



Contentsquare  
Foundation

# Baromètre de l'Accessibilité Numérique



# Sommaire

## Edito

### Partie 1 | **Qu'est-ce que l'accessibilité numérique ?**

1. Ce que dit la loi
2. Chiffres et notions clés

### Partie 2 | **Baromètre de l'accessibilité numérique**

1. Le niveau de conformité des sites audités
  - a. Une longueur d'avance pour les services publics
  - b. Les sites bancaires obtiennent également la moyenne
  - c. Médias et e-commerce : deux secteurs en retard
2. La transparence reste très faible en matière d'accessibilité
3. Parcours utilisateur : les défis d'accessibilité à travers les critères les plus bloquants
  - a. Navigation par clavier
  - b. Modulation d'affichage des textes
  - c. Images et alternatives média
  - d. Contenus en mouvement

P.3.	<b>4. Entraves à la navigation : la parole aux utilisateurs</b>	P.30
	a. Les cookies	P.31
	b. Formulaire et autocomplétion	P.32
P.7	c. Captcha	P.34
	d. Pop-ups dynamiques et publicités	P.35
P.9	e. Contrastes	P.36
P.11		
	<b>Conclusion</b>	P.38
	À propos de la Contentsquare Foundation	P.40
	<b>Annexes</b>	P.41
	Les différents handicaps	P.42
	Méthodologie des audits	P.45
	Choix de l'échantillon	P.46
	Méthodologie de l'analyse qualitative	P.49
P.15		
P.17		
P.18		
P.18		
P.19		
P.20		
P.21		
P.22		
P.23		
P.25		
P.28		

# Edito



12 millions de personnes en France vivent avec un handicap, selon le ministère de la Santé<sup>1</sup>. Dans un monde de plus en plus digital, le numérique représente une formidable opportunité d'accès aux services, aux savoirs et à la culture pour les personnes en situation de handicap. Pour autant, le constat est alarmant : 1 site sur 2 en France ne respecte pas les obligations légales en matière d'accessibilité numérique et la plupart néglige également les bonnes pratiques du design inclusif. C'est le bilan de ce baromètre de l'accessibilité numérique qui constitue un premier diagnostic sur un échantillon limité mais représentatif des sites web les plus visités en France.

Au cours des six derniers mois, la Contentsquare Foundation et ses partenaires<sup>2</sup> ont audité une sélection des 50 sites Web les plus utilisés en France. Nous avons volontairement choisi de focaliser cette étude sur

quatre catégories de sites Web qui recourent les principales problématiques rencontrées par les personnes ayant des besoins particuliers d'accessibilité : s'informer, acheter en ligne, réaliser des démarches administratives et gérer ses finances. Nous avons complété cette analyse technique par des focus groupes qui ont permis de recueillir le témoignage d'utilisateurs porteurs de différentes formes de handicaps entraînant des besoins d'accessibilité divers.

Cette première étude permet d'ores et déjà d'identifier les principales tendances en matière d'accessibilité des sites web. Elle confirme surtout un déficit global de prise en compte de l'accessibilité numérique dans la plupart des secteurs considérés ainsi qu'une faible connaissance du cadre légal.

On constate également que le durcissement de la réglementation opéré au printemps 2023 n'a pas

encore produit d'effets concrets, malgré les sanctions encourues qui restent toutefois assez théoriques. Une prochaine édition de ce baromètre permettra de mesurer les progrès réalisés avec le recul nécessaire.

Nous espérons que cette première édition du baromètre de l'accessibilité numérique participera à sensibiliser les entreprises et organisations au vécu de leurs utilisateurs et au nécessaire effort collectif en faveur d'un numérique plus inclusif et responsable.

Bonne lecture !

12 millions de personnes en France vivent avec une forme de handicap

<sup>1</sup><https://drees.solidarites-sante.gouv.fr/sites/default/files/2023-04/Handicap2023.pdf>

<sup>2</sup>Partenaires techniques : Temesis, Numérik-ea et Oocity

## Les objectifs de ce baromètre

Ce baromètre de l'accessibilité numérique est un outil permettant de mesurer, à échéances régulières, le niveau de prise en compte des standards d'accessibilité numérique par les sites Web les plus visités en France.

Cette première édition a pour objectifs de :

**1**

Fournir un premier état des lieux qui servira de point de référence pour mesurer l'évolution des pratiques digitales des sites les plus visités en France.

**2**

Sensibiliser les entreprises à l'importance de l'accessibilité numérique et les inciter à agir.

**3**

Participer à l'effort collectif en faveur d'un numérique plus inclusif et responsable.

“Nous souhaitons inciter et encourager les marques à amorcer leur transformation vers l'accessibilité numérique. Ce premier baromètre de l'accessibilité nous permet d'avoir une notion du niveau de l'accessibilité numérique en France sur un échantillon donné et de mettre en corrélation les erreurs les plus fréquentes avec les difficultés rencontrées au quotidien par les personnes en situation de handicap. Il était nécessaire qu'au-delà de l'outil de mesure, nous puissions le lier à l'expérience utilisateur”

*Marion Ranvier*

*Directrice de la Contentsquare Foundation*



“Un milliard de personnes dans le monde ont des problèmes d’accessibilité numérique. Ce premier baromètre de la Contentsquare Foundation montre qu’en France, 1 site Web sur 2 n’est pas accessible. Avec un effort collectif, nous pouvons transformer ces défis en opportunités, notamment en favorisant la sensibilisation à l’importance de l’accessibilité numérique et en investissant dans la formation des équipes au design inclusif. Ensemble, créons un Web accessible à tous”

*Jonathan Cherki*

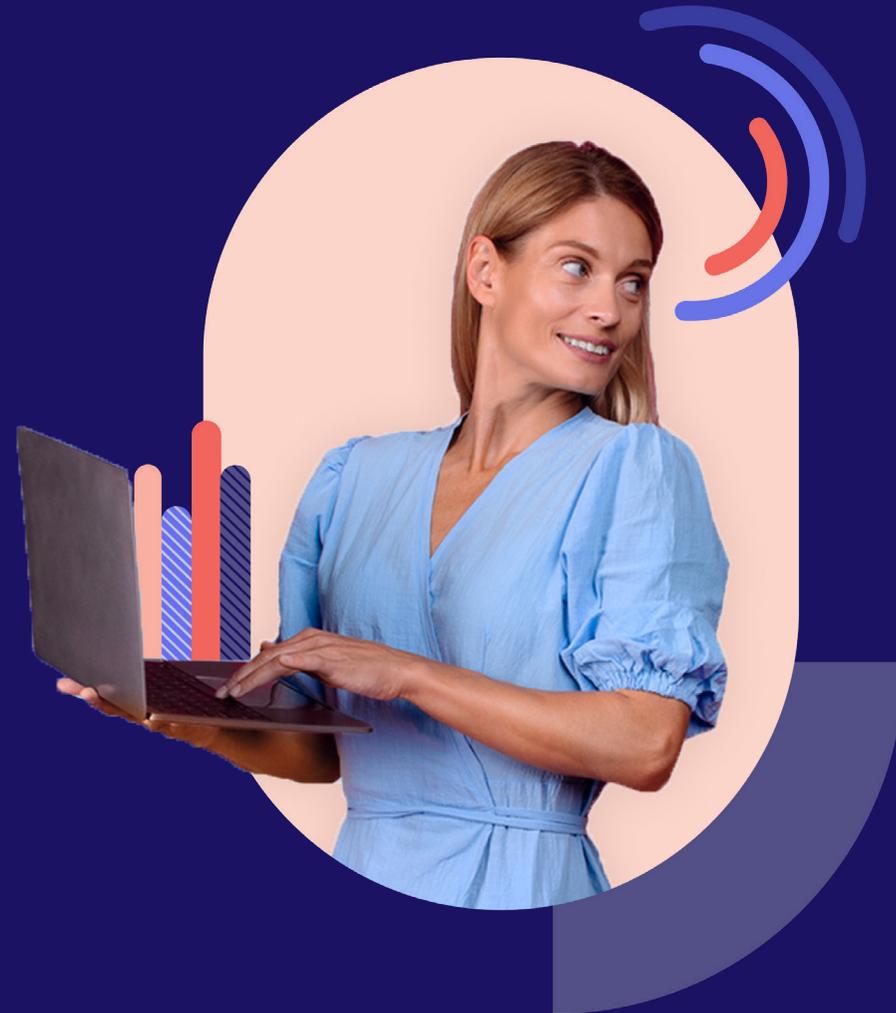
*Fondateur et CEO Contentsquare*

*Président de la Contentsquare Foundation*



# Partie 1

## Qu'est-ce que l'accessibilité numérique



# Qu'est-ce que l'accessibilité numérique ?

Rappelons d'abord que l'accessibilité, qu'elle soit physique ou numérique, est avant tout un droit humain fondamental, défini par les Nations Unies<sup>3</sup>.

L'accessibilité numérique est une démarche qui consiste à proposer à tous un accès égal aux contenus et services numériques.

**En pratique, pour qu'ils soient accessibles aux personnes en situation de handicap, les sites Web, applications mobiles et leurs contenus doivent être :**



## Perceptibles

Cela passe par faciliter la perception visuelle et auditive du contenu par l'utilisateur ; proposer des équivalents textuels à tout contenu non textuel ; créer un contenu qui puisse être présenté de différentes manières sans perte d'information ni de structure (par exemple avec une mise en page simplifiée)



## Utilisables

Fournir à l'utilisateur des éléments d'orientation pour naviguer, trouver le contenu ; rendre toutes les fonctionnalités accessibles au clavier ; laisser à l'utilisateur suffisamment de temps pour lire et utiliser le contenu ; ne pas concevoir de contenu susceptible de provoquer des crises d'épilepsie



## Compréhensibles

Notamment faire en sorte que les pages fonctionnent de manière prévisible ; aider l'utilisateur à corriger les erreurs de saisie.



## Robustes

Notamment faire en sorte que les pages fonctionnent de manière prévisible ; aider l'utilisateur à corriger les erreurs de saisie.

<sup>3</sup><https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities/article-9-accessibility.html>

# 1. Ce que dit la loi



**En France**, la loi pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées a, dès 2005, créé des obligations en matière d'accessibilité numérique pour les sites publics, étendue à partir de 2019 aux entreprises dont le chiffre d'affaires excède 250 millions d'euros.

Le cadre législatif a évolué suite à la Conférence Nationale du Handicap (CNH) du 26 avril 2023, avec notamment :

- Le renforcement des sanctions relevées jusqu' à 50 000 euros
- La désignation d'autorités de contrôles pour identifier et constater les manquements, notamment l'ARCOM
- La réduction des délais de douze à six mois pour sanctionner à nouveau un manquement persistant



A l'échelle de l'**Union Européenne**, deux directives ont été publiées :

- La [directive relative à l'accessibilité des sites internet et des applications mobiles des organismes du secteur public](#), publiée en 2016. Elle oblige tous les organismes du secteur public de l'UE à rendre leurs sites web et applications mobiles en ligne accessibles.
- La [directive relative aux exigences en matière d'accessibilité applicables aux produits et services](#), publiée en 2019.

Pour soutenir l'application harmonisée de cette législation, l'UE a créé la norme [EN 301 549 V2.1.2 \(2018-08\)](#) qui s'appuie sur le référentiel international Web Content Accessibility Guidelines (WCAG).



Aux **États-Unis**, l'accessibilité numérique fait l'objet d'une réglementation stricte. Adoptée en 1990, le Americans with Disabilities Act (ADA) est une loi dont le but est de protéger les personnes handicapées contre la discrimination. Cette loi rend obligatoire la mise en accessibilité des lieux physiques et des environnements numériques. (web, applications...).

La législation ADA est à l'origine de nombreux contentieux judiciaires aux États-Unis.

Les tribunaux américains se basent également sur le référentiel international Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) pour vérifier et demander la mise en accessibilité des sites internet et applications.

Une étude de la firme new yorkaise UsableNET réalisée sur les six premiers mois de l'année 2023 faisait état de 414 procédures judiciaires ouvertes, en augmentation de 32% par rapport à l'année précédente.

## Accessibilité, suis-je concerné par l'obligation légale?



### Public

- Services de l'Etat
- Collectivité territoriale
- Etablissement public
- Délégué d'une mission service public

### Privé

- Une entreprise générant un CA égal ou supérieur à 250M€ en France ou
- Une entreprise proposant des services:
  - Ecommerce
  - Media audio visuel
  - Bancaire
  - Transport
  - Téléphonie

A l'exception des entreprises de moins de 10 salariés avec un chiffre d'affaires inférieur à 2 millions d'euros



### OK, et combien ai-je de temps?

Pour les nouveaux services  
**28 Juin 2025**

Pour les services existants  
**28 Juin 2030**



### Sur quel supports ?

Site web, intranet, app, ebooks, progiciel, borne numérique

Maintenant que je sais que je suis concerné, je connais les délais de mise en conformité, que dois-je faire et dans quel ordre?

### 1 Je demande un audit à un Expert

- Pour établir le niveau d'accessibilité de chaque site
- Pour publier la déclaration d'accessibilité de chaque site.

### 2 Construire un schéma pluriannuel

Correction des erreurs d'accessibilité (Maintien de l'accessibilité sur les nouvelles fonctionnalités)

### Je base mon audit sur quoi ?

Standard International WCAG 2.2, Norme Européenne (UE) 2019/882 et Référentiel Français RGAA

### Nouvelles Autorités de Contrôle

#### Vers un risque de poursuites judiciaires

- ARCOM pour le public + comm audiovisuelle
- DGCCRF tous les sites proposant des services: ecommerce, media, bancaires, téléphonie, transport
- ARCEP: services de comm électronique
- ACPR, AMF et banque de France pour le secteur bancaire

### Les sanctions?

#### Elles sont cumulatives

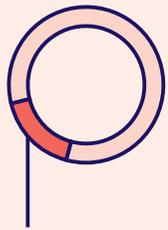
- 50000€ pour le secteur public
- 25000€ pour le secteur privé

Si aucune modification au bout de 6 mois, sanctions reconductibles

- + contravention de 5e catégorie tel que prévu par le code pénal
  - 7500 € (max 15 000 € si récidive) pour la personne morale
  - 1500 € (max 3000 € si récidive) pour les personnes physiques. - Dans certains cas cette sanction peut être proportionnée au nombre de services fournis.
  - Possible confiscation du service

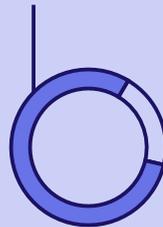
**Vous devez ensuite les publier sur votre site**

## 2. Chiffres et notions clés



**12 millions** de personnes vivent avec un **handicap** en France selon le ministère de la Santé<sup>5</sup>

**80%** d'entre elles sont atteintes d'un handicap dit **invisible**<sup>6</sup>



La France compte **207 000 aveugles** (pas de perception de la lumière) et malvoyants profonds (vision résiduelle limitée à la distinction de silhouettes) ; et **932 000 malvoyants moyens**<sup>7</sup>

<sup>5</sup> <https://drees.solidarites-sante.gouv.fr/sites/default/files/2023-04/Handicap2023.pdf>

<sup>6</sup> <https://www.agefiph.fr/actualites-handicap/secteur-public-un-guide-pour-regarder-le-handicap-invisible>

<sup>7</sup> <https://aveuglesdefrance.org/quelques-chiffres-sur-la-deficience-visuelle/>



Trois personnes sur quatre âgées de plus de 20 ans et 97 % des plus de 60 ans souffrent de **troubles de la vision**<sup>8</sup>

7 millions de Français sont atteints de **troubles dyslexiques**<sup>9</sup>



Le **taux de chômage** des personnes en situation de handicap atteint **14%**, soit **plus du double** de celui de la moyenne nationale<sup>10</sup>

<sup>8</sup><https://drees.solidarites-sante.gouv.fr/publications/etudes-et-resultats/troubles-de-la-vision-sept-adultes-sur-dix-portent-des-lunettes-0>

<sup>9</sup>[https://www.ffdys.com/wp-content/uploads/2019/05/Doss\\_Press\\_Colloque\\_Assemblee\\_Nationale\\_FFdys\\_190527.pdf](https://www.ffdys.com/wp-content/uploads/2019/05/Doss_Press_Colloque_Assemblee_Nationale_FFdys_190527.pdf)

<sup>10</sup><https://handicap.gouv.fr/emploi-des-personnes-en-situation-de-handicap-une-mobilisation-gouvernementale#:~:text=Le%20taux%20de%20ch%C3%B4mage%20des,de%2026%25%20en%20un%20an.>

## Notions clés

### A11y

Raccourci pour désigner l'accessibilité ; vient de l'abréviation des 11 lettres entre le A et le Y de AccessibilitY en anglais

### WCAG

Ou Web Content Accessibility Guidelines

C'est le référentiel d'accessibilité défini par l'organisme de normalisation «world wide web consortium» (W3C) en 1999

### RGAA

Ou Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité

Pour faciliter la mise en accessibilité des sites et services numériques, la Direction Interministérielle du Numérique (DINUM) édite et met à jour le RGAA. Nous en sommes à la quatrième version.

Le RGAA s'inspire directement des recommandations internationales du WCAG et se structure en deux parties :

1, Rappel des obligations légales :

- Déclaration d'accessibilité
- Schéma pluriannuel
- Plan actions de l'année en cours

2, Méthodologie technique : 106 critères à respecter disponible [ici](#)



## Mentions obligatoires à faire apparaître sur le site:

### 1- Déclaration d'accessibilité

Résultat d'une évaluation effective de la conformité du service de communication au public en ligne à la norme de référence. Elle comprend :

#### - Mention d'accessibilité

- « **Accessibilité : totalement conforme** » si tous les critères de contrôle du RGAA sont respectés ;
- « **Accessibilité : partiellement conforme** » si au moins 50 % des critères de contrôle du RGAA sont respectés ;
- « **Accessibilité : non conforme** » s'il n'existe aucun résultat d'audit en cours de validité permettant de mesurer le respect des critères ou si moins de 50 % des critères de contrôle du RGAA sont respectés.

#### - Signalement des contenus non accessibles

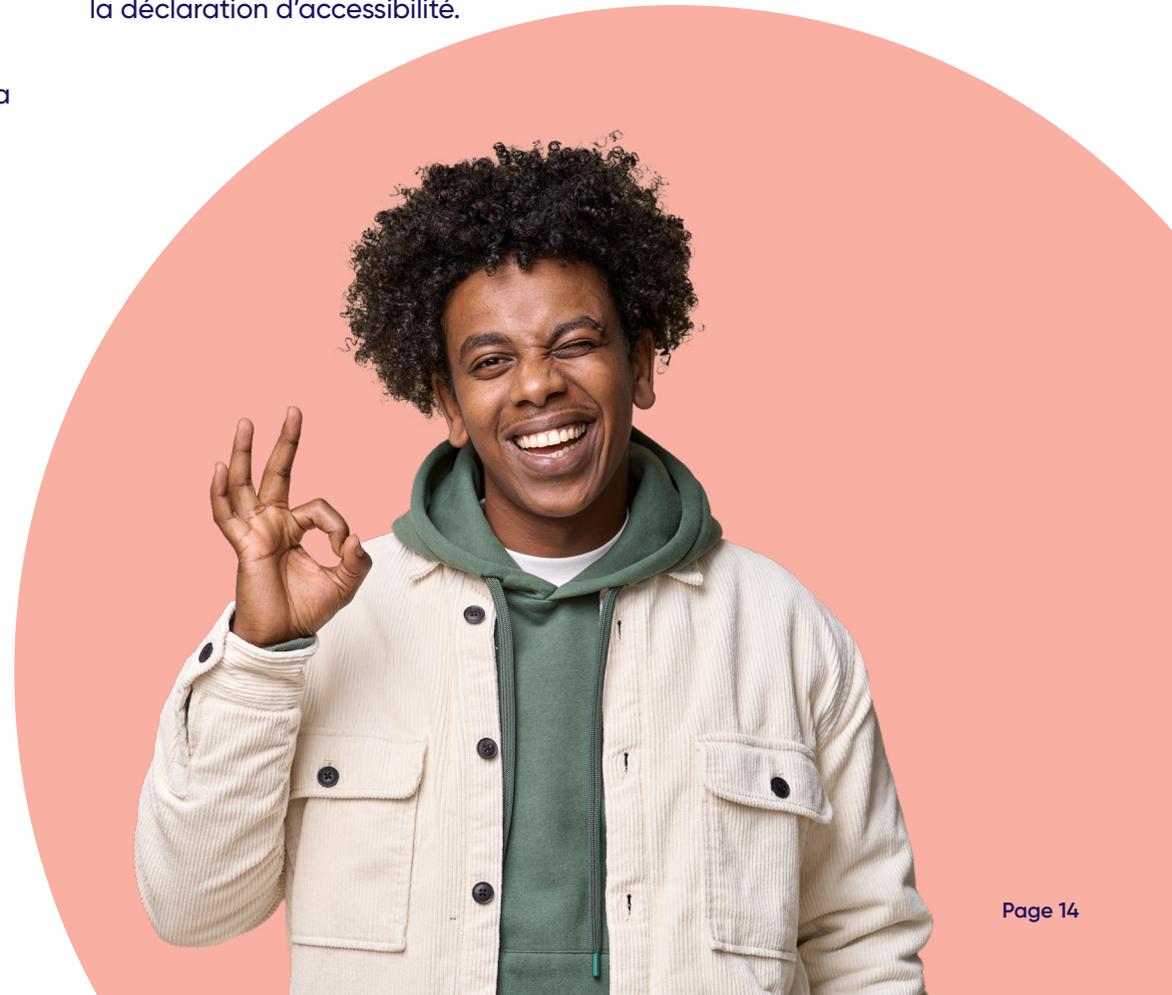
#### - Dispositifs d'assistance ou de contact

### 2- Schéma pluriannuel

Document qui détaille la politique d'accessibilité numérique d'une entité sur une période de trois ans maximum. Il doit contenir des informations sur l'intégration de l'accessibilité dans la stratégie numérique, les ressources allouées, les actions de formation, les tests, les évaluations de conformité, et les mesures correctives. Ce schéma doit être disponible en ligne et lié à la déclaration d'accessibilité des services de communication en ligne de l'entité.

### 3- Plan d'actions

Ces travaux de mise en conformité et les actions en faveur de l'accessibilité numérique sont planifiés annuellement dans des plans d'actions. Le plan d'actions de l'année en cours est également à rendre disponible en ligne et lié à la déclaration d'accessibilité.



# Partie 2

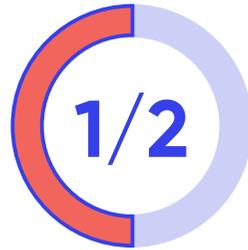
## Baromètre de l'accessibilité numérique



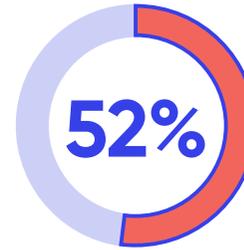
# Principaux enseignements



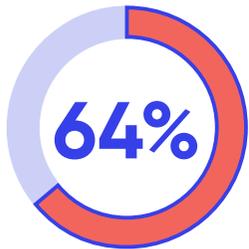
Sur les 50 sites audités, un seul site respecte les obligations légales et publie un taux de conformité à 100%. Il s'agit d'un site du secteur public.



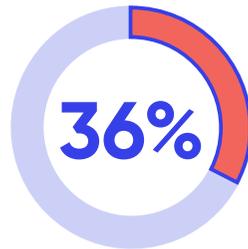
1 site sur 2 ne respecte pas les obligations légales, c'est à dire ne publie pas de déclaration d'accessibilité ni de schéma pluriannuel.



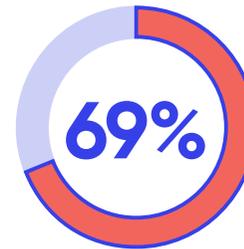
52% des sites audités présentent un taux de conformité inférieur à 50% sur la base des critères analysés.



64% des sites analysés ne publient pas leur taux d'accessibilité.



36%, c'est le taux de conformité moyen des sites de la catégorie e-commerce qui se classent bon derniers.



69%, c'est le taux de conformité moyen des sites publics analysés qui sont, de loin, les plus avancés en termes d'accessibilité.

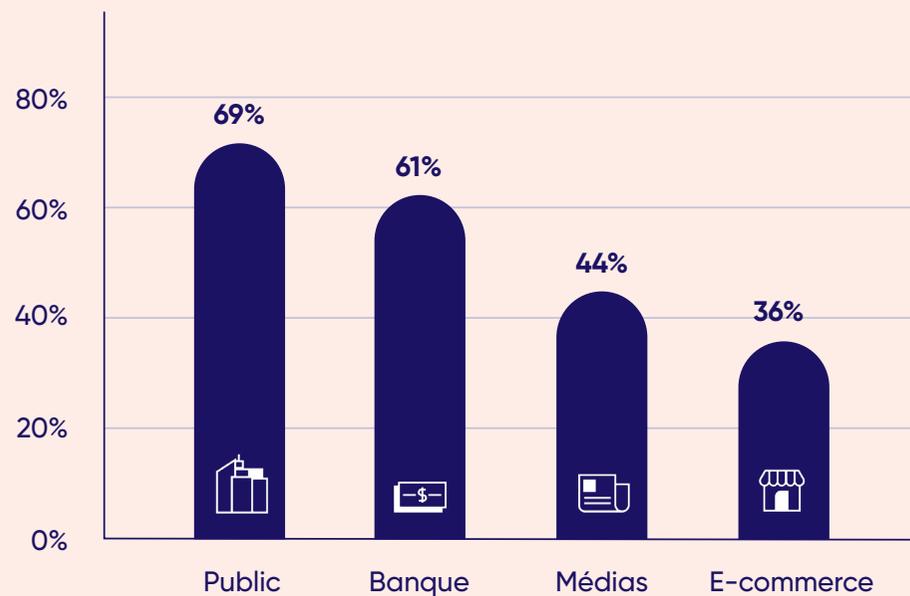
## Précis méthodologique

Les résultats présentés ci-après sont basés sur l'analyse des 50 sites web en France recueillant le trafic le plus important audités de manière automatique et manuelle sur les 11 critères des référentiels d'accessibilité considérés comme les plus bloquants. L'audit a porté sur trois pages de chaque site.

Pour plus d'information sur la méthodologie de l'étude, [RDV en annexe](#) >

# 1. Le niveau de conformité des sites audités

Taux de conformité aux critères étudiés dans le cadre des audits manuels du baromètre



52% des sites présentent un taux de conformité inférieur au minimum requis par le référentiel RGAA (50%)



## a. Une longueur d'avance pour les services publics

Avec un taux moyen de conformité de 69%, les sites publics audités sont, de loin, les plus avancés en termes d'accessibilité. La majorité des sites publics analysés dépassent 70% de conformité, taux témoignant d'une adoption large des bonnes pratiques sur les enjeux les plus bloquants pour les utilisateurs avec des besoins particuliers.

Ce score s'explique en partie par le fait que l'État a introduit en 2005 des obligations d'accessibilité pour les sites des services de l'État ou des collectivités territoriales. Et depuis 2012, tous les sites publics sont soumis à l'obligation d'offrir des services 100% accessibles aux citoyens.

Malgré cette longueur d'avance sur la conformité au référentiel, les sites publics ne sont pas exempts de problématiques d'accessibilité. Selon la DINUM, seules 45% des démarches administratives en ligne les plus courantes sont accessibles aux personnes en situation de handicap. En outre, certains sites jouissant de bon taux de conformité présentent des enjeux d'UX pour les personnes en situation de handicap<sup>11</sup>, notamment des navigations peu intuitives ou des formulaires complexes. Cet aspect est confirmé par les retours des panélistes interrogés.

**“Par manque d'accessibilité, je dois souvent demander de l'aide à une tierce personne pour finaliser une action sur le site”**



Zacharie, 54 ans, artiste peintre & musicien, architecte de formation, mobilité réduite de naissance



## b. Les sites bancaires obtiennent également la moyenne

Les sites bancaires analysés enregistrent un taux de conformité moyen de 61% – moins que les sites publics mais nettement au-dessus de la moyenne des 50 sites audités qui présentent un taux de conformité inférieur à 50%.

On voit probablement ici le fruit des travaux sur l'inclusion financière engagés par l'ACPR et la Banque de France, notamment matérialisés par la signature d'une charte sur l'inclusion, et l'accès des personnes en situation de handicap aux moyens de paiement<sup>12</sup> en 2022.

<sup>11</sup>Présentent un taux de conformité au RGAA de minimum 75% - Réponse du gouvernement à une [question écrite du 10/01/2023](#).

<sup>12</sup>Fédération Française Bancaire - [Accessibilité aux services de paiement des personnes en situation de handicap](#) - 20 octobre 2022



### c. Médias et e-commerce: deux secteurs en retard

Avec des taux de conformité moyens de 44% pour les médias, et de 36% pour le e-commerce, ces deux secteurs sont en-deçà des 50% permettant d'atteindre un niveau "partiellement conforme" au RGAA. C'est la preuve que l'accessibilité numérique n'a jusqu'ici pas été une priorité dans la stratégie de transformation digitale de ces entreprises.

Même si ces résultats doivent être nuancés pour les sites médias sur certains critères, il s'agit d'un des constats les plus surprenants de

l'étude. En effet, les sites médias et e-commerce opèrent dans un environnement très concurrentiel, avec des modèles économiques qui consistent à allonger la durée des sessions utilisateurs et miser sur la rétention.

Il est donc étonnant qu'au-delà des enjeux sociétaux, réglementaires et réputationnels, ces secteurs ne se soient pas saisis de l'accessibilité comme une opportunité économique.

#### Négliger l'accessibilité peut coûter bien plus qu'une amende

Selon une récente étude de The Valuable 500, les personnes en situation de handicap contrôlent plus de 13 000 milliards de dollars de revenu annuel disponible!<sup>13</sup>

<sup>13</sup><https://www.thevaluable500.com/wp-content/uploads/2022/05/The-Valuable-Truth-2022.pdf>

#### "Je banni les sites trop complexes, cela créé une pollution visuelle"



Marie, 47 ans,  
avocate,  
autisme, surdité  
centrale sévère et  
dyspraxie  
visuo-spatiale

Les panélistes sont unanimes sur le fait qu'ils sont fidèles aux marques e-commerce qui sont sensibles à l'accessibilité et au design inclusif.

Pour les personnes en situation de handicap, les sites e-commerce sont souvent trop complexes : trop d'informations, trop de contenu dynamique, et un contenu pas assez contrasté.

Les panélistes ont évoqué leur préférence pour les sites qui proposent un "achat rapide" et où la commande est passée en moins de 3 clics, à condition bien sûr que cette fonctionnalité soit accessible aux personnes en situation de handicap.

#### "J'abandonne au bout de 5 min et je retourne sur le site concurrent, celui d'Amazon"



Lucie, 44 ans, sans  
emploi, cécité de  
naissance

2.

## La transparence reste très faible en matière d'accessibilité

Aujourd'hui, **1 site sur 2** ne respecte pas les obligations légales en matière d'accessibilité numérique.

En effet, la loi exige que chaque site publie une déclaration d'accessibilité afin de partager son niveau de conformité (totalement conforme, partiellement conforme ou non conforme), de signaler les contenus non-accessibles et d'indiquer les voies de recours en cas de problème d'accessibilité.

Chaque site couvert par les obligations légales doit publier son schéma pluriannuel comprenant la stratégie de l'organisation en matière d'accessibilité et une feuille de route à trois ans. Le schéma pluriannuel a pour but d'informer le public des actions mises en place pour améliorer l'accessibilité du

site et atteindre la conformité au RGAA. Les sites sont également tenus de publier un plan d'actions pour l'année en cours.

En outre, **64% des sites analysés ne publient pas leur taux d'accessibilité**, probablement parce qu'ils n'ont pas réalisé d'audit ou que le résultat obtenu est jugé trop faible.

Ce manque de transparence montre que jusqu'à présent ces obligations légales ne faisaient l'objet d'aucun contrôle. C'est dommageable pour les utilisateurs qui ne peuvent pas prioriser les sites indiquant les niveaux d'accessibilité les plus élevés. Et cela ne favorise pas non plus l'émulation collective.



## 3.

## Parcours utilisateur : les défis d'accessibilité à travers les critères les plus bloquants

Les 11 critères considérés comme les plus bloquants retenus dans cette étude peuvent être classés en quatre catégories.



### La navigation clavier

qui offre une alternative à la souris pour les utilisateurs ayant des déficiences motrices (paralysies, tremblements...) ou visuelles pour les utilisateurs naviguant avec des lecteurs d'écran ou clavier braille.



### L'espacement de texte

qui doit pouvoir être personnalisé pour permettre aux utilisateurs porteurs de déficiences visuelles ou ayant des troubles cognitifs comme la dyslexie de lire les textes sans perte de contenu.



### Images et alternatives médias

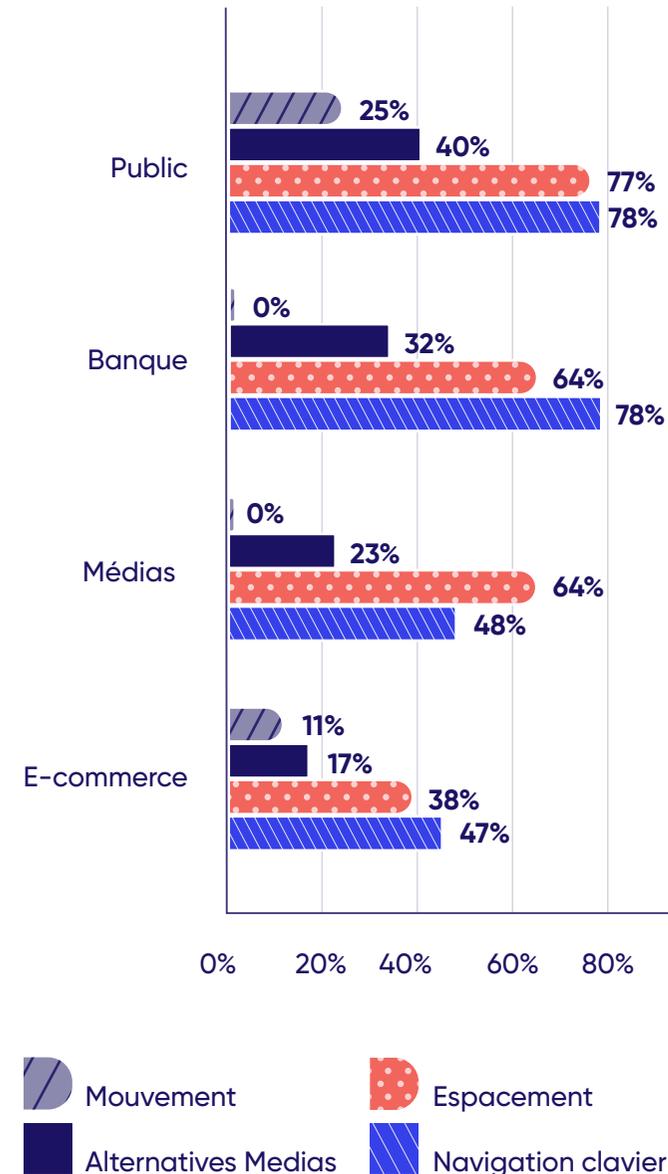
qui ajoutent un descriptif textuel ou audio aux contenus images ou vidéos, – fonction importante pour les utilisateurs déficients visuels ou auditifs.



### Les contenus en mouvement ou clignotant

qui doivent pouvoir être contrôlés par l'utilisateur afin d'éviter toute gêne aux utilisateurs porteurs de troubles cognitifs ou neurologiques comme l'épilepsie.

Taux de conformité par typologie de critères issus des audits manuels réalisés dans le cadre du baromètre





## a. Navigation par clavier

On constate globalement un engagement assez fort sur ce critère, en particulier pour les sites publics et bancaires pour lesquels on trouve des taux de conformité autour de 80%.

Avec un taux de 47% pour les sites e-commerce et de 48% pour les sites média, il reste encore des efforts à faire pour optimiser la navigation par clavier et s'assurer de la compatibilité avec les technologies d'assistance.

**"Je passe parfois 1 heure à remplir un questionnaire et arrivée à la fin, je ne peux pas cocher la case de consentement qui n'est pas accessible au clavier"**



Virginie, 49 ans, comédienne, malvoyante de naissance





## b. Modulation d'affichage des textes

De nombreuses personnes en situation de handicap, notamment déficientes visuelles ou ayant des troubles cognitifs, peuvent avoir des préférences spécifiques en matière d'espacement du texte ou de taille de caractère afin d'en assurer la lisibilité. C'est par exemple le cas des personnes dyslexiques ou atteintes de déficiences altérant la vision de près.

De manière générale, le taux de conformité constaté sur ces critères est plutôt élevé, témoignant d'une bonne appropriation des fonctionnalités d'espacement de texte et de zoom.

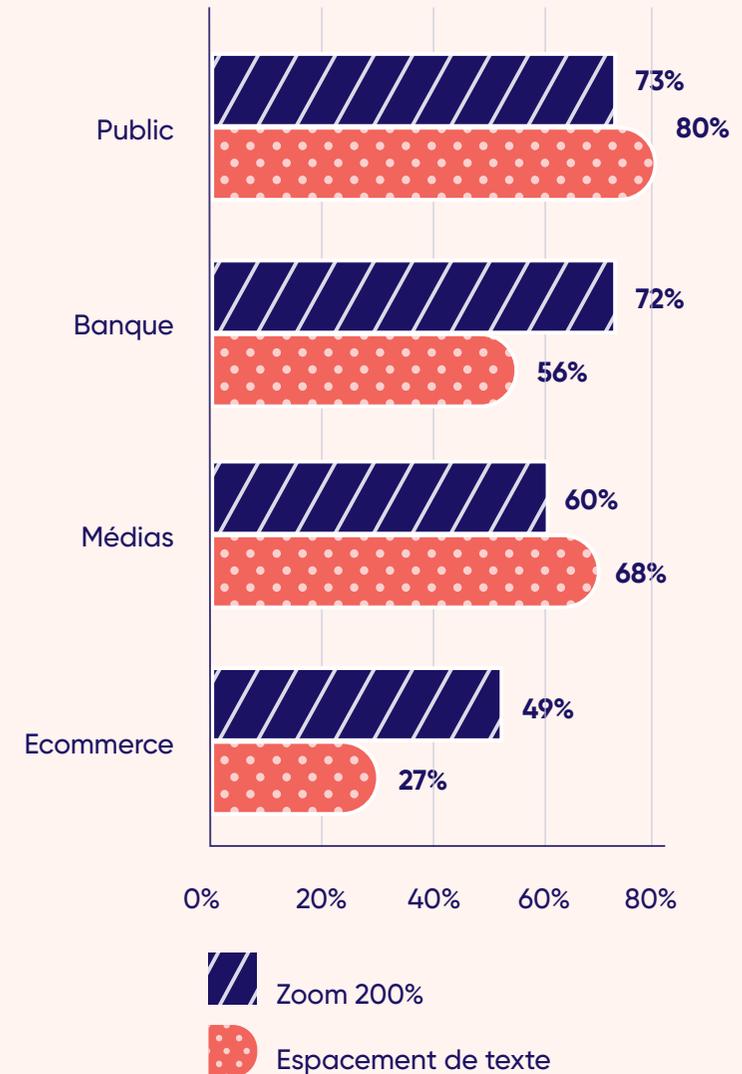
Les sites e-commerce se démarquent néanmoins avec des taux de conformité inférieurs à 50%.

A l'inverse, on peut voir que les sites publics ont travaillé sur ces critères de lisibilité et se classent à nouveau premiers avec une conformité à 77%.

Les sites bancaires font eux aussi preuve d'une adoption assez répandue de ces pratiques.

Les sites médias bénéficient d'un taux de conformité plutôt élevé sur ces critères, 68% pour les espacements de textes et 60% pour le zoom à 200%. De tous les critères analysés, ce sont ceux qui ont été le mieux traités par les sites médias, ce qui semble en ligne avec l'impératif de garantir une lecture optimale sur des sites où le texte est au cœur des contenus.

Taux de conformité de la modulation d'affichage des textes par secteurs





### Note de l'expert

Le plus important dans la personnalisation de l'affichage des pages est de s'assurer qu'aucune information n'est perdue lorsque l'utilisateur adapte la page à ses besoins.



### Zoom 200%

Lorsque le texte devient illisible à un zoom de 200 %, il bloque ou entrave l'accès à l'information des utilisateurs malvoyants et dégrade fortement l'expérience des utilisateurs atteints de déficiences visuelles.



## c. Images et alternatives média

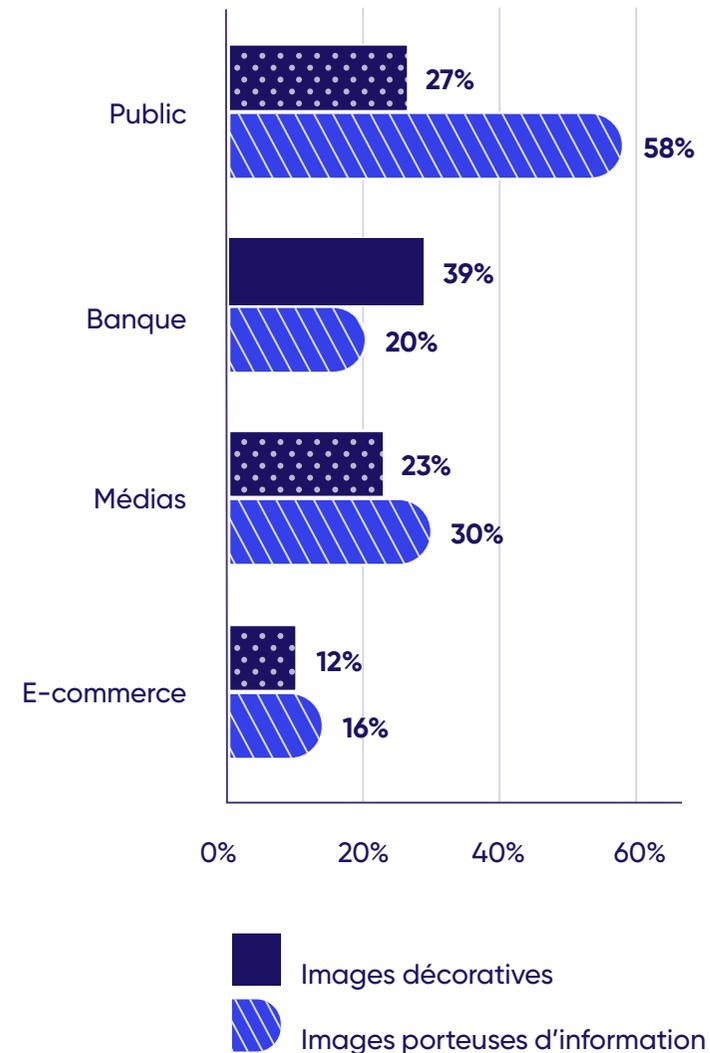
### IMAGES

Le taux de conformité au critère des images dites décoratives est compris entre 12% et 39% et le taux de conformité au critère des images porteuses d'information est compris entre 16 et 30%.

On remarque que sur les sites publics qui sont soumis à des normes plus strictes, les images porteuses d'informations sont mieux gérées avec un taux de 58% de conformité. Les images illustratives, par contre, sont loin d'être optimisées, avec un taux de conformité de seulement 27%. Les sites e-commerce obtiennent un taux particulièrement faible sur ces critères, ce qui est préoccupant compte tenu de la très forte présence de visuels sur cette typologie de site.

Les sites bancaires et médias, quant à eux, obtiennent des taux de conformité de moins de 30% sur ces critères relatifs aux images. C'est particulièrement bas pour les médias qui recourent à une quantité croissante de contenus images et vidéos.

Taux de conformité par secteurs pour les images décoratives et images porteuses d'information

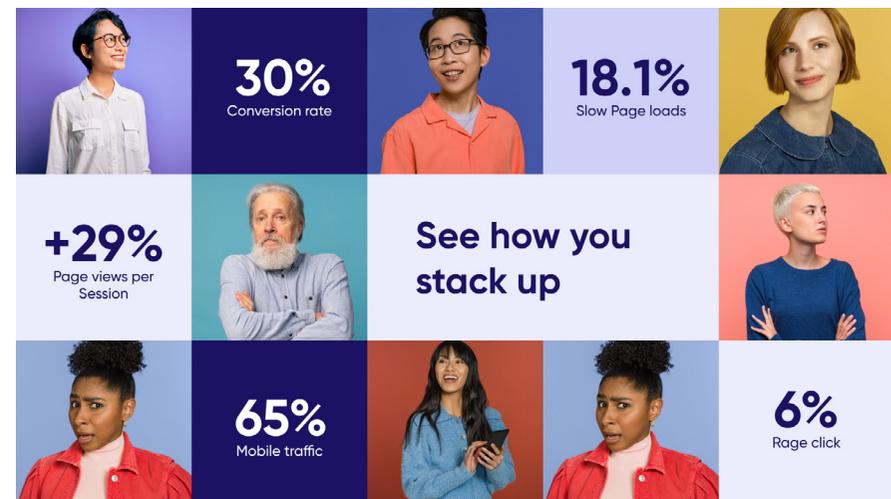


## Voici un exemple:

### image décorative



### Image porteuse d'information



#### Note de l'expert

Il est important que les images porteuses d'information aient une alternative textuelle afin de permettre aux utilisateurs de technologies d'assistance comme les lecteurs d'écran d'avoir accès à cette information.

A l'inverse, les images décoratives doivent pouvoir être ignorées par les technologies d'assistance car elles ne comportent pas d'informations essentielles à l'utilisateur. Une alternative textuelle sur une image décorative peut représenter une surcharge cognitive pour les utilisateurs de ces technologies d'assistance alors qu'elles ne lui sont pas utiles. L'un dans l'autre, gérer convenablement les alternatives textuelles sur les images est donc essentiel pour ces utilisateurs.

## ALTERNATIVES MÉDIAS

Les transcriptions textuelles ou les descriptions audio quant à elles permettent aux personnes déficientes visuelles ou ayant des troubles auditifs d'accéder au contenu et de le comprendre.

A travers l'analyse des différents sites, nous avons pu remarquer que **les sous-titres sont présents environ une fois sur deux, tandis que les transcriptions et/ou audiodescriptions ne le sont presque jamais.**

**Il s'agit d'un critère sur lequel l'ensemble des secteurs obtiennent de mauvais taux.**

Les sites publics font encore preuve d'une adoption supérieure aux autres mais ne parviennent tout de même pas à atteindre 50% de conformité.



### Note de l'expert

Nous connaissons tous les sous-titres à travers les films et séries TV en langues étrangères, mais aussi les réseaux sociaux que nous consultons sans le son dans les endroits publics. Pourtant, c'est aux utilisateurs sourds qu'ils sont le plus utiles.

A l'inverse, nous connaissons beaucoup moins les transcriptions et audio-descriptions qui sont indispensables aux utilisateurs aveugles ou sourds. Sans cela, ces utilisateurs ne peuvent pas avoir accès à l'intégralité des informations contenues dans les vidéos, notamment les informations fournies visuellement uniquement comme par exemple une date ou un lieu clés écrits sur le fond d'une vidéo où quelqu'un annonce un événement.





## d. Contenus en mouvement

Les animations ou contenus en mouvement (carrousels, images animées ou vidéos affichées en fond...) peuvent être très perturbants pour les utilisateurs. Pour un design inclusif, il est recommandé d'éviter les contenus en mouvements. Le RGAA et les WCAG demandent à minima à ce que ces contenus puissent être mis en pause.

**Or, sur l'ensemble des pages analysées, les contenus en mouvement ne peuvent généralement pas être contrôlés par les utilisateurs.**



## Focus sur les carrousels

Les carrousels ne sont pas recommandés pour l'accessibilité numérique en raison de plusieurs limitations, notamment :

- Les carrousels sont en mouvement constant et peuvent rarement être stoppés.
- Il est techniquement difficile de rendre la navigation accessible.
- Les alternatives sur les images sont souvent mal renseignées.

Parallèlement, des problématiques UX (user experience) sont aussi à noter pour les carrousels :

- Faible taux de conversion : Les **études** montrent que les utilisateurs interagissent très peu avec les carrousels, avec seulement 1 % de clics, principalement sur la première diapositive.
- Les carrousels peuvent être perçus comme des publicités, ce qui fait que les utilisateurs les ignorent, de la même manière qu'ils ne regardent plus les bannières publicitaires.
- Contrôle limité de l'utilisateur : Les carrousels limitent souvent le contrôle de l'utilisateur sur la navigation, nuisant à l'expérience utilisateur.
- Les carrousels présentent souvent trop d'options, ce qui peut noyer l'utilisateur sous une multitude de choix, le laissant indécis.



4.

## Entraves à la navigation: la parole aux utilisateurs

Au-delà des erreurs d'accessibilité signalées grâce des audits, nous avons souhaité aller plus loin pour comprendre les problématiques concrètes rencontrées par des personnes en situation de handicap.

Lors des focus groupes réalisés, les panélistes ont aussi évoqué rencontrer fréquemment des problèmes bloquant parfois totalement leur navigation.

La majorité des panélistes interrogés affirment que les applications sont souvent plus adaptées à leurs besoins et offrent une meilleure expérience utilisateur; moins d'informations superflues, plus de clarté dans les contenus.



## a. Les cookies

Les bannières de consentement aux cookies sont aujourd'hui présentes sur presque tous les sites. Elles posent souvent des problèmes d'accessibilité.

Les bannières étant ajoutées par-dessus le contenu principal de la page, il n'est pas possible d'interagir avec le site tant qu'on n'a pas fermé la bannière et accepté la politique de confidentialité.

**"Les cookies s'affichent de façon différente sur chaque site. Ce n'est pas uniforme. Ça peut être un pop-up, ça peut être une barre qui va se mettre en bas de l'écran. Ça peut être tout simplement un petit carré en bas à gauche. Dès qu'on va changer de site ce sera différent"**



Victor, 24 ans, étudiant en communication, TDAH et astigmatie

**"Il y a une autre chose que je trouve assez pénible, et qui est récurrente aujourd'hui. C'est lorsqu'on arrive sur un site, il y a des des consentements et des cookies, et ce n'est pas du tout harmonisé, c'est la croix et la bannière de savoir si on doit cliquer ou pas cliquer. On doit dérouler toute une page pour finalement vérifier que tout est inactif, ou pas"**



Zacharie, 54 ans, artiste peintre et musicien, mobilité réduite, de naissance



### Note de l'expert

Les outils et plug-ins de bandeaux de cookies sont pour la plupart très peu accessibles.

A cela s'ajoute le fait qu'ils sont souvent personnalisables et qu'une entreprise peut par exemple y appliquer des couleurs qui ne seront pas suffisamment contrastées.

Paradoxalement, c'est ici une évolution positive de la réglementation au profit du respect de la vie privée qui amène une nouvelle problématique majeure d'accessibilité.

**Il est primordial de garantir l'accessibilité des bannières de consentement pour permettre à tous les utilisateurs d'accéder au site.**

## b. Formulaire et autocomplétion

### FORMULAIRES

Les formulaires jouent un rôle essentiel pour les sites Web. Leur fonction peut être multiple : créer un compte, se connecter, effectuer un paiement, envoyer des messages, etc. Ils sont donc partout et absolument nécessaires aux utilisateurs dans leurs interactions avec les sites.

Indispensables et difficilement remplaçables, ils constituent un point de frustration souvent cité par les personnes en situation de handicap.

En effet, lorsqu'on remplit un formulaire, l'étiquette permet de savoir quelle information est attendue dans le champ correspondant.



#### Note de l'expert

L'étiquette d'un champ doit être **placée au-dessus ou juste à côté du champ**, de manière à y être **associée visuellement**.

**Ce lien doit également exister dans le code**, afin que les logiciels de lecture d'écran ou de commande vocale puissent identifier quel champ correspond à quelle étiquette.

**"J'ai besoin que ma technologie d'assistance puisse me lire les champs des formulaires, notamment dans le cadre de la livraison d'un produit à mon domicile"**



Marie, 43 ans, avocate, atteinte du spectre autistique, de surdité centrale sévère et dyspraxie visuo-spatiale



## AUTO-COMPLÉTION

L'auto-complétion est proposée pour faire gagner du temps, mais elle peut être contre-productive lorsqu'elle est mal gérée.



### Note de l'expert

L'auto-complétion est trop souvent mal gérée par les sites, ce qui entraîne plus de travail de la part de l'utilisateur, alors que l'intention est, au contraire, de lui épargner des charges cognitives et fonctionnelles.

En effet, il devra remplir manuellement les champs, voire même devra corriger les informations erronées pré-remplies par le navigateur parce que l'auto-complétion n'était pas convenablement définie dans le code sur certains champs.

**S'assurer que les éléments permettant l'auto-complétion correspondent bien aux éléments requis dans les champs permettra de rendre à cette fonctionnalité son rôle de facilitateur.**

"Nous n'avons pas une vue d'ensemble. C'est comme quand ça ne remplit pas une case. Quand on voit, on voit tout de suite si ce n'est pas la bonne case. Tandis que nous, si la synthèse vocale ne lit pas case par case on ne le sait pas. Donc on va essayer de valider, validation impossible car il va manquer des informations"



Marius, 63 ans, kinésithérapeute à la retraite, cécité depuis la naissance

"J'utilise beaucoup le mode lecture, afin de personnaliser le texte en fonction de la taille de police, du contraste etc.. Sauf qu' il n'y a pas ce genre de système pour un formulaire de remplissage. Dans ce cas, je me retrouve face à un problème. Donc je suis obligé de zoomer, de me rapprocher de l'écran. Enfin, c'est toute une gymnastique"



Maël, 30 ans, graphiste, malvoyance acquise au cours de la vie

## c. Captcha

Le CAPTCHA (acronyme de l'anglais «Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart») est une mesure de sécurité de type «authentification par question-réponse». Cette mesure permet de protéger les comptes des spams et d'empêcher toute tentative de décryptage des mots de passe via un test simple visant à vérifier que c'est bien un humain et non un ordinateur qui tente d'accéder au compte.

Il existe différents types de Captcha, des séquences aléatoires de lettres et/ou de chiffres qui apparaissent de manière déformée, ou des images cliquables. Pour réussir le test, il est nécessaire soit de saisir les caractères de l'image dans la zone de texte, soit de reconnaître et cliquer directement sur des images.

Les captcha représentent un réel casse-tête pour les personnes en situation de handicap car il n'existe pas d'alternatives textuelles.

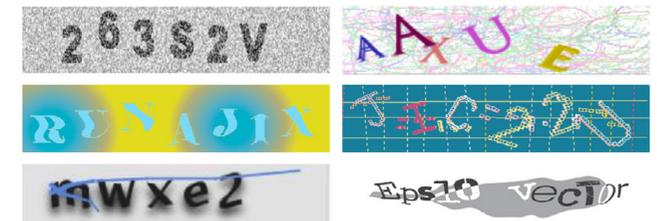
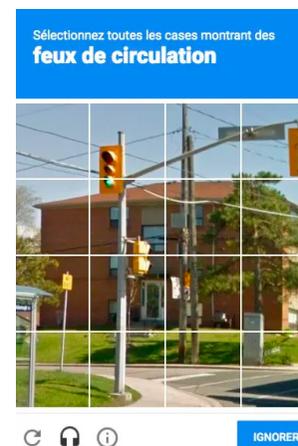
En effet, les alternatives textuelles pourraient fournir l'information aux robots malveillants et rendraient le Captcha inefficace.

**“C'est ma bête noire, on ne sait jamais sur quoi on va tomber, ce qui est certain c'est qu'on va devoir demander de l'aide car c'est le meilleur exemple de l'exclusion numérique. Même pour les voyants, c'est un casse-tête chinois”**



Maël, 30 ans, graphiste, malvoyance acquise au cours de la vie

### Voici deux exemples de Captcha :



## d. Pop up dynamiques et publicités

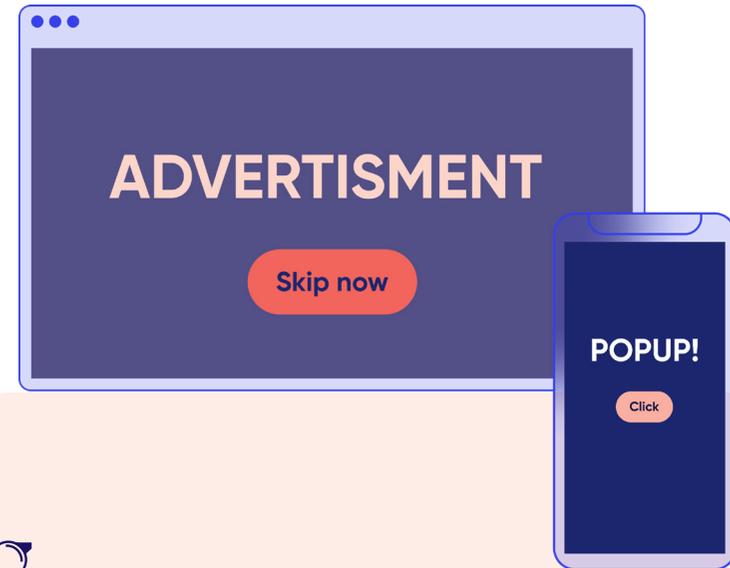
Toutes les personnes interrogées s'accordent à dire que les contenus publicitaires ou pop-ups/pop-in dynamiques s'affichant de manière intempestive durant leur navigation sont extrêmement problématiques. C'est encore plus bloquant pour eux lorsque les boutons fermés ne sont pas visibles ou accessibles facilement.

**L'usage des adblock devient nécessaire aux utilisateurs en situation de handicap qui les utilisent pour contourner ces contenus intrusifs et bloquants.**

**"Si jamais un jour je n'ai plus Adblock, je pense que ça va devenir très compliqué parce que la plupart des pubs sont dynamiques contrairement au site qui est plutôt statique. Et je trouve que cette différence-là, elle n'est pas simple à gérer"**



Thomas, 32 ans, consultant et stand-upper, mobilité et dextérité réduites, situation évolutive



### Note de l'expert

Les pop-in (ou fenêtres modales) présentent divers problèmes d'un point de vue accessibilité :

- Ils sont en effet difficiles à rendre accessibles via la navigation clavier.
- On trouve souvent des ouvertures spontanées (c'est-à-dire n'étant pas issues de l'activation d'un bouton par un utilisateur), qui peuvent surprendre et perturber les utilisateurs.
- Les utilisateurs de zoom ou de loupes d'écran ne sont pas toujours informés de leur ouverture et peuvent par conséquent être bloqués dans leur navigation.

## e. Contraste

Des couleurs suffisamment contrastées entre les textes ou images et leur fonds sont absolument nécessaires pour les utilisateurs ayant des déficiences visuelles telles que le daltonisme, la cataracte ou autres. Un faible contraste ne leur permettra pas de distinguer convenablement deux éléments de couleurs proches. Ils auront ainsi du mal à percevoir les textes ou les éléments graphiques porteurs de sens comme des icônes par exemple.



### Note de l'expert

Les contrastes sont l'un des critères les plus connus de l'accessibilité, pourtant, ils sont très rarement pris en compte dans la conception d'un site internet !

Les déficiences visuelles ne concernent pas que les personnes aveugles. Beaucoup peuvent voir, mais leur vision est réduite ou altérée. C'est à cette deuxième catégorie d'utilisateurs déficients visuels que les contrastes sont essentiels.

De plus, on peut noter qu'un contraste de couleur suffisant peut être bénéfique à d'autres utilisateurs comme les personnes dyslexiques.

Avoir un ratio de contraste minimum de 4.5:1 sur tous les textes et éléments graphiques du site permettront de s'assurer que l'ensemble des contenus seront suffisamment contrastés, visibles et lisibles.

"Il y a un autre point fort que j'avais trouvé sur certains sites, notamment le site « ameli.fr » où je pouvais personnaliser les contrastes. Je trouve cette personnalisation plutôt intéressante, du moins pour une personne qui serait âgée, qui commencerait à faire face à des problèmes de vue et qui ne saurait pas le paramétrer sur son ordinateur pour améliorer toutes les questions d'accessibilité"



Maël, 30 ans, graphiste, malvoyance acquise au cours de la vie

## Les sentiments les plus fréquents face à l'inaccessibilité du web



# Conclusion



Cette première étude souligne que les efforts visant à améliorer l'accessibilité des sites web demeurent insuffisants, que ce soit du côté du design ou du développement. Les experts de l'accessibilité s'accordent à constater que de nombreuses entreprises perçoivent encore l'accessibilité comme une contrainte limitant la créativité et coûteuse à mettre en œuvre.

S'il est aisé de démontrer le contraire, il faut bien reconnaître que l'expertise autour de l'accessibilité numérique fait aujourd'hui défaut dans de très nombreuses entreprises.

Force est de constater qu'aujourd'hui il est difficile de trouver des professionnels, développeurs, web et UX designers, correctement formés à l'accessibilité numérique. Rares sont les formations aux métiers du numérique qui incluent l'accessibilité dans le tronc commun des cursus.

**Former est la condition sine qua non pour généraliser la mise en place des bonnes pratiques du design inclusif** – non seulement lors de la conception des sites et des applications, mais sur la durée.

La formation et la sensibilisation à l'accessibilité numérique, c'est la mission de la Contentsquare Foundation. Nous avons formé plus de 30 000 personnes, étudiants et professionnels, aux bases de l'accessibilité sur les deux dernières années.

Il existe 14 000 formations aux métiers du numérique en France<sup>14</sup>. Le passage à l'échelle implique une mobilisation des pouvoirs publics pour faire évoluer les référentiels de formation.

Le secteur du numérique en France est particulièrement dynamique avec des offres d'emplois qui ont crû de 66% entre 2018 et 2022<sup>15</sup>.

C'est une opportunité majeure pour construire un web plus inclusif et responsable.



<sup>14</sup>[https://www.grandecolenumerique.fr/sites/default/files/GEN\\_RapportObsGENScan\\_A4\\_Light.pdf](https://www.grandecolenumerique.fr/sites/default/files/GEN_RapportObsGENScan_A4_Light.pdf)

<sup>15</sup> Etude OCDE - Randstad sur les compétences numériques, décembre 2022

# À propos



En 2021, Contentsquare a lancé la Fondation Contentsquare avec pour mission d'aider à faire tomber les barrières d'accessibilité en ligne qui empêchent beaucoup d'entre nous de profiter pleinement du web. Notre vision est avant tout de contribuer à la construction d'un monde digital équitable et inclusif.

Fondée et dirigée par **Marion Ranvier**, et présidée par **Jonathan Cherki**, la Contentsquare Foundation se consacre à la sensibilisation aux enjeux d'accessibilité digitale.

Nous savons qu'une société digitale inclusive et équitable ne naîtra pas du jour au lendemain. Nous savons aussi qu'un vrai changement de mentalités est nécessaire pour défaire les

barrières d'accès au numérique de manière systémique pour les personnes en situation de handicap. Cela demande du temps et de l'éducation. Aujourd'hui, les connaissances et les cas pratiques au sujet de l'accessibilité numérique peuvent être difficiles à acquérir, et encore plus difficiles à être appliquées.

C'est pourquoi, en définissant nos objectifs, nous avons évalué ce que nous pouvions accomplir sur le court terme pour réduire les écarts tout en identifiant les projets sur lesquels concentrer nos efforts et allouer nos ressources dès maintenant pour renforcer l'accessibilité digitale à long terme.

## Nous avons défini trois objectifs essentiels



### #1 À court terme

Soutenir le développement et l'adoption d'un outil de technologie d'assistance pour rendre le contenu digital accessible aux personnes en situation de handicap.



### #2 À moyen terme

Renforcer la sensibilisation au sujet des standards d'accessibilité digitale et la mise en lumière des bonnes pratiques dans le secteur privé.



### #3 À long terme

Approfondir notre compréhension de l'accessibilité digitale grâce à la recherche et promouvoir le design inclusif dans l'enseignement supérieur.

En se basant sur ces objectifs à court, moyen et long termes, nous avons lancé plusieurs initiatives et atteint les résultats suivants.

Readapt :

**+1800 téléchargements et 77 500+ textes numériques adaptés**

depuis le lancement en Juillet 2022

**+30000 personnes sensibilisées au sujet de l'accessibilité**

**+ de 100 interventions et événements**

# Annexes

# Les différents handicaps

En France, le handicap est défini comme toute limitation d'activité ou restriction de participation à la vie en société subie dans son environnement par une personne en raison d'une altération substantielle, durable ou définitive d'une ou plusieurs fonctions physiques, sensorielles, mentales, cognitives ou psychiques, d'un polyhandicap ou d'un trouble de santé invalidant (article L. 114 du code de l'action sociale et des familles).

## Pour ce qui est des handicaps relatifs à l'accessibilité numérique :

### Déficience visuelle

Les personnes ayant une déficience visuelle, incluent les personnes aveugles ainsi que les personnes malvoyantes ayant des troubles visuels ou une basse vision. Ces utilisateurs naviguent principalement à l'aide du clavier, de lecteurs d'écran, d'écrans en braille, d'entrées vocales ou de loupes d'écran. Ils ont besoin d'équivalents textuels pour les images et de descriptions audio pour les vidéos.

### Le chiffre clé

1 personne sur 10  
soit 253<sup>16</sup> millions  
sont aveugles ou  
déficiences visuelles  
dans le monde

<sup>16</sup><https://aveuglesdefrance.org/quelques-chiffres-sur-la-deficience-visuelle/#::-text=Selon%20les%20estimations%2C%20253%20millions.de%2050%20ans%20et%20plus.>



## Mobilité réduite

Les personnes à mobilité réduite, qui ont des difficultés ou l'impossibilité de déplacer une ou plusieurs parties de leur corps en raison de diverses affections telles que la paralysie, les maladies neurologiques, les traumatismes liés aux stress répétitifs, l'arthrite, etc. Ces utilisateurs peuvent avoir des difficultés à utiliser la souris ou le clavier et utilisent des technologies d'assistance, telles que des appareils ou joysticks adaptés, des commandes vocales.

### Le chiffre clé

75 millions<sup>17</sup> de personnes ont une mobilité réduite dans le monde

<sup>17</sup><https://webzine.okeenea.com/chiffres-handicap-monde-2021/>

<sup>18</sup><https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/deafness-and-hearing-loss#:~:text=Au%20niveau%20mondial%2C%201%2C5,besoin%20de%20services%20de%20r%C3%A9adaptation>

## Audition

Les personnes sourdes, avec une déficience auditive profonde, ou malentendantes, avec des difficultés à entendre de manière fiable. Les technologies d'assistance pour ce groupe incluent le sous-titrage et les transcriptions.

### Le chiffre clé

466 millions<sup>18</sup> de personnes sont sourdes dans le monde



## Déficience cognitive

Les personnes ayant une déficience cognitive, englobant des difficultés d'apprentissage, la dyslexie, les troubles de l'attention et de l'hyperactivité, de la mémoire, etc. Les déficiences cognitives affectent la capacité à accéder à l'information, la traiter et s'en souvenir. Les technologies d'assistance utilisées par ce groupe incluent des aides à la prédiction de mots et des aides à la compréhension de la lecture et de l'écriture.

### Le chiffre clé

1 personne sur 10  
(soit 700 millions) est  
dyslexique dans le  
monde



La prise en compte de ces divers besoins est essentielle pour rendre le web accessible à tous les utilisateurs, indépendamment de leurs incapacités ou limitations.

# Méthodologie des audits



## Témésis

Temesis est une agence de conseil numérique responsable. Temesis accompagne ses clients dans la prise en compte de l'accessibilité, de l'éco-conception et du respect des données utilisateurs de leurs services et contenus numériques au travers d'actions de conseil, de formation et d'audit.

numerik\_eu

## Numérik-ea

Numerik-ea est une agence web spécialisée dans l'accessibilité numérique.

Entreprise adaptée - l'équipe est composée majoritairement de personnes en situation de handicap - l'agence est engagée pour un web accessible à tous.

Nos partenaires ont mené des audits automatisés et manuels des 50 sites listés en annexe.

Nous nous sommes appuyés sur le **RGAA** (Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité) dans sa version 4.1.2 en sélectionnant uniquement quelques critères. Il ne s'agissait pas de réaliser un audit de conformité mais de :

- **faire apparaître une tendance du niveau d'accessibilité**
- **mettre en évidence les manquements**

Le choix de ces critères a reposé principalement sur les objectifs suivants :

- **le critère doit avoir un impact utilisateur fort**
- **le critère doit être suffisamment discriminant / différenciant**
- **le critère doit nécessiter une expertise humaine et ne pas être automatisable**
- **le critère doit être compréhensible par le plus grand nombre**

## Liste des 11 critères sélectionnés

- Images : absence de restitution des images décoratives ([critère #1.2](#))
- Images : pertinence des images porteuses d'information ([critère #1.3](#))
- Images : présence d'une description détaillée pour les images porteuses d'informations ([critère #1.6](#))
- Vidéos : présence d'une transcription textuelle ([critère #4.1](#))
- Vidéos : présence d'un sous-titrage synchronisé ([critère #4.3](#))
- Lisibilité du contenu avec agrandissement à 200 % ([critère #10.4](#))
- Lisibilité du contenu avec les propriétés d'espacement du texte ([critère #10.12](#))
- Visibilité du focus ([critère #10.7](#))
- Cohérence de l'ordre de tabulation ([critère #12.8](#))
- Absence de piège au clavier ([critère #12.9](#))
- Contrôle par l'utilisateur des éléments en mouvement ou clignotant ([critère #13.8](#))

## Choix de l'échantillon

L'échantillon des sites choisis pour ce baromètre est basé sur une liste des 50 sites les plus visités en France à un instant "T" et sur la base du ranking du [Ptit Digital](#)

### Note :

- Cette liste évolue dans le temps régulièrement.
- Cette liste est non exhaustive.
- Certains sites qui ne nous paraissent pas pertinents ont été retirés de la liste (GAFA, réseaux sociaux, sites pornographiques,...)

## Catégories de sites

Ces sites ont été classés en 4 catégories définies comme suit :

**Banque** : nous avons retenu 6 des plus grandes banques en France, incluant des banques en ligne.

**E-commerce** : nous avons retenu 17 sites E-commerce à travers différentes industries.

**Secteur public** : nous avons retenu 9 sites du secteur public hébergeant une importante quantité de démarches administratives en ligne.

**Médias** : nous avons listé 18 sites éditoriaux. Cela comprend des sites de média journalistiques ou non, mais aussi tout autre site dont les contenus sont essentiellement éditoriaux et ne comportent pas ou très peu de vente de produits ou services en ligne.

## Échantillon des 50 sites audités



### Banque

[Boursorama Banque](#)

[Société Générale](#)

[Credit Agricole](#)

[BNP Paribas](#)

[LCL](#)

[La Banque Postale](#)



### E-commerce

[Amazon](#)

[Leboncoin](#)

[Orange](#)

[Cdiscount](#)

[Free](#)

[Leroy Merlin](#)

[Fnac](#)

[SFR](#)

[Decathlon](#)

[Booking](#)

[Darty](#)

[Vinted](#)

[Carrefour](#)

[E.leclerc](#)

[Apple](#)

[SNCF Connect](#)

[Tripadvisor](#)

[SeLoger](#)



### Public

[Education.gouv](#)

[Pole Emploi](#)

[Impots.gouv](#)

[Interieur.gouv](#)

[Parcoursup](#)

[Franceconnect](#)

[CAF](#)

[Service Public](#)

[Ameli](#)



### Médias

[Jeuxvideo](#)

[Le Monde](#)

[France Info](#)

[Le Figaro](#)

[L'Equipe](#)

[Télé Loisirs](#)

[Ouest France](#)

[BFM TV](#)

[20 Minutes](#)

[Allocine](#)

[Marmiton](#)

[Meteo France](#)

[Doctolib](#)

[Netflix](#)

[La Poste](#)

[Pages Jaunes](#)

[Indeed](#)

## Échantillonnage de pages

Sur la base des critères ci-dessus, nous avons analysé pour chaque site un échantillon de 3 pages par thématique :

### Banque

- Accueil
- Produit
- Connexion

### E-commerce

- Liste des produits
- Produit
- Panier

### Editorial

- Accueil
- Catégorie
- Article

### Secteur public

- Accueil
- Article
- Connexion

## Période

Les audits ont été effectués par des consultants spécialisés en accessibilité numérique (Numerik-ea / Temesis) entre juillet et septembre 2023.

## Auditrices/auditeurs

Noémie Mbemba

Anthony Naudin

Olivier Keul



# Méthodologie de l'analyse qualitative



## Oocity

Agence conseil Études & Design, Oocity aide les organisations à développer une démarche responsable de conception de produits, de services et d'expériences client/collaborateur/citoyen.

Depuis 2017, Oocity anime Ooclient : le 1er panel clients francophone qui interroge les besoins d'accessibilité et d'inclusion (#Handicap #Âge #Neurodiversité #Illectronisme #Santé #SantéMentale).

## Méthodologie

Avec notre partenaire Oocity, nous avons réuni deux focus groupes composés de neuf personnes portant des handicaps variés et illustrant un large éventail de besoins d'accessibilité.

Sur deux séquences de deux heures nous leur avons demandé:

- de répondre à quelques questions sur leurs pratiques digitales
- de partager leurs retours d'expérience et d'usages sur les sites internet les plus visités en France

## Période

Les focus groupe ont été effectués le 12 et 17 octobre par Oocity

## Définition de l'échantillon | Profils



Lucie, 44 ans, sans emploi  
*Situation d'usages : cécité de naissance*



Marie, 47 ans, avocate | *Situation d'usages : autisme, surdité centrale sévère et dyspraxie visuo-spatiale*



Virginie, 49 ans, comédienne  
*Situation d'usages : malvoyance de naissance*



Marius, 63 ans, kinésithérapeute à la retraite  
*Situation d'usages : c c t  de naissance*



Thomas, 32 ans, consultant et stand-upper | *Situation d'usages : mobilité et dextérité réduites, situation évolutive*



Maël, 30 ans, graphiste en reconversion, artiste peintre  
*Situation d'usages : malvoyance acquise au cours de la vie*



Julian, 53 ans, sans emploi, ex-chef de cuisine  
*Situation d'usages : c c t  acquise au cours de la vie*



Victor, 24 ans, étudiant en communication, entrepreneur dans le domaine de la pédagogique et du coaching  
*Situation d'usages : trouble du neurodéveloppement (TDAH) et astigmatie*



Zacharie, 54 ans, artiste peintre et musicien, architecte de formation | *Situation d'usages : mobilité réduite, de naissance*



**Contentsquare**  
Foundation