delivery and Destination Optional Checkbox  
- This is an optional checkbox.  
- On selection, a line item is added to each of the 3 cards (cash, finance, lease) that states the fee.

04 Dropdown  
- This dropdown displays the user's selection. The user would have selected the province prior to opening the drawer for the first time.  
- (AR) Please follow accessibility best practices for dropdowns.

06 Heading  
(AR) This is a heading level 3 (assuming this drawer is made a landmark when in its collapsed state and as such it has a hidden heading level 2 as stated in the

# Annoter avec des toolkits graphiques

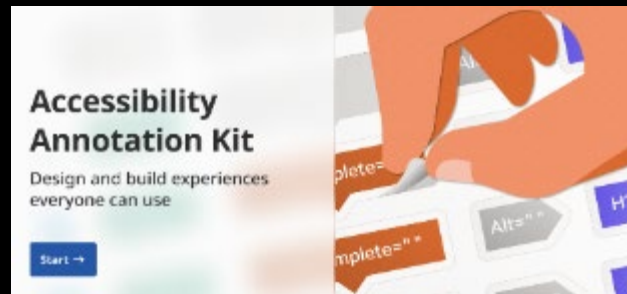
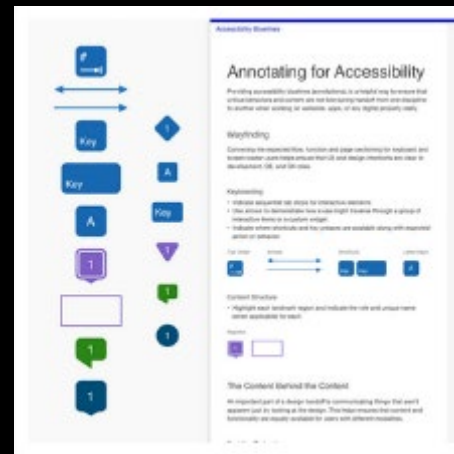
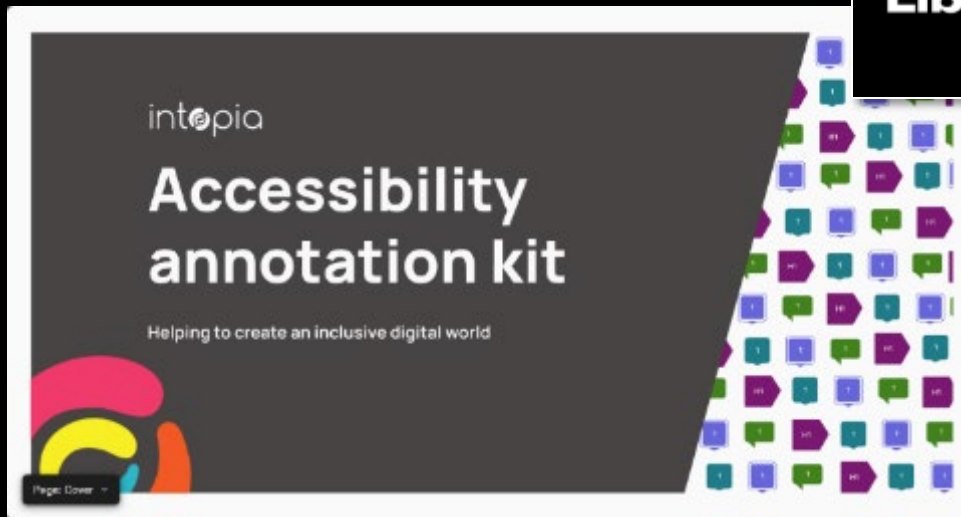
- Insérer des icônes prêtes à l'emploi, utilisables directement dans tous les contextes.
- Quelques toolkits :
  - Deque
  - Jeremy Elder





# Annoter avec des plugins, extensions, fonctionnalités

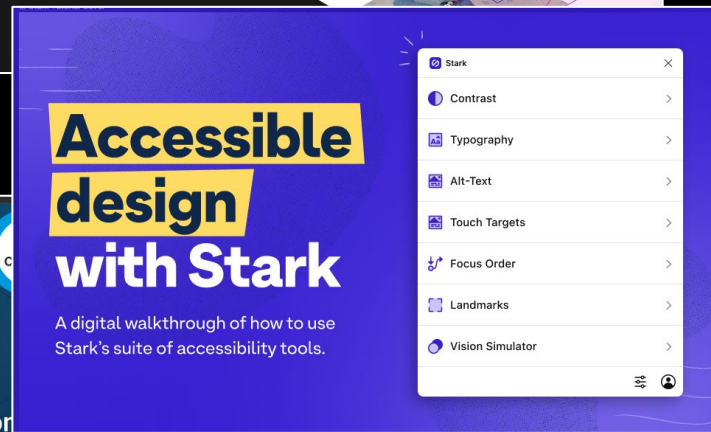
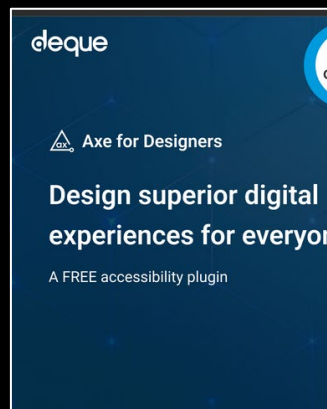
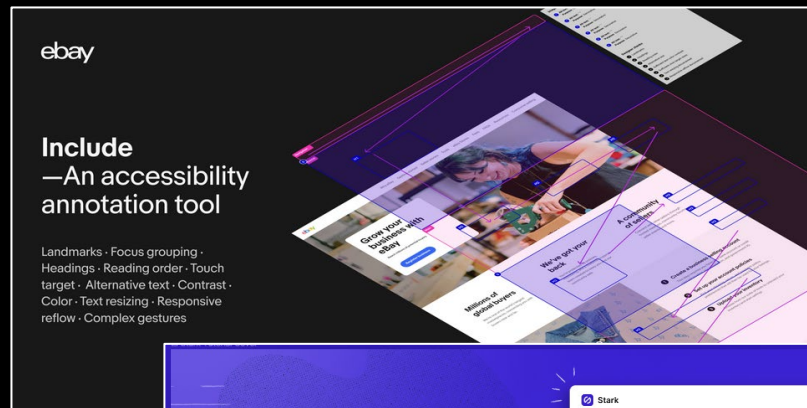
- Utiliser des kits d'accessibilité (annotations, contraste...) spécifiques pour Zeplin, Figma, Sketch, Illustrator...



# Annoter avec des plugins qui ont tout dedans !

- Utiliser des plugins qui sont à la fois des **outils d'annotation** et de **tests automatiques** d'accessibilité
- Quelques plugins tout en un :
  - **Include** par eBay
  - **AXE for Designers** par Deque
  - **Accessible design with Stark** pour Figma

*Tout cela évolue très vite,  
mais ce sont de supers outils  
qui vous facilitent la vie !*





# Principales recommandations et exercices d'annotations



# 1. Contrastes et couleurs

## Texte sur les images

✗ Exemple non valide



✓ Exemple valide



- **Prévoir que l'image est éditorialisée, donc gros risque de mauvais contraste.**
- Exemples de questions à se poser :
  - Y a-t-il un fond sous le bloc de texte ?
  - Est-ce qu'il y a des boutons transparents ?
  - Responsive Web Design pris en compte ?

# 1. Contrastes et couleurs

## Ne pas utiliser la couleur ou toute information sensorielle

- La couleur peut ne pas être perçue par un utilisateur.

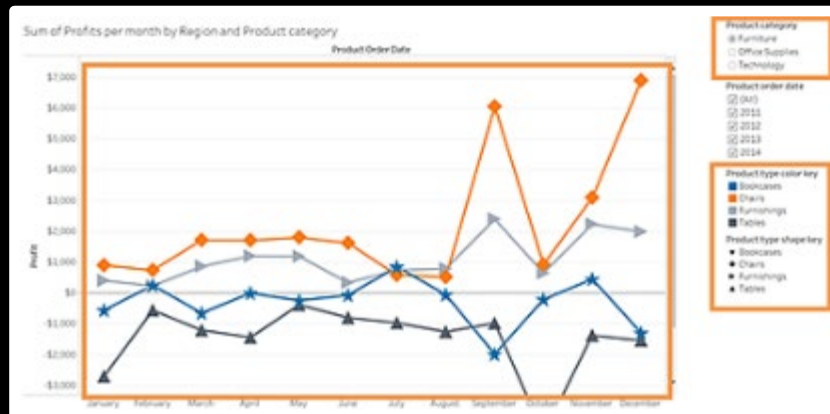
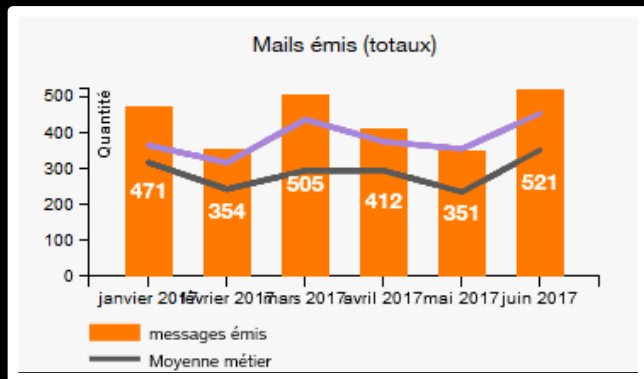
Aussi, toute information transmise par une couleur doit également être véhiculée par un texte explicite ou une information visuellement explicite (exemple : icônes de formes différentes).



Exemple valide



Exemple non valide



Les courbes sont identifiables, indépendamment de la couleur, par des formes différentes.



## 2. Formulaires

### Rapprocher les étiquettes des champs de formulaires

- Le positionnement du libellé doit permettre de l'associer sans hésitation à son champ.



Exemple non valide

Nom	<input type="text"/>
Prénom	<input type="text"/>
Second prénom	<input type="text"/>



Exemple valide

Nom	<input type="text"/>
Prénom	<input type="text"/>
Second prénom	<input type="text"/>

## 2. Formulaire

### Libellés des champs et boutons accessibles

- Un libellé permet de comprendre le rôle du champ, le type et le format de données attendus.
- Les libellés de champs et de boutons doivent être pertinents et compréhensibles par tous.





Exemple non valide

☐ Je demande le paiement par versement unique

☐ Je demande le paiement par versements fractionnés  (3 maximum) :

date et montant des rachats fractionnés souhaités :

date :   montant de la fraction :  euros

date :   montant de la fraction :  euros





Exemple valide

☐ Je demande le paiement par versement unique

☐ Je demande le paiement par versements fractionnés  (3 maximum) :

date et montant des rachats fractionnés souhaités :

date du premier achat (jj-mm-aa) :   montant de la fraction 1 :  euros

date du second rachat (jj-mm-aa) :   montant de la fraction 2 :  euros



## 2. Formulaires

### Champs obligatoires

- Les champs obligatoires doivent être signalés à l'utilisateur par :
  - Une **légende** avant le premier champs
  - ET**
  - Un **indice visuel**, par exemple un astérisque



Exemple non valide

Les champs en rouge  
sont obligatoires

Nom

Prénom

Second prénom



Exemple valide

Les champs avec une étoile  
sont obligatoires

Nom \*

Prénom \*

Second prénom





## 2. Formulaires

### Champs en erreur

- Les **messages d'erreurs** doivent être **explicites**.
- Indiquer **quelle erreur a été commise** et, si possible, un **moyen de la corriger** ou un **exemple valide**.



#### Exemple non valide

Veuillez corriger les champs en rouge

Nom

Prénom

Second prénom



#### Exemple valide

Veuillez corriger les champs en erreur

Nom \*

Veuillez indiquer votre nom

Prénom \*

Veuillez indiquer votre prénom

Second prénom

#### À vérifier :

L'erreur doit être précisément décrite et contextualisée.



## 2. Formulaire Exercice

### ■ Se focaliser sur :

- La pertinence des étiquettes, formats...
- Les champs obligatoires à déclarer
- La gestion des erreurs :
  - champs obligatoires
  - code postal : 5 chiffres
  - téléphone : 10 chiffres
- Le type et la pertinence des messages d'erreur

### VOS INFORMATIONS

Rue

Code postal

Ville

Téléphone

Justificatifs (tarif réduit)

Justificatif (tarif réduit)

Parcourir...

Aucun fichier sélectionné.

J'accepte de recevoir la newsletter flupa

☐ Oui

☐ Non

Taille de votre société \*

☐ Grande entreprise (+250 salariés)

☐ Petite et moyenne entreprise (moins de 250 salariés)

☐ Indépendant

☐ Etudiant ou enseignant

## 2. Formulaires

### Correction

- 1 **Rajout de la mention obligatoire avant le formulaire.**
- 2 **Mettre le texte « J'accepte... » sous forme de légende** (fieldset/legend) pour s'assurer que les étiquettes oui/non sont compréhensibles pour une AT ou mieux mettre une case à cocher unique.
- 3 **Règles de gestion des champs obligatoires :**  
Après validation, les champs obligatoires doivent afficher une erreur de type : « Le champ XXX est obligatoire »
- 4 **Préciser le format dans l'étiquette et règles de gestion**  
Au-delà ou en-deçà de 5 chiffres, afficher l'erreur :  
« Le code postal se compose de 5 chiffres »  
Autres caractères qu'un chiffre : « Le code postal ne doit contenir que des chiffres, ex. 75001 »
- 5 **Préciser le format dans l'étiquette et règles de gestion**  
Au-delà ou en-deçà de 10 chiffres afficher l'erreur :  
« Le téléphone doit contenir 10 chiffres »  
Autres caractères qu'un chiffre : « Le téléphone ne doit contenir que des chiffres, ex. 0122334455 »

#### VOS INFORMATIONS

Les champs avec un \* sont obligatoires

Rue

Code postal (11111)

Ville

Téléphone (0111111111)

Justificatifs (tarif réduit)

Justificatif (tarif réduit)

Aucun fichier sélectionné.

J'accepte de recevoir la newsletter flupa

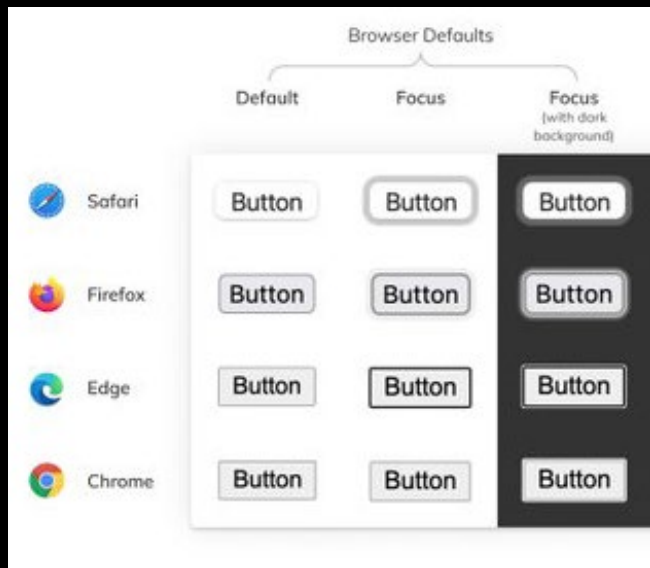
- ☐ Oui  
☐ Non

Taille de votre société \*

- ☐ Grande entreprise (+250 salariés)  
☐ Petite et moyenne entreprise (moins de 250 salariés)  
☐ Indépendant  
☐ Etudiant ou enseignant

### 3. La visibilité du focus et son ordre de déplacement/de lecture

- Le focus (élément actif lors de la navigation clavier) doit être suffisamment visible :
  - **L'épaisseur native du focus** n'est pas suffisante pour assurer une bonne visibilité. Celle-ci doit donc être augmentée  $\geq 2px$
  - La **couleur du focus par défaut** n'assure pas toujours un contraste suffisant suivant la couleur de fond. La couleur de l'encadré doit donc être ajustée selon la couleur de fond.
  - Le focus ne doit, bien sûr, pas seulement jouer sur un changement de couleur.
- Tout ce qui peut être fait à la souris, doit pouvoir être fait qu'avec le clavier (drag-&-drop)
- La navigation clavier doit être cohérente (gauche → droite, haut → bas)
- Préciser aussi l'ordre de lecture (colonage, tableau...) s'il n'est pas classique.



### 3. La visibilité du focus et son ordre de déplacement/de lecture - Exercice

- Proposer une navigation clavier et justifier
- Imaginer l'aspect du focus pour les principaux éléments interactifs

Civilité\*☐ M ☐ MME

Nom\*

Prénom\*



Email\*

Mobile

☐ J'ai lu et j'accepte les conditions générales de vente.

☐ J'autorise Speedy à me contacter afin de faire le suivi de mon devis.\*

JE CONFIRME CES INFORMATIONS

 MON CENTRE AUTO 

Nom

SPEEDY Paris Bd de l'Hôpital

Adresse

102,Bld De L'Hopital 75013 Paris

Téléphone

0143372255

Changer de centre auto

### 3. La visibilité du focus et son ordre de déplacement/de lecture - Correction

Les champs avec marqués avec un \* sont obligatoires

1# →

Civilité\* ☐ M ☐ MME

2# → 1#

Nom\*

2#

Prénom\*

3# →

4# →

Email\*

5# →

Mobile

7# →

☐ J'ai lu et j'accepte les conditions générales de vente.

8# →

☐ J'autorise Speedy à me contacter afin de faire le suivi de mon devis.\*

9# →

**JE CONFIRME CES INFORMATIONS**

MON CENTRE AUTO

Nom SPEEDY Paris Bd de l'Hôpital

Adresse 102,Bld De L'Hopital 75013 Paris

Téléphone 0143372255

6# →

Changer de centre auto

3#

1 Visibilité du focus/champ actif

2 Visibilité focus/champ actif en erreur

3 Si besoin, spécifiez le focus sur les autres composants. Exemple de bouton au focus :

Changer de centre auto

### 3. La visibilité du focus et son ordre de déplacement/de lecture

#### Exemple de navigation clavier complexe

Votre sélection

Exposition Manet / Degas	Prix unitaire	Qté.	Prix
✦ Entrée Exposition - Plein tarif	16,00 €	1	16,00 €

Choisissez votre date de visite sur le calendrier, puis sélectionnez un horaire.  
Une date grisée est indisponible pour la prestation sélectionnée.

Pour les billets d'entrée au musée uniquement : les billets d'entrée sans réservation d'un créneau horaire sont disponibles en vente sur place.

Le musée d'Orsay est ouvert de 9h30 à 18h et jusqu'à 21h45 les jeudis.  
Fermé les lundis, le 1er mai et le 25 décembre. Gratuit le 1er dimanche de chaque mois.

Dernier accès au musée à 17h (21h le jeudi) et aux expositions à 17h15 (21h le jeudi).

The screenshot shows the ticket booking process for the 'Exposition Manet / Degas' on May 28, 2023. Orange arrows indicate the navigation path: from the month/year selector (May 2023) to the date (28th), then to the time slot (11:30), and finally to the 'Je réserve' button. The calendar shows the 28th as the selected date. The time slot grid shows 11:30 as the selected slot. The 'Je réserve' button is highlighted in blue.

Vous souhaitez ajouter des billets à votre commande ? Veuillez d'abord confirmer la réservation en cours.

Annuler Précédent Je réserve

## 4. Les alternatives textuelles pour les images

- Un **texte de remplacement** est spécifié **pour tout élément informatif non textuel**
- Le texte de remplacement est **pertinent**, au regard du rôle de l'élément :
  - Image **lien** ou **bouton** : la cible du lien ou la fonction du bouton
  - Image **porteuse d'information** : l'information convoyée par l'image
  - Image **contenant du texte** : le texte porté par l'image
  - Image **complexe** (schémas, graphes... ) : la description de l'image par un texte, soit directement dans la page, soit accessible via un lien présent à proximité de l'image
  - Image **décorative** : un texte alternatif vide
- Les **icônes, pictogrammes fonctionnels** ont un **texte de remplacement pertinent**. Si besoin, une info-bulle portant également l'information est proposée en complément.



## 4. Les alternatives textuelles pour les images - Exercice

The screenshot shows the Orange website homepage. Annotations include:

- A purple box around the Orange logo in the top navigation bar.
- A purple box around the 'Mail' icon in the top navigation bar.
- A purple box around the 'Déjà client ?' section, which includes a search bar and a 'S'identifier' button.
- A purple box around the 'Série Spéciale 120Go 5G' offer, which features a price of 24,99€/mois and a promotional image of a water bottle.
- A purple box around the 'Livebox Fibre + Forfait mobile' offer, which features a price of 39,99€/mois and an image of a Livebox device.
- A purple box around the 'Série Spéciale Livebox Fibre à 39,99€/mois' offer, which features a price of 39,99€/mois and an image of a Livebox device.
- A purple box around the 'Série Spéciale forfait mobile 120Go 5G à 24,99€/mois' offer, which features a price of 24,99€/mois and an image of a smartphone.
- A purple box around the 'Les mobiles du moment' section, which features four smartphone models: 'Bons plans', 'Petits prix', 'Premium', and 'Reconditionnés'.

- Donner à chaque image entourée, un texte de remplacement et justifier.

The screenshot shows the Orange website footer. Annotations include:

- A purple box around the Paris 2024 Olympic logo and the Orange logo.
- A purple box around the 'Retrouvez-nous sur' section, which includes social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube.
- A purple box around the 'Espace client' section, which includes links to 'Accueil de l'espace client', 'Déménagement', 'Factures', 'Réclamation', 'Rendez-vous en boutique', 'Suivi de commande', 'Résiliation', 'Tout votre espace client', 'Aide et contact', 'En panne ? Tester et dépanner votre ligne', 'Suivre votre dépannage', 'Météo du réseau internet et fixe', and 'Météo du réseau mobile'.
- A purple box around the 'Boutique Orange' section, which includes links to 'Offres fixes', 'Forfaits et forfaits bloqués', 'Offres internet fibre, ADSL', 'Packs Internet + Mobile', 'Coup de Pouce Internet', 'Solutions pour l'autonomie', 'Solutions pour l'international', 'Tous les téléphones fixes', 'Tous les mobiles', 'Tous les accessoires', 'Tous les bons plans', 'Tarifs et contrats', and 'Toute la boutique'.
- A purple box around the 'TV et divertissement' section, which includes links to 'Bouquets TV', 'Jeux vidéo', 'Lecture numérique', 'Le Mag TV', 'Deezer', 'Programme TV', 'Coup de Pouce Internet', 'Solutions pour l'autonomie', 'Solutions pour l'international', 'Tous les téléphones fixes', 'Tous les mobiles', 'Tous les accessoires', 'Tous les bons plans', 'Tarifs et contrats', and 'Toute la boutique'.
- A purple box around the 'Services Orange' section, which includes links to 'Agenda', 'Contacts', 'Boîtes vocales', 'Bien vivre le digital', 'Orange Digital Center', 'Replay', 'TV en direct', 'Vidéo à la demande', 'Télésurveillance', 'Banque', 'Orange Maison Protégée', and 'Orange Blazik'.
- A purple box around the 'News' section, which includes links to 'Actualités', 'Automobile', 'Cinéma et séries', 'Ligue 1', 'Météo', 'People', 'Sports', 'Tendances', 'Vidéos', 'Appels et logiciels', 'Instantanés partenaires', and 'Annuaire 118/12'.
- A purple box around the 'Et aussi...' section, which includes links to 'Accueil Sosh', 'Accueil Pro', and 'Orange Groupe'.

## 4. Les alternatives textuelles pour les images - Correction

Orange.fr  
- Accueil

5 messages  
non lus – vos  
emails

Orange partenaire  
Premium des jeux  
olympiques et  
paralympiques Paris  
2024

Rechercher  
dans le site

Série spéciale  
120Go 5G,  
24,99€/mois, un  
prix qui n'est pas  
près de bouger

Alternative vide

Orange sur  
FaceBook

Orange sur  
Pinterest

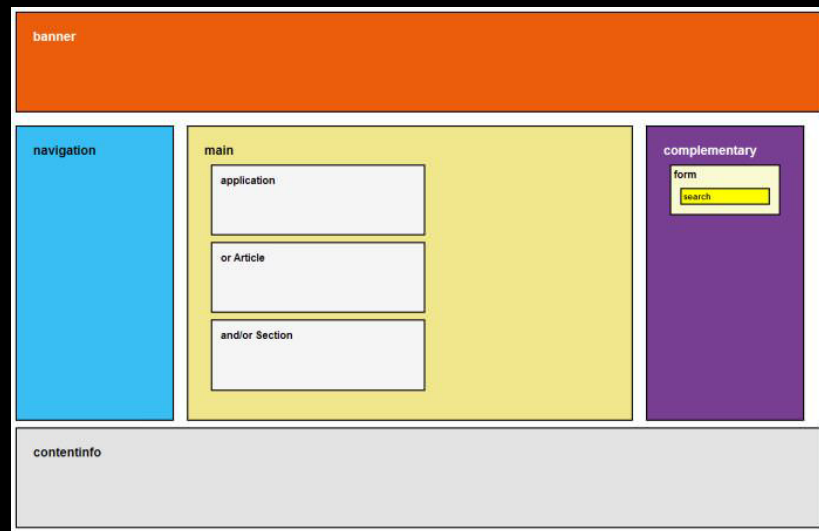
Orange sur  
Twitter

Alternative vide

## 5. La sémantique HTML

### Titre et structure de la page

- Les **titres** de pages permettent à l'utilisateur de savoir où il se trouve.
- Le titre de page doit être unique et représenter le contenu de la page.
- Même si la page est toujours la même (url identique), si son contenu est modifié (erreurs dans un formulaire, Single Page Apps), il faut que ce soit reflété dans le titre.
- Identifier les grandes parties de la page (landmarks), c'est-à-dire sa **structure** :
  - header,
  - main,
  - aside,
  - footer,
  - nav,
  - search,
  - form,
  - etc.



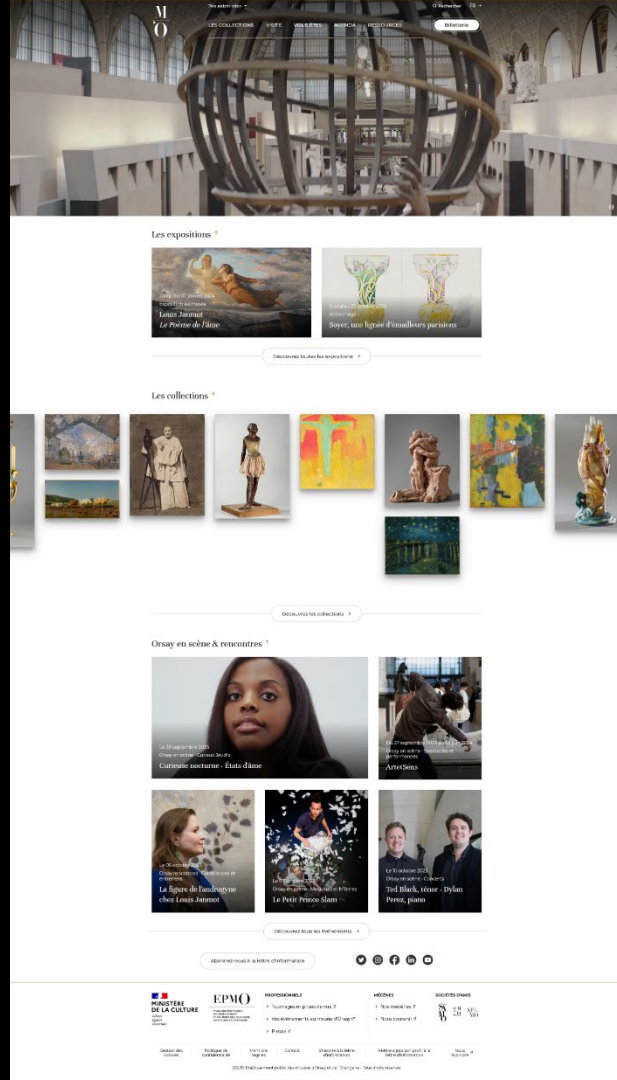
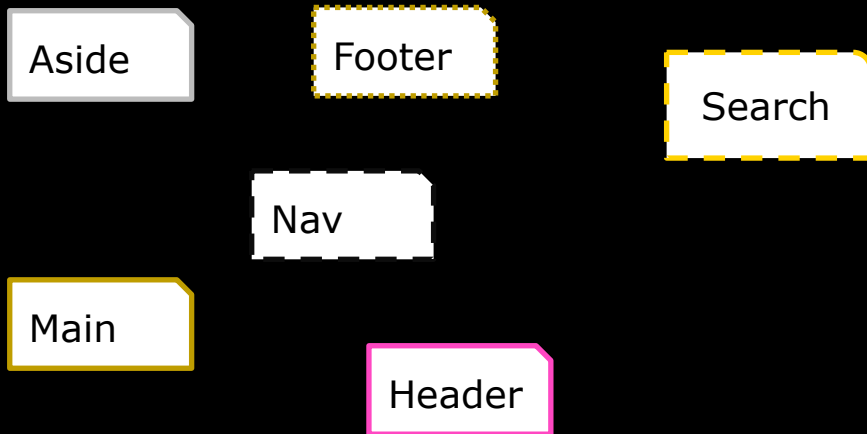
# 5. La sémantique HTML

## Titre et structure de la page

### Exercice

#### ■ Page d'accueil du Musée d'Orsay

=> Identifier les éléments de la structure de la page



## 5. La sémantique HTML

### Titre et structure de la page

### Correction

Musée d'Orsay –  
Page d'accueil

Header

Main

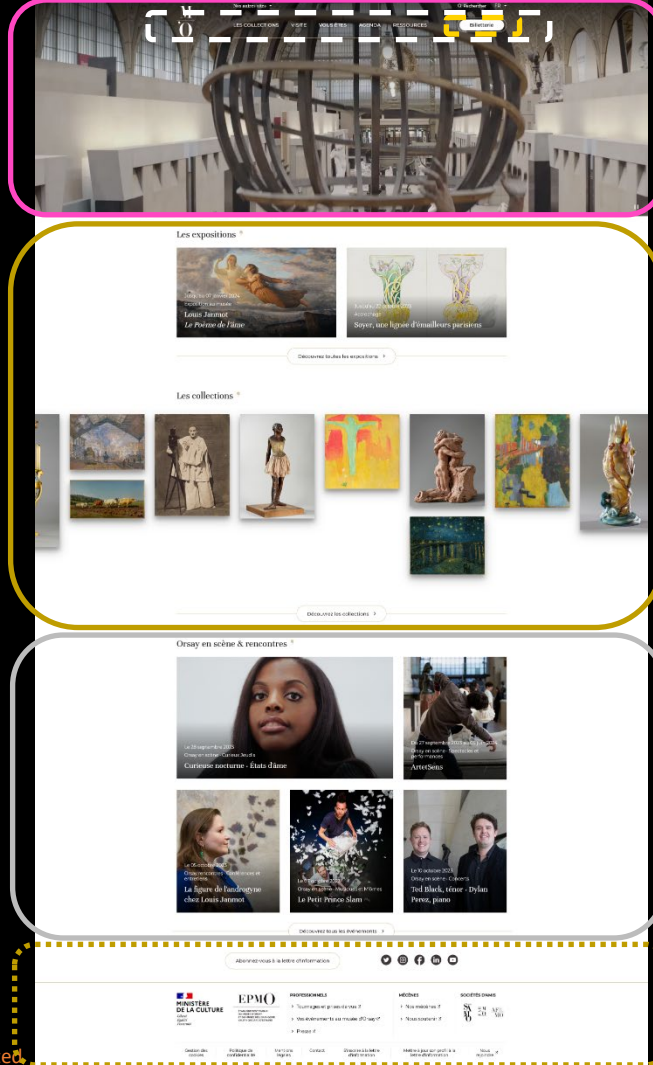
Aside

Footer

Orange Restricted

Nav

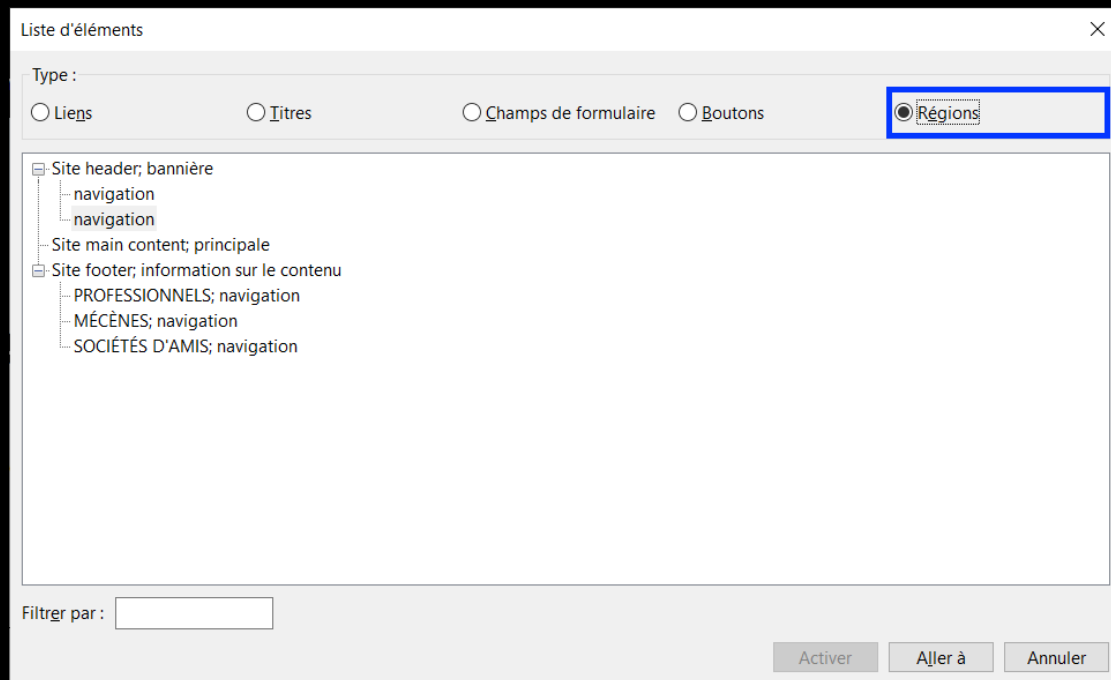
Search



## 5. La sémantique HTML

### Lecteur d'écran

- Au lecteur d'écran, navigation directe par liste d'éléments via la liste des régions.





## 5. La sémantique HTML

### Sémantique du contenu

- **Le balisage sémantique doit être présent.** Il permet de comprendre le sens ou sa relation au reste de la structure du document :
  - Le **contenu texte** est balisé sémantiquement, notamment avec :
    - des paragraphes `<p>`,
    - des titres `<h1>`,
    - des listes `<dl>`, `<ul>` ou `<ol>`,
    - des citations `<q>`
  - Tous les éléments interactifs entraînant un changement de contexte via un **chargement d'URL** possède une sémantique de **lien `<a>`**
  - Tous les éléments interactifs permettant le **déclenchement d'une action**, une validation ou une sélection possèdent une sémantique de **bouton `<button>`**



## 5. La sémantique HTML

### Structure des titres

- **La structuration d'une page facilite sa compréhension et permet d'optimiser la lecture :**
  - Le nombre de titres dépend de la densité informationnelle de la page.
  - Ils doivent refléter totalement le contenu de la page.
  - Et refléter le contenu qu'ils précèdent.
  - Être hiérarchisés, uniques et explicites (navigation au lecteur d'écran).

**Note :** on peut cacher visuellement des titres pour ne les exposer qu'aux aides techniques



# 5. La sémantique HTML - Sémantique du contenu et structure des titres – Exercice

Citations

Paragraphe

Liste non ordonnée

Liste ordonnée

Lien

Bouton

Titre H..

ÉDITO



Elizabeth Tchoungui  
Rédactrice en chef initiale

Trop forts ! Champions ! Battants ! Les jeux paralympiques, qui viennent de se terminer à Tokyo, contribuent à changer le regard que nous portons sur le handicap. Ces athlètes de haut niveau démontrent la faculté de se dépasser grâce à un collectif où chacun trouve sa place. Transformons l'événement en actions durables ! Car le handicap reste parfois difficile à appréhender en société, comme dans l'entreprise, alors qu'il concerne plus de 15 % de la population mondiale. Pourtant, les handicaps peuvent aussi bien être physiques et sensoriels (moteurs, auditifs, visuels), que mentaux (intellectuels, psychiques, cognitifs). Dès lors, pour tendre vers une société où nul n'est laissé pour compte, nous devons adopter une approche résiliente inclusive. La numérique, comme vecteur d'inclusion et d'innovation, va créer des possibilités nouvelles permettant de faire corps tous ensemble pour y arriver. Les nouvelles technologies, créées, mises à disposition et utilisées de façon humaine, jouent déjà un grand rôle : dictionnaire numérique de langue des signes, application de transcription, speech to text, ergonomie adaptative... en sont autant d'exemples concrets et utiles. C'est pourquoi, en écho à la raison d'être d'Orange de donner à chacune et à chacun les clés d'un monde numérique responsable, nous sommes engagés depuis de nombreuses années en faveur de l'accessibilité et de l'autonomie de tous. La Fondation Orange, créée de routine depuis 20 ans, porte également cet engagement. L'inclusion, c'est faire corps ensemble, à chaque instant, pour que les diversités constituent un catalyseur de performance durable... et ouvrent la voie des sommets olympiques ! Alors 3, 2, 1... Partez ! et bonne découverte de ce nouveau numéro du Magazine Orange !

**+1 Md** de personnes en situation de handicap dans le monde, soit plus de **15 %** de la population globale

**80 %** des handicaps sont invisibles

**20 à 25 %** de la population est neuroatypique

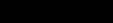
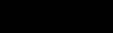
Elizabeth Tchoungui : Un grand merci à Caroline Casey, fondatrice de « The Valuable 500 » – un mouvement mondial qui rassemble les entreprises qui s'engagent à faire de l'inclusion une priorité – et Stéphane Richard, Président du groupe Orange qui se sont réunis au jeu des **regards croisés** pour échanger leur vision et leur engagement en faveur de l'inclusion numérique.

L'inclusion à l'ordre du jour des entreprises : regards croisés avec Stéphane Richard et Caroline Casey

Environ 70 % de la population mondiale vit avec un handicap, ce qui représente 70 % de l'économie mondiale\* et l'on prend en compte l'ensemble familial et les proches. Pour agir pour une société inclusive et durable qui profite à tous, l'inclusion des personnes en situation de handicap doit faire partie des priorités de toutes les parties prenantes. C'est le sens des Objectifs de Développement Durable de l'ONU, notamment le 10 qui vise à réduire les inégalités. Pour y répondre, l'agilité numérique est un des leviers majeurs à relever. Caroline Casey et Stéphane Richard se sont réunis au jeu des regards croisés pour échanger sur leurs engagements.

\* voir The Valuable 500

Lire la suite



1. Au cœur des Objectifs de Développement Durable de l'ONU, figure l'ODD qui personne ne devrait être laissé pour compte, quel qu'il soit et où qu'il vive.
2. 69 % des jeunes talents donnent leur préférence aux entreprises inclusives « pour découvrir tout un vivier de talents inexploités, concentrons-nous sur les compétences ».
3. Les salariés qui ont des expériences variées abordent différemment les problèmes pour les résoudre et favorisent le développement de solutions pour des produits et services plus inclusifs.
4. Les salariés qui se sentent inclus montrent plus de loyauté et d'enthousiasme.
5. Les consommateurs apprécient les entreprises qui s'engagent réellement en faveur de l'inclusion : 57 % d'entre eux sont prêts à investir temps et argent pour soutenir ces entreprises.
6. 65 % des consommateurs dans le monde considèrent qu'il est important pour eux que les entreprises dont ils sont clients promeuvent la diversité et l'inclusion.
7. Tout le monde tire profit d'un lieu de travail inclusif, pas seulement les personnes en situation de handicap.

Source : KPMG 2022

Elizabeth Tchoungui : Découvrez des portraits et des témoignages de belles aventures entrepreneuriales où handicap, créativité et détermination sont sources de performance et d'innovation.



Entretien

Le handicap en entreprise : une intégration réussie est l'affaire de tous

Responsable Diversité et Inclusion à la direction d'Orange Business Services (OBS), Sandra Simón accompagne 290 salariées en situation de handicap. Elle partage son expérience et ses conseils pour renforcer l'inclusion de ces collaborateurs et contribuer à changer le regard sur le handicap.

Lire la suite



« La numérique représente une vraie révolution qui change notre quotidien, d'autant plus pour les personnes en situation de handicap, à condition que les sites et applications aient été pensés pour elles aussi. »

— Olivier Ducas, responsable centre de compétences accessibilité numérique chez Orange, co-fondateur de « SAVIA », l'application qui permet aux personnes malvoyantes ou aveugles de naviguer en prescripteur autonome.

Alter plus loin



« N'hésitez pas à entreprendre, le handicap n'est pas un frein, mais au contraire une façon de voir les projets sous un autre angle. Lancez-vous : vous ne pouvez pas atteindre un sommet sans faire le premier pas ! »

— Olivier Jermolov, ancien salarié Orange, fondateur de « Progression », l'application qui facilite les connexions actions téléphoniques pour les personnes sourdes ou malentendantes.

Alter plus loin

# 5. La sémantique HTML - Sémantique du contenu et structure des titres – Correction

40

H1

ÉDITO



Elizabeth Tchoungui  
Rédactrice en chef invitée

Paragraphe

Trop forts ! Champions ! Battants ! Les jeux paralympiques, qui viennent de se terminer à Tokyo, contribuent à changer le regard que nous portons sur le handicap. Ces athlètes de haut niveau démontrent la faculté de se dépasser grâce à un collectif où chacun trouve sa place. Transformons l'élan olympique en actions durables ! Car le handicap reste parfois difficile à appréhender en société, comme dans l'entreprise, alors qu'il concerne plus de 15 % de la population mondiale. Plurales, les handicaps peuvent aussi bien être physiques et sensoriels (moteurs, auditifs, visuels), que mentaux (intellectuels, psychiques, cognitifs). Dès lors, pour tendre vers une société où nul n'est laissé pour compte, nous devons adopter une approche résolument inclusive. Le numérique, comme vecteur d'inclusion et d'innovation, va créer des possibilités nouvelles permettant de faire corps tous ensemble pour y arriver. Les nouvelles technologies, créées, mises à disposition et utilisées de façon humaine, jouent déjà un grand rôle : dictionnaire numérique de langue des signes, application de transcription speech to text, « programme adaptative... » en sont autant d'exemples concrets et utiles. C'est pourquoi, en écho à la vision d'Orange de donner à chacune et à chacun les clés d'un monde numérique responsable, nous sommes engagés depuis de nombreuses années en faveur de l'accessibilité et de l'autonomie de tous. La Fondation Orange, créée en 2013, porte également cet engagement. L'inclusion, c'est faire corps ensemble, à chaque instant, pour que les diversités constituent un catalyseur de performance durable... et ouvrent la voie des sommets olympiques ! Alors 3, 2, 1... Partez ! et bonne découverte de ce nouveau numéro du Magazine Orange !

Liste non ordonnée

+1 Md. de personnes en situation de handicap dans le monde, soit plus de 15 % de la population globale

80 % des handicaps sont invisibles

20 à 25 % de la population est neuroatypique

Paragraphe

Elizabeth Tchoungui : Un grand merci à Caroline Casey, fondatrice de « The Valuable 500 », un mouvement mondial qui rassemble les entreprises qui s'engagent à faire de l'inclusion une priorité – et Stéphane Richard, Président du groupe Orange qui se sont livrés au jeu des regards croisés pour échanger leur vision et leur engagement en faveur de l'inclusion numérique.

H2

L'inclusion à l'ordre du jour des entreprises : regards croisés avec Stéphane Richard et Caroline Casey

Environ 20 % de la population mondiale vit avec un handicap, ce qui représente 71 % de l'économie mondiale et fait peser en compte l'environnement familial et les proches. Plus âgé pour une société inclusive et durable qui profite à tous, l'inclusion des personnes en situation de handicap doit faire partie des priorités de toutes les parties prenantes. C'est le sens des Objectifs de Développement Durable de l'ONU, notamment le 10 qui vise à inclure les personnes. Pour y répondre, l'égalité numérique est au cœur de nos enjeux relatifs à l'inclusion. Caroline Casey et Stéphane Richard se sont livrés au jeu des regards croisés pour échanger sur leurs engagements.

« Les Valuable 500 »

Lire la suite

Lien

Liste ordonnée

1. Au cœur des Objectifs de Développement Durable de l'ONU, figure l'idée que personne ne devrait être laissé pour compte, quel qu'il soit et où qu'il vive.
2. 69 % des jeunes talents donnent leur préférence aux entreprises inclusives « pour découvrir tout un vivier de talents inexploités, concentrés sur les compétences ».
3. Les salariés qui ont des expériences variées abordent différemment les problèmes pour les résoudre et favorisent le développement de solutions pour des produits et services plus inclusifs.
4. Les salariés qui se sentent inclus montrent plus de loyauté et d'enthousiasme.
5. Les consommateurs apprécient les entreprises qui s'engagent réellement en faveur de l'inclusion : 57 % d'entre eux sont prêts à investir temps et argent pour soutenir ces entreprises.
6. 65 % des consommateurs dans le monde considèrent qu'il est important pour eux que les entreprises dont ils sont clients promeuvent la diversité et l'inclusion.
7. Tout le monde tire profit d'un lieu de travail inclusif, pas seulement les personnes en situation de handicap.

Source : Kante 2020

Elizabeth Tchoungui : Découvrez des portraits et des témoignages de belles aventures entrepreneuriales où handicap, créativité et détermination sont sources de performance et d'innovation.



Bouton

Le handicap en entreprise : une intégration réussie est l'affaire de tous

Responsable Diversité et Inclusion à la direction d'Orange Business Services (OBS), Sandra Simon accompagne 290 salariées en situation de handicap. Elle partage son expérience et ses conseils pour renforcer l'inclusion de ces collaborateurs et contribuer à changer le regard sur le handicap.

Afficher la suite

H2

Paragraphe

Citations

« La numérique représente une vraie révolution qui change notre quotidien, d'autant plus pour les personnes en situation de handicap, à condition que les sites et applications soient bien pensés pour elles aussi. »

« Olivier Ducoux, responsable centre de compétences accessibilité numérique Orange, co-fondateur de « SAVIA », l'application qui permet aux personnes malvoyantes ou malentendantes de naviguer en pleine autonomie. »

« N'hésitez pas à entreprendre, le handicap n'est pas un frein, mais au contraire une façon de voir les projets sous un autre angle. Lancez-vous : vous ne pouvez pas atteindre un sommet sans faire le premier pas ! »

« Olivier Jourdain, ancien salarié Orange, fondateur de « Progression », l'application qui facilite les communications téléphoniques pour les personnes sourdes ou malentendantes. »

Alter plus loin

Alter plus loin

Lien

Lien

Orange Restricted



## 6. Le nom accessible – 1/5

### Ajouter un contenu spécifique pour les aides techniques

- Le **nom accessible** d'un composant correspond à ce qui est **restitué uniquement par les technologies d'assistance**. Ce nom accessible n'est **pas visible à l'écran**.

Les composants concernés sont :

- Les champs de formulaire avec les labels
- Les images avec leur attribut alt
- Les boutons et les liens



## 6. Le nom accessible – 2/5

### Ajouter un contenu spécifique pour les aides techniques

#### ▪ Règles à suivre :

- Le nom accessible d'un élément interactif doit être **pertinent** et **non vide**
- Le nom accessible **commence par le texte visible à l'écran**
- Certaines personnes **navignent** à l'aide d'un lecteur d'écran essentiellement **via la liste des éléments** (liens, titres, boutons, régions). Il faut donc **désambiguïser les libellés** des titres, des liens et des boutons, par un libellé suffisamment explicite (hors contexte visuel) ou avec un nom accessible.





## 6. Le nom accessible – 3/5

### Ajouter un contenu spécifique pour les aides techniques

- Le **nom accessible** d'un composant correspond à ce qui est **restitué uniquement par les technologies d'assistance**. Ce nom accessible n'est **pas visible à l'écran**.
- Les composants concernés sont :
  - Les champs de formulaire avec les labels
  - Les images avec leur attribut alt
  - Les boutons et les liens

#### ▪ Règles à suivre :

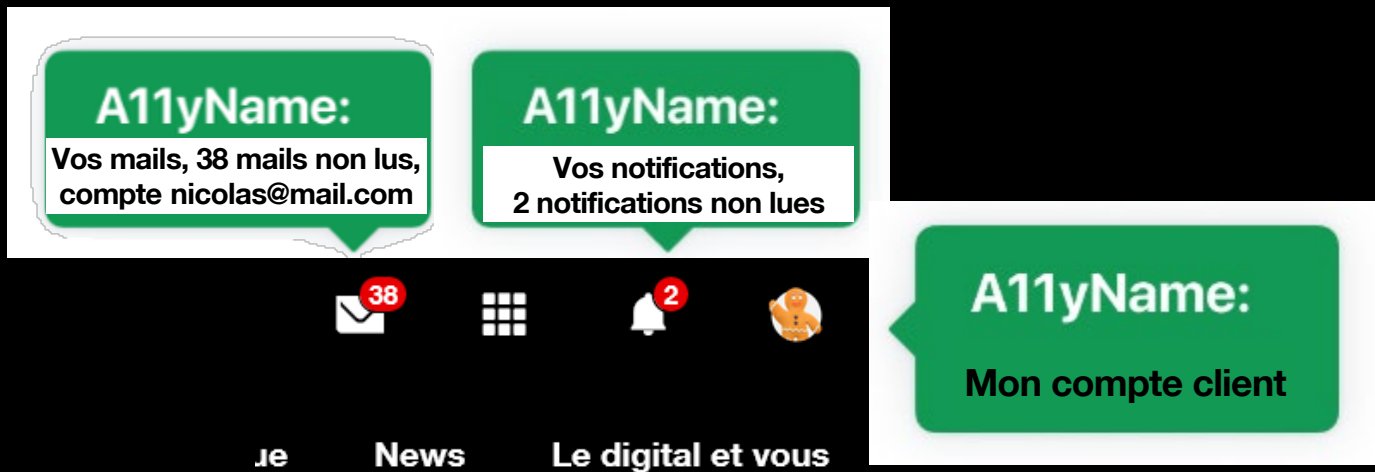
- Le nom accessible d'un élément interactif doit être **pertinent** et **non vide**
- Le nom accessible **commence par le texte visible à l'écran**
- Certaines personnes **navignent** à l'aide d'un lecteur d'écran essentiellement **via la liste des éléments** (liens, titres, boutons, régions). Il faut donc **désambiguïser les libellés** des titres, des liens et des boutons, par un libellé suffisamment explicite (hors contexte visuel) ou avec un nom accessible.



## 6. Le nom accessible – 4/5

Ajouter un contenu spécifique pour les aides techniques




### ▪ Exemple :



## 6. Le nom accessible – 5/5

### Ajouter un contenu spécifique pour les aides techniques

**Les offres du moment**

Prix exclusif web	Prix exclusif web	Bon plan
		
<b>Pack Livebox Fibre + Forfait mobile 80Go à 32,98€/mois</b> <small>Pendant 12 mois puis 66,88€/mois, engagement 12 mois.</small>	<b>Livebox Fibre à 23,99€/mois</b> <small>Pendant 12 mois puis 41,99€/mois, engagement 12 mois. Avec Livebox 5. Location Livebox incluse.</small>	<b>Forfait 80Go sans engagement à 17,99€/mois</b> <small>Pendant 12 mois pour toute nouvelle souscription, puis 29,99€/mois.</small>
<a href="#">En profiter</a>	<a href="#">En profiter</a>	<a href="#">En profiter</a>



Extraction des liens grâce au lecteur d'écran :

...

« En profiter »

« En profiter »

« En profiter »

...

#### Nom accessible :

En profiter, le pack Livebox Fibre + forfait mobile 80Go à 32,98 euro/mois sous conditions

#### Nom accessible :

En profiter, Livebox Fibre à 23,99 euro/mois sous conditions

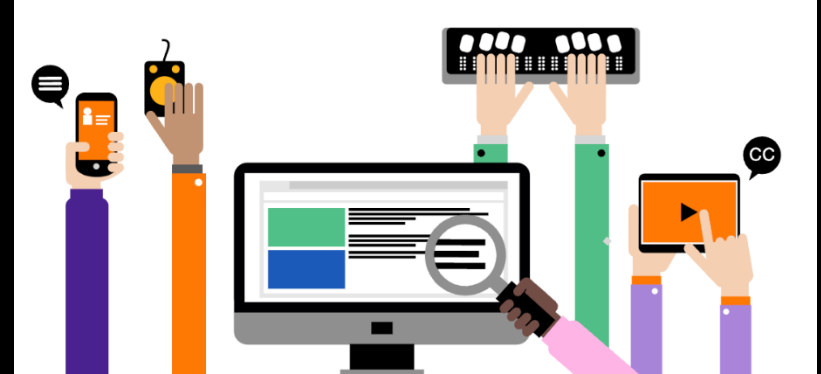
#### Nom accessible :

En profiter, le forfait mobile 80Go à 17,99 euro/mois sous conditions



# En résumé

## Et pour aller plus loin...





# Tout n'est pas parfait du premier coup, l'important c'est de commencer à progresser 😊 ... et donc...

- **Concevez vos services en pensant :**

- **sans la souris** (drag-n-drop au clavier ?)
- **sans les yeux** (imaginez devoir décrire l'interface)
- aux **développeurs** qui ont besoin des annotations d'accessibilité

*Oui, ça fait beaucoup... mais...*

*« Penser accessible, c'est penser gagnant-gagnant ! »*

# Pour aller plus loin...

## ■ Annotations de vos designs

- [Article sur les annotations d'a11y sur notre site](#)
- [Article sur le design a11y de S. Walter](#)
- [Les extensions d'annotations a11y pour Sketch, Figma et autres...](#)

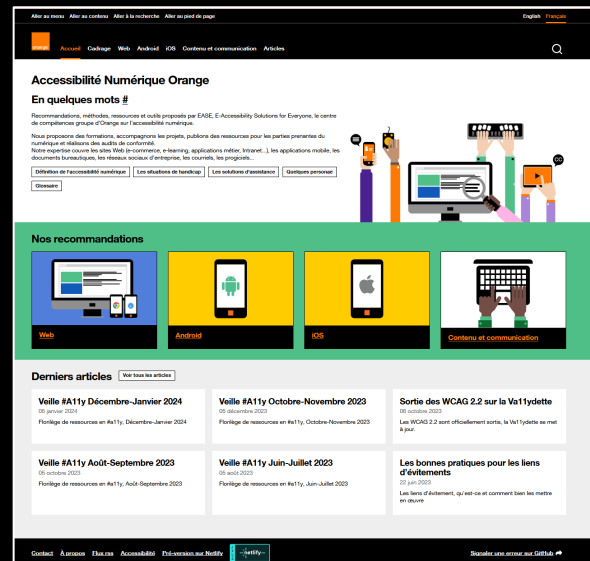
## ■ Recommandations accessibilité numérique Orange

<http://a11y-guidelines.orange.com/>

- <https://a11y-guidelines.orange.com/fr/web/designer/>
- <https://a11y-guidelines.orange.com/fr/mobile/android/conception/>
- <https://a11y-guidelines.orange.com/fr/mobile/ios/conception/>
- Design.orange.com : <https://system.design.orange.com/0c1af118d/p/4764d2-accessibility>

## ■ Des simulations (c'est imparfait mais ça donne une idée !)

- [Dyslexie : lettres qui dansent](#)
- [Daltonisme, malvoyance, cécité, malentendance, handicap moteur](#)





## Quelques liens utiles - 1/2

### ▪ Recommandations et bonnes pratiques

- Recommandations accessibilité Orange : <https://a11y-guidelines.orange.com>
- Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG 2.2) : <https://www.w3.org/TR/WCAG22/>
- Chartes du design des produits et services numériques Orange : <https://system.design.orange.com/>

### ▪ Framework de développement et outils de tests

- Orange Boosted (Framework HTML, CSS et Javascript basé sur Twitter Bootstrap) : <https://boosted.orange.com/>
- Outil pour mesurer les contrastes des couleurs : [Colour contrast analyser](#)
- NVDA, Lecteur d'écran pour Windows : <https://www.nvda.fr/a21>



## Quelques liens utiles - 2/2

### ▪ Communautés et contact

- Communauté Piazza Accessibilité numérique : <https://plazza.orange.com/groups/accessibilité-numérique>
- Communauté Piazza Boosted: <https://plazza.orange.com/groups/boost>
- Groupe Teams : [Accessibilité Numérique](#)
- Demande de support en accessibilité :  
email à ZZZ ACCESSIBILITY SUPPORT [accessibility.support@orange.com](mailto:accessibility.support@orange.com)



# Merci

**Pour toute demande d'accompagnement : ZZZ ACCESSIBILITY SUPPORT  
([accessibility.support@orange.com](mailto:accessibility.support@orange.com))**



# Résumé de la Présentation



- Les annotations d'accessibilité permettent de communiquer clairement les décisions aux développeurs et testeurs
  - Utiliser des plugins et extensions pour faciliter l'annotation et les tests d'accessibilité
  - Les champs obligatoires doivent être signalés et les messages d'erreur doivent être explicites
  - Le balisage sémantique doit être présent pour comprendre le sens du contenu



# Annotations et communication



**Les annotations permettent de préciser les décisions de conception.**

**Elles assurent une communication claire entre concepteurs et développeurs.**

**Différents outils peuvent être utilisés pour annoter les designs.**



# Utilisation de plugins et extensions



**Les plugins et extensions facilitent l'annotation et les tests.**

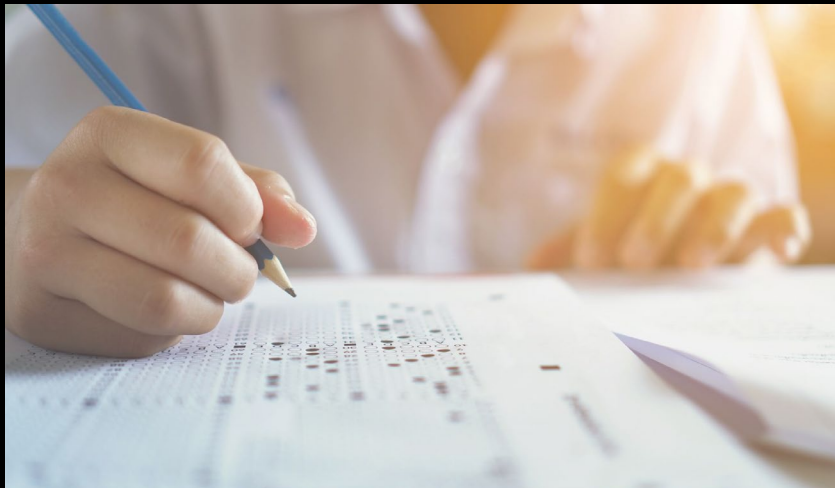
**Ils offrent des fonctionnalités spécifiques pour l'accessibilité.**

**Ils permettent de gagner du temps et d'assurer la conformité.**





# Champs obligatoires et erreurs

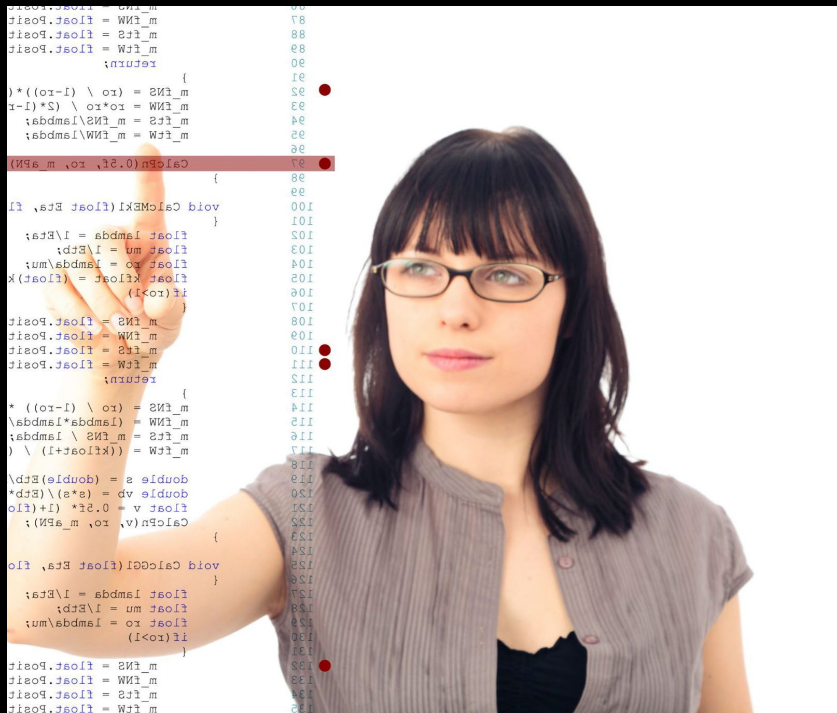


**Les champs obligatoires doivent être clairement indiqués.**

**Les messages d'erreur doivent être explicites et utiles.**

**Les erreurs doivent être contextualisées pour une meilleure compréhension.**

# Balisage sémantique



**Le balisage sémantique aide à comprendre le sens du contenu.**

**Utiliser des balises appropriées pour titres, paragraphes, listes, etc.**

**Les éléments interactifs doivent avoir une sémantique appropriée.**