

# 1. Communication

## 1.2 Design inclusif



Le fait de rendre les informations accessibles, qu'elles soient de nature pratique, d'orientation ou qu'elles portent sur les contenus, est une démarche fondamentale pour qu'il y ait communication également avec les personnes aveugles et malvoyantes. Développer un design inclusif pour la communication visuelle permet de garantir dans la plupart des cas une communication efficace et lisible à la fois pour les personnes voyantes et pour les personnes malvoyantes, qu'elle soit déclinée sur des supports papier ou des supports numériques, tels que le site web du musée.

Pour les personnes aveugles ou fortement malvoyantes, toute communication de type visuel est faible ou sans effet: le recours à d'autres personnes (voyants), aux technologies numériques (p. ex. les lecteurs vocaux) ou aux informations en relief, devient fondamental dans ces cas-là. Si le développement de produits en relief peut être approprié pour transmettre des contenus brefs (p. ex. les légendes), pour favoriser l'accès aux œuvres bidimensionnelles et pour faciliter l'orientation et la mobilité dans les espaces, on ne peut pas en dire autant pour les contenus plus approfondis et consistants. Pour ceux-ci, il sera beaucoup plus efficace de proposer un accueil humain adéquat et une utilisation stratégique des technologies numériques.

Il est conseillé, par conséquent, de développer des solutions transversales, en agissant sur plusieurs niveaux et avec des interventions ciblées : d'une part en développant

ou en appliquant, là où cela s'avère possible, toutes les mesures nécessaires pour améliorer la lisibilité des informations dans toute la communication visuelle, de l'autre en développant une communication complémentaire centrée en particulier sur la relation humaine et sur la communication numérique.

---

### **1.2.1 Favoriser l'identification et la lisibilité de la communication visuelle pour les personnes malvoyantes**

Pour permettre aux personnes malvoyantes de disposer de la même communication que celle destinée aux voyants, il est nécessaire en premier lieu de rendre les informations visuelles plus lisibles. Pour ce faire, il existe des règles précises à suivre, pouvant être mises en œuvre pour tous les supports utilisés par les institutions muséales, tant papier que sous forme numérique (légendes, indications murales, signalétique d'orientation, dépliants, posters, catalogues, applications pour smartphone, audioguides, etc.).

Ces règles, lorsqu'elles sont appliquées de façon rigoureuse et systématique à toute la communication institutionnelle, peuvent limiter les possibilités créatives des concepteurs au détriment l'identité visuelle de l'institution ainsi que du public voyant. Toutefois, dans de nombreux cas, repenser complètement sa communication visuelle n'est pas nécessaire ; il est possible de l'adapter par des mesures spécifiques visant à faciliter la lisibilité des textes. Il est donc préférable d'intervenir prioritairement sur les supports qui informent, orientent, accompagnent et guident les visiteurs dans le musée (site web, signalétique d'orientation, légendes, etc.), en traitant parallèlement les aspects liés à l'aménagement des intérieurs et à l'agencement des expositions.

### 1.2.1.1 Pour toutes les informations (textes et images)

- **Contrastes chromatiques nets** - Les contrastes chromatiques entre les contenus (textes, images) et l'arrière-plan doivent être forts et nets : si, pour un élément noir, l'arrière-plan idéal est clair ou tendant au blanc, dans certains cas le contraire exact pourrait être plus approprié (élément clair sur fond noir).

L'utilisation d'une couleur peu contrastée avec le texte, de plusieurs couleurs ou d'images comme arrière-plan pour les contenus sont donc fortement déconseillés dans la mesure où ils rendent encore plus difficile pour les personnes malvoyantes (ou daltoniennes) le processus d'identification des informations, ainsi que leur lisibilité. Pour cela, il est conseillé de n'utiliser des fonds que s'ils sont clairement séparés des informations écrites.

Si cela n'est pas réalisable, il est en tout cas important d'augmenter le plus possible les dimensions des textes. Il est possible, en outre, d'entourer les blocs de texte de grandes marges blanches entre la surface du fond et le début des contenus.

L'image montre le contraste optimal garanti par l'utilisation d'un texte noir sur fond blanc.



L'image montre le contraste optimal garanti par l'utilisation d'un texte blanc sur fond noir.



L'image montre le contraste optimal garanti par l'utilisation d'un texte noir sur fond coloré clair.



L'image montre le contraste faible obtenu en utilisant du texte blanc sur fond coloré clair.



L'image montre le contraste optimal garanti par l'utilisation d'un texte blanc sur fond coloré.



L'image montre le contraste faible obtenu en utilisant du texte noir sur fond coloré.



L'image montre le contraste optimal garanti par l'utilisation d'un texte inséré dans des blocs blancs sur fond coloré.



L'image montre le contraste faible obtenu en utilisant du texte directement sur fond coloré.



- **Dimensions** - Pour être lisibles par les personnes malvoyantes, les informations (textes, images) doivent être d'une taille supérieure à celle généralement utilisée pour la communication destinée aux personnes voyantes. Par exemple, en ce qui concerne les textes des publications, la taille de la police ne doit jamais être inférieure à 12 pt.; pour les légendes, à 14 pt. Dans le cas de grands formats (p. ex. textes muraux, affiches, etc.), il convient de ne pas descendre sous les 20 pt.

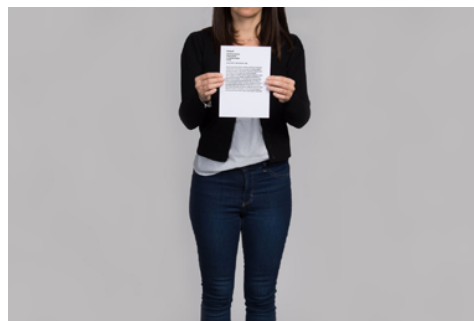
Quand la lecture est prévue à un mètre de distance (p. ex. sur les textes muraux), un minimum de 100 pt. est nécessaire, à augmenter du double pour chaque mètre en plus par rapport au point d'observation. Si cela n'est pas possible, il est conseillé de mettre à disposition des fiches de salle contenant les informations imprimées en grands caractères (il est dans ce cas très important, comme pour les audioguides, que les numéros correspondants placés sur le mur soient, eux aussi, écrits en grands caractères et clairement distincts). Le fait de mettre les contenus à disposition des visiteurs malvoyants sous forme numérique également, offre une autre possibilité d'y accéder.

Quand cela n'est pas possible, il est fondamental de permettre au public de les photographier avec son smartphone afin de pouvoir les agrandir sur l'écran. Au moyen d'un support numérique (ordinateur, applications pour smartphone, etc.) les utilisateurs peuvent en effet agrandir les éléments visuels jusqu'à la taille idéale. Accéder aux contenus (textuels en particulier) sous forme numérique est par ailleurs fondamental pour les personnes aveugles, qui peuvent recourir à des instruments de lecture vocale pour obtenir les informations de façon autonome.

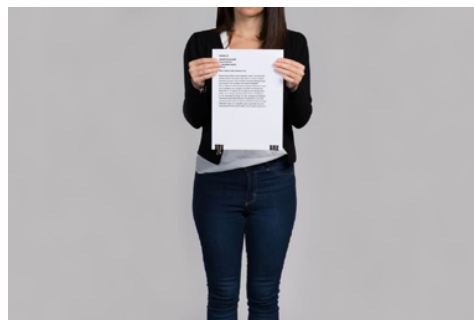
L'image montre la taille optimale du texte pour un format de légende. Dimensions de la feuille cm 12x12 ; corps minimum 14pt ; interligne 21pt.



L'image montre la taille optimale du texte pour un format A5. Corps minimum 12pt ; interligne 18pt.



L'image montre la taille optimale du texte pour un format A4. Corps minimum 14pt ; interligne 21pt.



L'image montre la taille optimale du texte pour un format A2. Corps minimum 20pt ; interligne 30pt.



L'image montre la taille optimale du texte pour un format F4. Corps minimum 100pt ; interligne 150pt.



- **Emplacement** - Pour être visibles et lisibles par les personnes malvoyantes, les informations (textes, images) et leurs supports physiques (quand ils sont présents) doivent être placés de manière adéquate.

Pour être utilisables à l'occasion d'une visite au musée, ils doivent être placés à la hauteur des yeux ou un peu plus bas, car sinon, même s'ils sont lisibles, ils ne sont pas perçus et identifiés par le public de référence. En particulier, pour les textes muraux, il est conseillé de maintenir la ligne médiane à 150 cm et de ne pas les placer à plus de 200 cm de hauteur.

Pour ce qui concerne les légendes, la ligne médiane ne doit pas être à plus de 140 cm ni à moins de 90 cm de hauteur. Un positionnement correct des informations doit être développé sur le site web également. Il est important, en outre, que la disponibilité des informations et les supports à disposition soient clairement communiqués au public.

L'image montre les hauteurs optimales pour placer sur les murs textes et images.



### 1.2.1.2 Pour les textes

- **Mise en page ordonnée et essentielle** - Pour favoriser une bonne lecture claire des contenus, il est conseillé de développer une mise en page ordonnée et essentielle : en plus de respecter le critère des contrastes chromatiques nets (voir ci-dessus), la hiérarchie des informations ne doit pas utiliser trop de styles ; il est important que les informations soient organisées de manière synthétique et structurée et que l'utilisation des styles soit sobre.

Il est conseillé, en outre, de limiter à l'essentiel l'utilisation de tableaux et des graphiques. L'insertion de pictogrammes, illustrations pédagogiques ou logos peut être utile, s'ils répondent aux mêmes critères de simplicité esthétique, de compréhension immédiate et de cohérence formelle ; il convient d'éviter les processus d'interprétation qui ajoutent de la complexité.

L'image montre un exemple de mise en place ordonnée et sobre respectant les règles de composition conseillées au moyen de contrastes chromatiques nets et d'une hiérarchie des informations essentielle et synthétique.



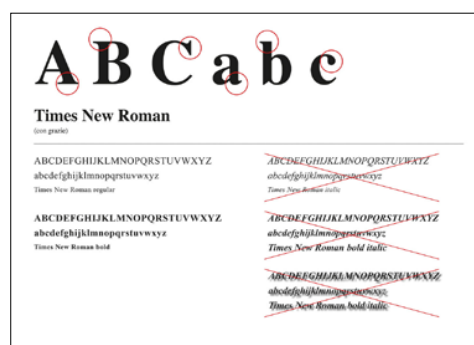


- **Caractères simples** - Il est recommandé d'utiliser des polices sans empattements et à l'esthétique simple et immédiate, tels que par exemple Arial ou Tahoma, car de nombreuses personnes, surtout âgées, les connaissent et sont habituées à les lire. Par ailleurs, de larges espaces entre les lettres sont préférables. Entre les graisses (terme de typographie indiquant l'épaisseur) à disposition, conseillons Regular, Semibold ou Bold. A éviter par contre : Light et le style Condensed et, en général, l'emploi d'effets comme les ombres et les contours.

L'image montre le caractère typographique sans empattements présentant la meilleure lisibilité: l'Arial; et elle souligne l'importance de l'utiliser seulement avec deux types de graisses: regular et bold. Elle montre aussi des exemples de mauvaise utilisation de la police.



L'image montre le caractère typographique avec empattements conseillé exceptionnellement: le Times New Roman; il est permis de l'utiliser, car les personnes âgées le reconnaissent. Il est important de l'utiliser seulement avec deux types de graisses: regular et bold. Elle montre aussi des exemples de mauvaise utilisation de la police.



- **Typographie essentielle** - Il est conseillé d'utiliser une seule police. Si les chiffres romains sont à éviter, les majuscules et les chiffres doivent être reproduits et caractérisés de manière différente et clairement distinguables. L'utilisation de la majuscule doit être limitée aux textes particulièrement brefs, en évitant l'utilisation de l'italique et de soulignements.

Quand il est nécessaire de mettre en évidence des mots ou des phrases à l'intérieur d'un texte, il convient de privilégier les caractères gras ; les mots particulièrement importants peuvent être encadrés. Il convient en outre de n'utiliser qu'une seule colonne de texte.

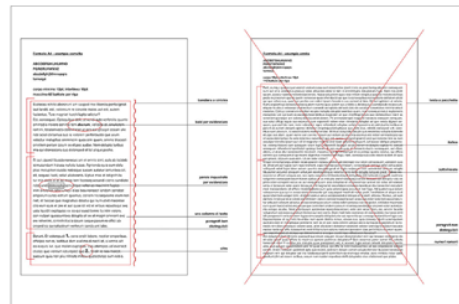
Les paragraphes doivent être bien distincts et nettement détachés l'un de l'autre. Mieux vaut éviter les textes en blocs justifiés et privilégier la forme en drapeau aligné à gauche de telle sorte que l'œil puisse passer naturellement d'une ligne à l'autre.

Les textes sur supports verticaux étroits et longs, du type drapeau ou banderole, sont difficiles à lire pour le public malvoyant, car les contenus sont soit basculés et orientés à 90° ou alors ils subissent de nombreux passages à la ligne forcés, ce qui ne favorise pas la vision d'ensemble et génère des problèmes par rapport au champ visuel restreint de nombreux malvoyants. Il faut donc favoriser l'articulation horizontale des textes sur des supports horizontaux.

Dans le cas des publications, il est conseillé en outre de ne pas dépasser 62 caractères par ligne, dans le cas d'un corps de 12 pt. En outre, il convient que l'impact visuel, par rapport à la quantité de texte présente dans une page, ne soit pas trop abondant. Pour ce faire, il est optimal de créer des paragraphes ne dépassant pas 20

lignes. Toujours pour assurer une bonne lisibilité, l'interligne doit être aéré : avec le logiciel de traitement de texte « Word », par exemple, il est possible de sélectionner un interligne de 1,5.

L'image montre une utilisation d'une typographie correcte comparée à une typographie incorrecte. La partie correcte présente la mise en page avec une seule police de la juste taille, des chiffres arabes, des mises en évidence en gras ou encadrées, un interligne aéré, des paragraphes distincts, un texte en drapeau justifié à gauche, 62 caractères par ligne. L'exemple incorrect exagère, par comparaison, les solutions conseillées.



Pour les grands formats, il est recommandé par contre d'adopter un maximum de 50 caractères par ligne dans le cas d'un corps de 20 pt., en suivant une augmentation d'interligne d'un facteur de 1,25 par rapport à la taille de la police (si l'on prend Arial comme exemple de police, pour une taille de 20 pt. l'interligne doit être de 25 pt.).

### 1.2.1.3 Pour les images

- **Images** - Si des images sont intégrées dans la communication, il convient qu'elles soient claires quant à leur forme et à leur signification, immédiates et distinctes les unes des autres. Il est conseillé d'éviter toute complexité de structure ou de composition et de réduire au minimum le nombre des personnes ou éléments internes.

Il est préférable de réutiliser la même image pour proposer le même concept. L'insertion de descriptions écrites permettant de rendre plus compréhensibles les informations purement visuelles est toujours très utile.

L'image montre un exemple de composition clair quant à la forme et à la signification.



L'image montre un exemple de composition complexe et contenant de nombreux éléments.



- **Pictogrammes et icônes** - Les pictogrammes ou les icônes doivent communiquer de manière rapide et claire, dans le but d'être le plus possible autosuffisants. Pour ce faire, l'information standardisée est la meilleure, car elle fournit un code simple, partagé par le public de référence. La signification des symboles utilisés doit être clairement compréhensible : les pictogrammes ou icônes ne doivent pas se prêter à plusieurs interprétations, mais avoir une signification unique et précise.

Leur représentation graphique doit en outre être simple, assez directe pour rendre possible une identification rapide et claire.

Nous suggérons de ne pas faire une utilisation abusive des pictogrammes : mieux vaut en limiter le nombre et fournir une explication des signes à l'entrée du musée, s'ils sont utilisés dans les espaces d'exposition ; les mêmes indications valent pour les documents sur papier, où l'insertion d'une légende en favorise la compréhension. L'insertion de descriptions écrites permettant de rendre plus intelligibles les informations purement visuelles peut être très utile.

L'image montre une série de pictogrammes facilement reconnaissables.



---

### 1.2.2 Elaborer une communication ciblée pour les personnes fortement malvoyantes ou aveugles

Pour les personnes fortement malvoyantes ou aveugles, toute communication visuelle est faible ou sans effet : dans ce cas, les formes de communication perceptibles au moyen des autres sens disponibles (en particulier l'ouïe ou le toucher) deviennent essentielles. La lecture de reliefs complexes, même si elle est appréciée, exige beaucoup de temps des utilisateurs ; en outre, la connaissance du braille est de moins en moins répandue en faveur de l'emploi de nouvelles technologies. Par conséquent, il est conseillé de développer une communication complémentaire centrée en particulier sur la relation humaine, sur la communication numérique, et de réaliser des produits en relief de façon ponctuelle seulement, par exemple, pour transmettre des contenus brefs (p. ex. des légendes en braille, des chiffres

en relief sur les audioguides), pour favoriser l'accès aux œuvres bidimensionnelles et pour faciliter l'orientation et la mobilité dans les espaces.

---

### 1.2.3 Évaluer

Chaque fois qu'une activité de communication incluant un public aveugle et malvoyant est organisée, il convient de prévoir également une évaluation de son efficacité, en comparant les résultats obtenus avec les objectifs fixés à travers des directives régissant la mise en œuvre de l'accessibilité. En général, nous suggérons de trouver toujours une façon pour recueillir l'opinion du public (cela peut se faire sous la forme d'entretiens, d'observations directes, d'enregistrements sonores, de questionnaires, etc.). En outre, l'évaluation de la « qualité » d'une activité, en plus d'exiger des connaissances et des instruments spécifiques, peut se présenter comme une activité externe impliquant les différentes parties prenantes de manière participative : cela permet une meilleure personnalisation et le développement d'une méthodologie inclusive. Enfin, il peut être utile et opportun de prévoir d'effectuer l'évaluation à différentes phases du développement du projet (intermédiaire et finale).

Haute école spécialisée de la Suisse italienne  
Département environnement construction et design  
**Laboratoire culture visuelle**

[info.mci@supsi.ch](mailto:info.mci@supsi.ch)

Toute la documentation de Médiation Culture Inclusion est  
délivrée avec licence Creative Commons CCBY 4.0 international  
et peut être partagée et redistribuée par tout le monde.

