

# ACCÈS CIBLÉ

Un guide pratique sur l'accessibilité en graphisme

# Table des matières

<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>1</b>
<b>A DESIGN IMPRIMÉ</b> .....	<b>3</b>
Études de cas .....	<b>9</b>
<b>B DESIGN WEB</b> .....	<b>11</b>
Études de cas .....	<b>16</b>
<b>C DESIGN DE L'AMÉNAGEMENT DE L'ESPACE</b> .....	<b>19</b>
Études de cas .....	<b>26</b>
<b>RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES</b> .....	<b>28</b>



© 2010 Association des graphistes agréés de l'Ontario 96, avenue Spadina, bureau 210, Toronto (Ontario) Canada M5V 2J6

Toute reproduction du présent ouvrage, sous quelque forme ou procédé que ce soit, tant électronique que mécanique, y compris les banques de données en ligne et leur système de repérage, est interdite sans la permission écrite de l'Association des graphistes agréés de l'Ontario, des auteurs de l'ouvrage ou de toute personne ou corporation titulaire d'un droit d'auteur.

Tout le matériel contenu dans cet ouvrage a été reproduit avec le consentement des propriétaires actuels. Par conséquent, l'Association des graphistes agréés de l'Ontario se dégage de toute responsabilité à l'égard de toute violation du droit d'auteur relative à sa publication.



Ce guide a été produit par l'Association des graphistes agréés de l'Ontario avec l'appui du gouvernement de l'Ontario.

## INTRODUCTION

# Le design accessible

Par définition, le design favorise l'accessibilité. C'est le travail des graphistes de rendre les messages imprimés plus clairs, de concevoir des sites Web facilement navigables et de s'assurer que les gens peuvent aisément s'orienter dans leur environnement. En tant que professionnels, les graphistes tentent de donner un meilleur accès à l'information, aux idées et aux espaces publics par l'intermédiaire de communications plus efficaces et mieux ciblées visant à joindre le plus grand public possible. Ou, du moins, le public qu'ils espèrent joindre.

Mais les graphistes doivent-ils s'arrêter au « public qu'ils espèrent joindre »? Même s'ils définissent clairement leur public cible, tiennent-ils compte de ce qui pourrait distinguer ces personnes l'une de l'autre? Existe-t-il entre elles des différences sur le plan de leurs aptitudes ou de leurs origines qui pourraient les empêcher de bien comprendre le message véhiculé ou d'en tirer le plus grand avantage possible?

Ce guide tentera de répondre à ces questions. Il ne contient pas une liste de règles visant à rendre les projets de design accessibles. Les guides pratiques qui sont remplis d'instructions catégoriques finissent, dans le meilleur des cas, par être la cible de nombreuses réfutations ou, pire, par servir de presse-papiers. L'objectif du présent guide n'est pas de dire aux graphistes professionnels quoi faire et quoi ne pas faire, mais de leur rappeler qu'ils peuvent toujours s'améliorer.

Quelles questions doivent se poser les graphistes lorsqu'ils entreprennent un projet de design, au lieu de supposer qu'il sera accessible à tous? En quoi le désir de communiquer avec tous les publics, peu importe les aptitudes diverses et les éventuels handicaps des personnes qui les composent, se traduit par des décisions précises en matière de design (p. ex., le corps des caractères d'un sous-titre, l'ordre des éléments d'un menu déroulant ou les couleurs d'un système de signalisation)?

En répondant à ces questions très précises – ou en donnant aux graphistes des pistes pour qu'ils puissent le faire eux-mêmes, ce guide fait ressortir une question rhétorique plus vaste encore : si on met consciemment l'accent sur les besoins de certains types de personnes, n'apprend-on pas, en fait, à mieux concevoir pour tous?

## AU-DELÀ DE LA CONFORMITÉ

Ce guide s'inscrit dans le cadre d'une initiative plus importante visant à promouvoir l'accessibilité dans l'ensemble de la province d'Ontario. Par l'intermédiaire du Programme InterActions pour le changement, l'Association des graphistes agréés de l'Ontario s'allie au gouvernement de l'Ontario pour sensibiliser la communauté des graphistes professionnels aux enjeux liés à l'accessibilité et les aider ainsi que leurs clients à satisfaire aux exigences de la Loi sur *l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario*, qui vise à rendre l'Ontario accessible aux personnes handicapées dans des secteurs clés de la vie de tous les jours d'ici 2025.

De nos jours, plus de 15 % des Ontariens souffrent d'une quelconque forme de handicap. Au fur et à mesure que la population vieillit, le nombre de personnes handicapées ou qui nécessitent un niveau d'accès spécialisé à certaines sphères de leur vie ne fera qu'augmenter. Si l'on se fie au taux d'augmentation actuel, d'ici 2036, le nombre de personnes âgées de plus de 65 ans doublera par rapport à 2008. À partir de 2017, les personnes âgées seront pour la première fois plus nombreuses que les enfants âgés de 0 à 14 ans.

Jusqu'à présent, l'accessibilité n'a pas été adoptée comme critère essentiel d'une pratique exemplaire par l'industrie du graphisme de l'Ontario. Elle ne fait pas non plus partie des exigences des programmes d'enseignement postsecondaire en design. Comme le gouvernement provincial entreprend des démarches pour établir des normes officielles en matière d'accessibilité dans les domaines de l'information et des communications, il y a un besoin criant de fournir au secteur du design de l'Ontario – le plus grand du Canada – les renseignements, les conseils, l'éducation et les outils nécessaires pour faire de l'accessibilité une mesure de réussite pour chaque projet.

Dans les pages suivantes, dans le cadre de cette discussion sur l'accessibilité, ce guide mettra l'accent sur le design imprimé, le design Web et le design de l'aménagement de l'espace. Mais il ne s'agit que de la première étape d'un processus pluriannuel à multiples facettes. Pour en savoir plus sur les efforts que réalise l'Association pour éduquer, conseiller et inspirer la communauté des graphistes professionnels – en Ontario et dans le reste du monde –, veuillez visiter le site [rgd-accessibleddesign.com](http://rgd-accessibleddesign.com) et joignez-vous à la discussion.

Promouvoir l'accessibilité ne se limite pas qu'au fait de se conformer aux lois. Ce n'est pas non plus simplement un critère que les clients demanderont aux graphistes de respecter; en fait, le contraire pourrait être vrai. C'est plutôt de s'assurer que l'objectif principal de tout design, c'est-à-dire de rendre l'information et les idées accessibles à tous, soit atteint.

Le design accessible améliore la qualité de vie des personnes. Il aide les entreprises à fournir des services de qualité supérieure et à être plus compétitives. Il aide également les graphistes à véhiculer les valeurs qui les ont probablement poussés à choisir cette carrière à l'origine. Nous espérons que ce guide rapprochera notre profession du jour où la quête d'accessibilité ne sera qu'une seconde nature, un processus automatique pour chaque projet réalisé.

SECTION **A**

# Design imprimé

«On ne peut plus voir dans la notion de systèmes que les désirs utopiques d'une petite communauté circonscrite de spécialistes du design. Un nouveau modernisme voit le jour, revigorant la quête de formes universelles qui a marqué la naissance du design en tant que discours et discipline il y a près d'un siècle déjà. »

Ellen Lupton, *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors & Students*

# Des pages accessibles

---

Les communications imprimées ont adopté le principe d'inclusivité depuis que Gutenberg a créé la première page à caractères mobiles. Il est donc approprié que les graphistes actuels, armés d'une connaissance plus vaste de l'accessibilité, revisitent ce média qu'on associe déjà à l'accès universel, que ce soit dans les domaines de l'éducation, de la culture et de la politique.

Comme on l'a mentionné dans l'introduction de ce guide, tout design se veut accessible. Toutefois, pour produire des communications imprimées qui soient réellement inclusives, il incombe de mieux saisir certains troubles précis de lecture et de compréhension, y compris certaines différences fondamentales sur le plan des aptitudes traditionnellement négligées par les graphistes.

La question centrale de la discussion contenue dans les prochaines pages portera sur l'interface la plus évidente entre le lecteur et la page : la typographie. Aucun autre élément de design n'est plus crucial pour que les communications axées sur le texte soient bien reçues et faciles à comprendre. Mais avant tout, il convient de revoir certains autres aspects du design imprimé qui jouent un rôle important pour favoriser l'accessibilité.

## La boîte à outils du design accessible

### GRILLE

Les divisions claires d'une grille typographique assurent une structure uniforme du design pour l'ensemble des pages d'un chapitre ou d'un livre. Cette uniformité est cruciale pour les lecteurs qui ont une déficience visuelle, car ces indications les aident à délimiter le contenu et à en dégager rapidement un sens.

### HIÉRARCHIE

Chaque design doit contenir une hiérarchie apparente des éléments graphiques et de l'information. Cet ordre logique explicite est d'autant plus important dans les designs complexes, car il bénéficie aux lecteurs de tout acabit.

### SURFACE D'IMPRESSION

Pour s'assurer qu'un design puisse être lu par des personnes aux diverses aptitudes visuelles, il est important de choisir du papier ou du matériel d'impression peu lustré, particulièrement pour les documents qui contiennent beaucoup de texte. Une solution simple est d'utiliser du papier mat ou non couché plutôt que du papier brillant. La couleur du papier a également une influence sur le lustre. Par exemple, un blanc chaud est moins lustré qu'un blanc éclatant.

## COULEUR

La façon dont les gens perçoivent les couleurs peut être affectée par des problèmes de vision congénitaux ou par les effets de l'âge, d'une blessure ou de l'environnement. De plus, environ 5 % des personnes – davantage les hommes que les femmes – présentent du daltonisme. (Voir la section Design Web à la page 11.) Toutefois, le contraste entre la luminosité et la tonalité des couleurs affecte la façon dont toutes les personnes perçoivent un design imprimé.

- Règle générale, il devrait y avoir **une différence de luminosité d'au moins 70 %** entre la couleur des caractères et celle de l'arrière-plan. Il est possible de rapidement vérifier si le rapport de contraste est adéquat en utilisant un moniteur à échelle de gris ou en imprimant le document en niveaux de gris. Si les caractères et les autres éléments graphiques semblent se fondre ensemble, ajuster ces valeurs pour augmenter le rapport de contraste.
- Les graphistes obtiennent **un contraste idéal entre les tonalités** des couleurs en jumelant des couleurs complémentaires (c'est-à-dire des couleurs opposées sur le cercle chromatique). Toutefois, si la saturation, la luminosité et l'intensité des couleurs jumelées sont trop similaires, on assiste à un phénomène de contraste simultané, qui donne au lecteur une impression de vibration. Cette illusion d'optique peut causer de la fatigue oculaire chez un grand nombre de lecteurs et réduire la lisibilité d'un document.

## Il ne suffit pas de grossir le caractère

Lorsqu'on demande à des graphistes de produire du matériel imprimé destiné à des personnes présentant des troubles de vision ou dont la vision s'est détériorée avec l'âge, la première suggestion mise de l'avant est souvent d'augmenter le corps des caractères. Les organismes de défense et de promotion des droits des personnes ayant une déficience visuelle suggèrent d'utiliser une taille de 16 à 24 points pour le corps du texte. Bien que le fait d'augmenter le corps des caractères semble être la meilleure façon de rendre un document imprimé accessible à tous, il existe plusieurs facteurs qui rendent cette approche difficile à adopter. Par exemple, il faut tenir compte de l'espace supplémentaire nécessaire pour accueillir

des caractères plus gros, ce qui se traduit habituellement par une augmentation du nombre de pages et, donc, des coûts de production (sans parler du non-respect des principes de design écologique).

En fait, les graphistes peuvent ajuster un grand nombre de caractéristiques typographiques pour rendre un document imprimé plus accessible aux personnes ayant une déficience visuelle – et, en fait, à tout le monde. C'est ce que l'on nomme la lisibilité. La lisibilité d'un document est déterminée par deux principaux facteurs : la lisibilité des caractères et la lisibilité du texte.

La lisibilité des caractères est déterminée par les caractéristiques typographiques qui influencent la capacité des lecteurs de reconnaître les lettres et les mots. En lisant, les gens ont tendance à reconnaître les formes générales des mots familiers plutôt que de traiter chaque lettre individuellement et de les assembler en unités phonétiques. Cela leur permet de comprendre le contenu beaucoup plus rapidement. Ces caractéristiques typographiques sont la forme, l'échelle et le style des caractères.

La lisibilité du texte dépend de la vitesse à laquelle un lecteur peut assimiler une portion de texte comme un paragraphe ou une page et de la clarté de l'information qu'il dégage. La lisibilité du texte est affectée par la lisibilité des caractères, mais également par la conception et la mise en page du document. Les principaux facteurs qui ont une influence sur la lisibilité du texte sont les dimensions, l'espacement et l'alignement.

## Lisibilité des caractères

### TRAIT ET GRAISSE

Les lettres sont formées d'un espace extérieur et d'un espace intérieur. L'espace extérieur se nomme le trait ou la forme, tandis que l'espace intérieur se nomme la contreforme. C'est **la relation entre le trait et la contreforme** qui détermine la capacité d'un lecteur à reconnaître une lettre. Si la lettre a un trait très épais et des contreformes très petites, le lecteur mettra plus de temps à décoder ce qui est écrit. Le contraire est également vrai. Les polices de caractères les plus lisibles présentent un bon équilibre entre

traits et contreformes. Une graisse normale ou moyenne est donc préférable à une graisse ultralégère ou extra-grasse.

## ÉCHELLE

L'échelle d'une lettre est définie par un nombre de facteurs proportionnels. On détermine la taille relative d'un caractère selon sa **hauteur d'x**, c'est-à-dire la hauteur du tracé d'un caractère bas-de-casse, sans hampe ni jambage, comme la lettre « x ».

- Le rapport de hauteur entre les lettres majuscules et minuscules est crucial pour déterminer la lisibilité des caractères. **Les polices qui possèdent une grande hauteur d'x** semblent plus faciles à lire parce que leurs caractères paraissent plus grands lorsque comparés, au même corps, à des caractères d'une police dont la hauteur d'x est plus petite.
- Toutefois, cela ne veut pas dire que les graphistes doivent, par souci de lisibilité, n'utiliser que des polices qui possèdent une grande hauteur d'x. Il est cependant **important de tenir compte de ce facteur** lorsqu'on choisit la taille des caractères du corps du texte.
- L'autre facteur proportionnel qui définit l'échelle d'un caractère est le **rapport entre sa largeur et sa hauteur**. Des lettres trop larges (caractères étendus) ou trop minces (caractères condensés) entravent la lisibilité. Les polices les plus lisibles ont habituellement une hauteur et une largeur similaires.

La hauteur d'x d'une police influence sa lisibilité. Par exemple, ceci est écrit en Baskerville, taille 11.

Ceci est écrit en Helvetica Neue 55, taille 11. Ça paraît plus gros, n'est-ce pas? Cette police a une hauteur d'x plus grande.

Voici la police Mrs Eaves, taille 11! Quelle petite hauteur d'x!

➤ La hauteur d'x d'une police est déterminée par la hauteur de son « x » minuscule.

## STYLE

La plupart des polices de caractères se retrouvent dans l'une des catégories suivantes : des **polices d'affichage**, qui se veulent décoratives, et des **polices de texte**, qui sont conçues pour être plus lisibles et versatiles.

- Pour produire un design accessible, il est préférable de choisir **une police de caractères dont les lettres sont faciles à reconnaître**.
- Si le graphiste fait appel à des polices d'affichage pour donner un style visuel à son design, il pourrait être utile de **répéter les éléments saillants du document à l'aide d'une police de texte** dans une autre partie du document.
- Certaines polices sont conçues spécialement pour être lues à l'écran plutôt qu'imprimées. **Tenez compte de votre support de distribution**. (Voir la section Design Web à la page 11.)

ROSEWOOD

Ziggurat

Gotham

➤ Les polices Rosewood et Ziggurat sont plus émotives, mais sont conçues pour être des polices d'affichage. La police Gotham est conçue pour être lisible à petite taille lorsqu'elle est utilisée pour du texte.

# Lisibilité du texte

## DIMENSION

La lisibilité du texte peut être améliorée en ajustant deux variables clés : la taille des caractères ainsi que la largeur des colonnes ou la longueur des lignes.

- Déterminer une taille de caractères comme norme d'accessibilité peut s'avérer difficile, voire impossible. Chaque police est unique et comme on l'a mentionné à la section précédente, un grand nombre de facteurs ont une influence sur la lisibilité des caractères. Il est important de comprendre ces caractéristiques visuelles lorsqu'on prend des décisions par rapport à un design.
- La capacité des lecteurs à assimiler rapidement de l'information est également affectée par la longueur des lignes ou par la largeur des colonnes, si le texte est disposé en colonnes.
- Si les colonnes sont trop étroites, plusieurs mots seront coupés à la fin des lignes et les lecteurs ne pourront pas assimiler une quantité importante de contenu en parcourant la page des yeux.
- Si les colonnes sont trop larges, les lecteurs auront de la difficulté à repérer des yeux le début des lignes.
- Dans les deux cas, cela cause de la fatigue oculaire et augmente le temps de lecture. Pour les personnes ayant une déficience visuelle, des lignes de longueur inadéquate rendent la lecture très difficile.

## ESPACEMENT

Divers facteurs liés à l'espace, comme l'espace entre les lettres ou la densité des paragraphes, influencent la facilité et la vitesse à laquelle les lecteurs assimilent un texte.

- Le **crénage** est l'ajustement de l'espace horizontal entre les lettres. Un crénage inadéquat peut créer des espaces trop grands ou des zones de tension entre deux lettres et rendre un texte difficile à lire.
- En général, tout ajustement de l'**approche** - l'espace entre deux lettres, lignes ou paragraphes - influence la lisibilité d'un texte.
- Lorsque l'**approche est trop serrée**, les lettres se touchent ou se chevauchent, ce qui rend les mots plus difficiles à distinguer.
- Si l'**approche est trop large**, les lettres semblent flotter et il sera plus difficile pour les lecteurs de distinguer les mots en fonction de leur forme.
- L'autre facteur important lié à l'espace dont doivent tenir compte les graphistes est l'**interlignage**, c'est-à-dire la distance verticale entre chaque ligne de base d'un bloc de fonte uniforme.
- Si l'**interlignage est trop serré**, les hampes et les jambages se chevauchent, ce qui rend la lecture du texte très difficile.
- Si l'**interlignage est trop large**, les lecteurs auront de la difficulté à repérer des yeux le début de chaque ligne, particulièrement si la colonne est trop large (tel que mentionné ci-dessus).
- La plupart des applications de mise en page définit l'**interlignage idéal** à 120 % de la taille des caractères (p. ex., caractères de taille 10, interlignage de taille 12). Toutefois, ces variables devront être ajustées selon les aptitudes du public cible et les autres caractéristiques typographiques qui influencent la lisibilité du texte.

## JUSTIFICATION

Dans les cultures occidentales, **les textes alignés à gauche sont les plus faciles à lire** rapidement, pour la simple et bonne raison qu'on lit de gauche à droite. La lisière de texte de gauche devient un point de départ à partir duquel l'œil peut rapidement chercher le début des lignes.

- Lorsque de larges blocs de texte sont **alignés à droite ou au centre**, l'irrégularité de la lisière de gauche empêchent les lecteurs de trouver rapidement le point de départ d'une ligne.
- Le **texte justifié** donne également une lisière de gauche qui est droite, préférée des lecteurs occidentaux. Mais comme la lisière droite est également en ligne droite, l'espacement du texte devient irrégulier, ce qui crée des espaces blancs évidents entre les mots. Ces espaces peuvent à leur tour créer des « rivières » parcourant des blocs entiers de texte, ce qui entrave la lisibilité.

### Texte aligné à gauche / Drapeau à droite

Les blocs de caractères (les paragraphes) peuvent être alignés de différentes façons. L'axe d'alignement peut être à gauche, à droite ou centrée. On peut également ajuster le texte pour que les deux côtés d'une colonne soient alignés. Le côté non aligné d'un bloc de caractères se nomme le drapeau.

### Texte justifiée

Les blocs de caractères (les paragraphes) peuvent être alignés de différentes façons. L'axe d'alignement peut être à gauche, à droite ou centrée. On peut également ajuster le texte pour que les deux côtés d'une colonne soient alignés. Le côté non aligné d'un bloc de caractères se nomme le drapeau.

➤ L'alignement du texte peut influencer la lisibilité, particulièrement dans les documents plus longs. Le texte aligné à gauche est plus facile à lire sur de longues périodes, car l'axe de gauche sert de bon point de départ pour le début de chaque ligne. Le texte aligné à gauche permet également d'éliminer les rivières (lorsque des blancs intermots semblent former une ligne) causées par les textes justifiés.

## Autres considérations typographiques

Bien que les caractéristiques techniques décrites ci-dessus soient les plus cruciales pour assurer la lisibilité des caractères et du texte, les graphistes devraient tenir compte de certains autres facteurs importants qui favorisent l'accessibilité d'un texte :

- Mettre certains mots ou lignes en **majuscules** permet de les faire ressortir. Mais le fait de mettre des paragraphes entiers en majuscules entrave la lisibilité du texte, sans parler du ton qu'il lui prête.
- De même, l'utilisation de formats typographiques tels que **l'italique ou le soulignement** doit se faire avec parcimonie et seulement lorsque ces styles améliorent vraiment la communication auprès de l'ensemble des lecteurs. Autrement, ils créent une distraction visuelle.
- Augmenter la clarté d'un texte en conservant un **rapport signal-bruit** idéal. L'utilisation d'arrière-plans tramés et d'autres éléments graphiques derrière le corps du texte peut grandement entraver la lecture du texte.

Les personnes lisent la  
forme des mots entiers

➤ L'utilisation de caractères majuscules et minuscules permet au lecteur de reconnaître la forme des mots qui lui sont familiers, plutôt que de le forcer à lire chaque lettre individuellement.

# Guide du voyageur *myRide*

## EXIGENCES

Le guide *myRide* est un outil éducationnel et de référence très utile pour les nouveaux clients du transport en commun. Le guide a été conçu pour les personnes ayant une déficience cognitive ou un trouble de l'apprentissage, pour les nouveaux immigrants et pour tous ceux dont l'anglais n'est pas la langue maternelle. *myRide* a été élaboré dans le cadre du mandat de la municipalité régionale de York en matière d'accessibilité et vise à promouvoir et à faire connaître les services de Viva, le système de transport en commun de la région.

## SOLUTIONS

Conçu pour le voyage, le guide est relié en spirale, ce qui permet au lecteur de lire une ou deux pages à la fois. Il est divisé en quatre sections pour faciliter la navigation et contient des photos qui accompagnent du texte en gros caractères. Le guide est rédigé en langage simple, ce qui facilite la compréhension, et est distribué à l'intérieur des autobus dans le cadre du Programme de formation des voyageurs de Viva. Les formateurs ont leur propre exemplaire du guide pour enseigner divers aspects du système de transport en commun, tels que l'achat des laissez-passer, la planification des trajets, les conseils de sécurité et les ressources disponibles aux voyageurs.



### Firme de design

Transport en commun de la région de York, Département de marketing

### Graphistes

Richard Long R.G.D.  
Sabrina Botham

### Éditeurs

Cheryl Ng  
Kim MacGillivray

### Client

Viva, Transport en commun de la région de York

# L'art pour tous

## EXIGENCES

Le Musée des beaux-arts du Canada et le Musée canadien de la photographie contemporaine, avec l'appui de La fondation de la famille J.W. McConnell et de son programme d'art pour les personnes handicapées, ont mis sur pied des programmes innovateurs élaborés spécialement pour les personnes handicapées. L'objectif du projet était de rendre l'expérience des arts visuels inclusive, accessible, bénéfique et agréable pour tous. Les musées ont demandé à la firme Mario Godbout Design de produire une brochure conviviale destinée aux personnes handicapées. Cette brochure devait décrire les programmes spéciaux créés et adaptés à l'intention des écoles, des groupes, des familles, des enfants, des adolescents et des adultes.

## SOLUTIONS

Ce projet a fait appel à plusieurs stratégies de design. Le livret relié en spirale peut être posé à plat et utilise des caractères larges pour favoriser la lisibilité. Des symboles universels représentent divers types de handicaps. Des instructions spéciales sont indiquées sous le corps du texte dans une couleur qui paraît gris pâle pour les personnes daltoniennes. On y a également inclus des formulaires de réservation de groupe pour avertir les musées des besoins spéciaux des visiteurs. Le livret est imprimé sur du papier non lustré à fini satiné pour favoriser davantage sa lisibilité.



↗ Le livret relié en spirale peut être posé à plat et utilise des caractères larges pour favoriser la lisibilité. Le texte comprend des symboles représentant divers types de handicaps et contient des liens et de l'information pour les événements et les programmes.

↖ La richesse de l'information du livret et son design convivial stimulent l'intérêt du lecteur et encouragent sa participation aux programmes spéciaux des musées.

**Firme de design**  
Mario Godbout Design (MGD)

**Graphiste**  
Mario Godbout R.G.D.

**Client**  
Musée des beaux-arts du Canada et le Musée canadien de la photographie contemporaine

## SECTION **B**

# Design Web

« Le pouvoir du Web réside dans son universalité. Y accéder malgré un handicap en est un aspect essentiel. »

Tim Berners-Lee, créateur du World Wide Web

# L'accessibilité en ligne

Le mandat des concepteurs Web n'est pas simplement d'adopter et d'adapter des principes créatifs à l'intention de communications en ligne. Ils ont l'obligation morale de créer des sites dont le contenu est accessible à tous les utilisateurs, peu importe leurs aptitudes physiques ou cognitives, leurs compétences technologiques, leur bagage culturel, leur éducation ou leur expérience.

Lorsqu'un site Web est conçu, rédigé et programmé adéquatement, il offre un accès universel à l'information et aux fonctions qu'il contient. Bien entendu, les possibilités de communiquer en ligne sont en constante évolution, pour le mieux la plupart du temps. Il est toutefois possible d'établir des principes fondamentaux pour définir ce qui constitue un design Web accessible.

## PRINCIPE N° 1 : PERCEPTIBILITÉ

Les éléments de contenu et d'interface Web doivent être présentés de telle façon que l'ensemble des utilisateurs puissent les percevoir, même s'ils ont une déficience visuelle ou auditive. Voici quelques lignes directrices dont il faut tenir compte :

- Aucun renseignement ne doit être transmis uniquement que par du contenu non textuel. Les personnes qui ne peuvent pas voir les images ou les autres éléments visuels du site Web doivent pouvoir compter sur des **équivalents textuels** (textes de remplacement) pouvant être convertis par un logiciel selon les besoins de l'utilisateur : synthèse vocale, grands caractères, braille, symboles ou langage simplifié.
- Les visiteurs de sites Web ayant une importante déficience visuelle peuvent utiliser un **lecteur d'écran**. Il s'agit d'un logiciel qui interprète

ce qui se trouve un écran d'ordinateur et qui le transforme en texte audible. En gros, c'est un logiciel qui « lit » le contenu d'un site Web aux visiteurs.

- Les utilisateurs qui sont à la fois aveugles et sourds peuvent comprendre ce qui se trouve à l'écran grâce à un **afficheur braille**. Ce dispositif leur permet de lire le contenu avec leurs doigts, une ligne à la fois.
- Les **utilisateurs dont la vision est faible** ont diverses préférences quant à la présentation du texte. Un des éléments importants assurant la lisibilité d'un site Web est le contraste, qui est déterminé par la grandeur du texte et la facilité avec laquelle on peut distinguer les lettres de la police de caractères utilisée.
- Beaucoup d'utilisateurs ayant une déficience de vision ont des logiciels **agrandisseurs d'écran**. Parfois, ils combinent l'agrandisseur à un logiciel de synthèse vocale pour lire les passages plus longs.
- Pour les utilisateurs ayant une vision faible, **la couleur est également un facteur important**. Beaucoup de personnes trouvent que du texte noir sur un arrière-plan pâle est l'idéal; d'autres préfèrent du texte blanc cassé sur un fond noir.
- Les concepteurs Web doivent également tenir compte des défis que pose le **daltonisme**. Certains utilisateurs ont de la difficulté à distinguer le rouge du vert ou le jaune du bleu. Certains ne verront simplement pas les couleurs que le concepteur aura choisies. Pour cette raison, les éléments de navigation importants ne devraient pas s'appuyer uniquement sur la capacité des utilisateurs à distinguer les couleurs.

- Assurez-vous que tous les utilisateurs puissent facilement distinguer l'avant-plan de l'arrière-plan. Utilisez un **analyseur de contraste** pour vous assurer qu'il est facile de discerner la couleur du texte de celle de l'arrière-plan.
- Pour être pleinement accessible, un site Web doit **permettre aux utilisateurs de changer la couleur, la taille et la police des caractères** choisis par le concepteur Web.
- Pensez à créer **du contenu qui peut être présenté de différentes façons** – par exemple à l'aide d'une mise en page simplifiée – sans perdre de renseignements ou sans modifier la structure de l'information. Utilisez le HTML sémantique, des feuilles de style en cascade (CSS) et du JavaScript pour vous assurer que le contenu ne dépend pas d'une présentation spécifique.
- Les personnes **sourdes, devenues sourdes ou malentendantes** auront de la difficulté à consulter un site Web qui présente de

l'information sous forme audio ou par l'intermédiaire de vidéos contenant une bande audio. Même les utilisateurs qui ont une déficience auditive partielle auront de la difficulté à comprendre le contenu audio, particulièrement dans un endroit bruyant.

- Fournissez les **équivalents textuels des contenus audio et vidéo**. Les transcriptions, les sous-titres et l'audiovision sont tous des moyens efficaces d'assurer une expérience accessible aux utilisateurs.

Certains sites Web comme vischeck.com permettent aux concepteurs Web de télécharger des images ou des designs pour déterminer la façon dont ils seront perçus par des utilisateurs ayant une déficience visuelle. L'exemple ci-dessous présente une simulation de trois types de daltonisme. Il est également possible de télécharger un module d'extension pour Photoshop.



Image originale



Simulation deutéranope



Simulation protanope



Simulation trianope

.....  
 ← Certains sites Web comme vischeck.com permettent aux concepteurs Web de télécharger des images ou des designs pour déterminer la façon dont ils seront perçus par des utilisateurs ayant une déficience visuelle. L'exemple ci-contre présente une simulation de trois types de daltonisme. Il est également possible de télécharger un module d'extension pour Photoshop.

## PRINCIPE N° 2 : UTILISABILITÉ

Tous les utilisateurs qui consultent un site Web ou une application en ligne, peu importe la façon dont ils exploitent leur ordinateur – à l'aide d'une souris, d'un clavier, d'un logiciel de reconnaissance vocale, d'interrupteurs ou de toute autre unité d'entrée –, doivent pouvoir manipuler facilement et précisément tous les éléments d'interface et de navigation. Voici quelques points importants dont il faut tenir compte :

- La **mobilité ou la dextérité de certains utilisateurs de sites Web** peut être entravée par la paraplégie ou la quadriplégie, ou par des troubles tels que la paralysie cérébrale ou la sclérose en plaques. D'autres utilisateurs peuvent trouver difficile d'effectuer des mouvements précis à cause de l'arthrite, du Parkinson ou simplement de la vieillesse.
- En tant que concepteurs Web, vous devez **garder à l'esprit que les aptitudes des visiteurs** à utiliser une souris, un clavier ou toute autre unité d'entrée peuvent varier grandement d'une personne à l'autre. Certaines personnes utilisent des logiciels de reconnaissance vocale pour exploiter leur ordinateur à l'aide de commandes vocales ou des logiciels de prédiction de mots pour augmenter leur vitesse de frappe. D'autres utilisent des dispositifs matériels tels que des monoclaviers ou remplacent leur souris par un interrupteur, une boule de commande ou une tablette tactile.
- Assurez-vous que **toutes les fonctionnalités du contenu sont utilisables à l'aide d'un clavier**, y compris – par défaut – tous les liens, les boutons et les cases d'un formulaire. Évitez de créer des éléments d'interface tels que des étendues cliquables utilisant du JavaScript.
- Un site Web pleinement accessible **ne devrait pas contenir une application reposant uniquement sur l'utilisation de la souris**. N'oubliez pas que les utilisateurs aveugles se servent uniquement du clavier. Les personnes dont la vision est faible utilisent abondamment le clavier, mais certaines utilisent également la souris.
- Les personnes **incapables d'effectuer des mouvements précis** éprouveront peut-être de la difficulté à remplir des formulaires, à sélectionner des boutons radio ou à naviguer d'une page à l'autre. Encore une fois, il est important de s'assurer que toutes les fonctionnalités sont utilisables à l'aide du clavier et de créer de larges cibles cliquables pour ceux qui utilisent une souris.
- Fournissez à tous les utilisateurs **de l'aide sur les façons de naviguer**, de trouver du contenu et de savoir où ils sont. Utilisez des titres clairs, des mécanismes uniformes et des indices permettant de s'orienter (p. ex., « Étape 3 de 4 »).
- Donnez aux utilisateurs suffisamment **de temps pour assimiler et comprendre le contenu** du site Web. Certaines personnes lisent et utilisent le clavier moins rapidement que d'autres. Tenez-en compte lorsque vous assignez un temps limite à une action (p. ex., « Vous disposez de 20 minutes pour remplir ce formulaire. »).
- Assurez-vous de **ne pas utiliser de contenu qui clignote** plus de trois fois par seconde. Cela pourrait provoquer des crises d'épilepsie chez certaines personnes.



✓ Le site Web *My Web My Way* de la BBC est un excellent exemple d'un site Web robuste et accessible. On peut y naviguer sans l'aide d'une souris, il est rédigé en langage simplifié et offre plusieurs façons de visionner les pages.

### PRINCIPE N° 3 : COMPRÉHENSIBILITÉ

Pour s'assurer que l'ensemble des utilisateurs d'un site Web, y compris les personnes qui ont une déficience cognitive, puissent bien le comprendre, les concepteurs Web doivent créer un contenu et une interface les plus clairs possibles. Les déficiences cognitives comprennent notamment les troubles d'apprentissage, comme la dyslexie, les faibles aptitudes à la lecture et au calcul ou les différences sur les plans de la culture et du langage. L'étendue des différences d'aptitudes des utilisateurs fait de ce principe le plus difficile à respecter lorsqu'on conçoit un site Web.

- Assurez-vous que les pages Web et les éléments d'interface du site apparaissent et **fonctionnent de manière prévisible**.
- Concevez des **interfaces uniformes** qui indiquent aux utilisateurs où ils se trouvent sur le site, ce qu'ils peuvent faire à cet endroit et quelles sont les étapes suivantes.
- Présentez le contenu verbal dans le **langage le plus simple possible**, même – particulièrement – lorsqu'il s'agit d'un sujet complexe.
- Le texte d'une page Web devrait **contenir les définitions** des termes jugés non familiers et la forme complète des abréviations et des acronymes.
- Évitez les gros blocs de texte. **Séparez les passages les plus longs** en des sections plus courtes et utilisez des sous-titres convenables.
- Aidez les utilisateurs à éviter de faire des erreurs. **Expliquez clairement les exigences** de saisie (p. ex., « Le mot de passe doit contenir 6 caractères ou plus, sans espaces. ») et rédigez des messages d'erreur clairs.
- Gardez à l'esprit que les personnes nées sourdes peuvent avoir une **compréhension du langage différente** de celle des personnes devenues sourdes au cours de leur vie. Le langage des signes comporte une sorte de « grammaire », mais les linguistes affirment qu'elle est très différente de la grammaire du langage parlé. Cette

situation apporte son lot de défis supplémentaires lorsque vient le temps d'assurer la compréhension d'un site Web. Pour les concepteurs, cependant, il ne s'agit que d'une raison de plus de garder un contenu verbal clair et simple.

### PRINCIPE N° 4 : ROBUSTESSE

Lorsque les experts en accessibilité indiquent que le contenu Web doit être robuste, ils veulent dire que le contenu doit pouvoir être interprété de manière fiable par une large variété de fureteurs, de dispositifs et de technologies d'assistance. Voici quelques points importants dont doivent tenir compte les concepteurs Web :

- La façon la plus facile de s'assurer la compatibilité d'un site avec les utilisateurs actuels et futurs est de fonder son approche de design sur les **normes internationalement reconnues** du World Wide Web Consortium (W3C).
- Tout site Web devrait être programmé en **HTML sémantique**, utiliser des feuilles de styles en cascade pour la présentation et faire appel à du JavaScript pour guider et appuyer l'expérience de l'utilisateur.
- Programmé en HTML fonctionnel, le contenu d'un site Web devrait être **accessible par l'ensemble des fureteurs**, peu importe les outils utilisés par chacun des visiteurs.
- Les sites les mieux conçus sont ceux qui tiennent compte des besoins passés, présents et futurs des utilisateurs. Ces sites sont compatibles avec les normes actuelles, mais également avec les technologies désuètes (dont bon nombre d'utilisateurs peuvent encore dépendre) ainsi qu'avec les technologies naissantes.

Note : Les quatre principes décrits dans la précédente section ont été adaptés des Règles pour l'accessibilité des contenus Web 2.0 ([www.w3.org/Translations/WCAG20-fr](http://www.w3.org/Translations/WCAG20-fr)).

# Refonte du site Web public de l'INCA

## EXIGENCES

L'INCA voulait changer les conceptions liées au design accessible. Le site Web INCA.ca propose une occasion unique d'attirer les personnes qui ont une vision complète ainsi que celles souffrant d'une perte de vision partielle et complète. Le principal désir de l'INCA était d'avoir un site Web qui repousse les limites de ce qu'un design accessible peut offrir au public.

## SOLUTIONS

Le nouveau site s'oppose à l'idée fautive qui veut qu'un design accessible soit sobre. L'INCA attire à présent des publics du Canada et du reste du monde grâce à une présence Web qui répond aux besoins de tous, peu importe les nécessités de chacun en matière d'accessibilité. Le contenu du site est riche, son design est frappant et il surpasse et change les attentes d'un grand nombre de visiteurs en matière de contenu Web accessible. Parmi les principales caractéristiques de design se trouvent l'optimisation du site pour les lecteurs d'écran, la simplification de la navigation et de la recherche d'information et l'ajout d'éléments d'accessibilité pour les personnes souffrant d'une perte partielle de la vision.



← Le design propose des outils qui permettent de passer directement au contenu, de changer le corps des caractères et de modifier le contraste dans le but d'offrir à tous les utilisateurs la meilleure expérience possible.

✓ Le contraste élevé du design facilite l'utilisation du site par les personnes souffrant d'une perte partielle de la vision et fait ressortir les valeurs de marque de l'INCA. Les éléments de navigation rapide permettent aux utilisateurs d'accéder au contenu du site en un seul clic, peu importe où ils se trouvent sur le site.

**Firme de design**  
Concept Interactive

**Graphiste**  
Richard Plantt R.G.D.

**Client**  
Institut national canadien pour les aveugles

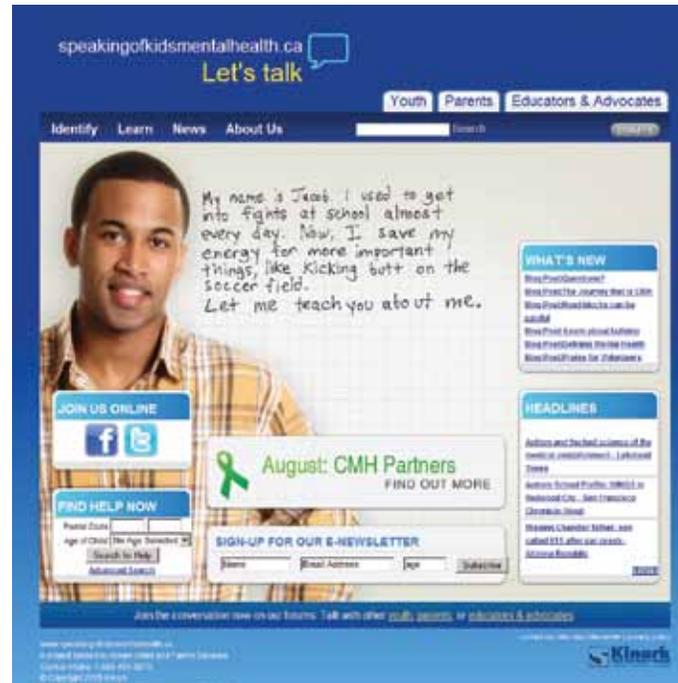
# SpeakingOfKidsMentalHealth.ca

## EXIGENCES

L'organisme Kinark a requis l'aide d'un partenaire des communications pour élaborer du contenu innovateur pour son site [speakingofkidsmentalhealth.com](http://speakingofkidsmentalhealth.com), qui vise à sensibiliser la population à en apprendre davantage sur la santé mentale des enfants, à poser des questions et à se joindre aux débats actuels sur le sujet. L'accessibilité du site était un facteur clé dans sa conception, car son public cible est très varié (enfants, adultes et personnes âgées) et les besoins de chacun se devaient d'être respectés. L'un des objectifs principaux du projet était d'assurer l'accessibilité et l'utilisabilité du contenu pour tous les utilisateurs.

## SOLUTIONS

Tenant compte des besoins de Kinark et des exigences variées du public cible ainsi que des normes proposées de l'Ontario en matière d'accessibilité, Nyman Ink a conçu un site Web à l'aspect frappant dont les stratégies de navigation sont claires et bien organisées. Respectant les normes du World Wide Web Consortium (W3C), le site est hautement accessible et favorise une perception positive, une communication ouverte et une égalité d'accès. Les nombreux éléments d'accessibilité comprennent, entre autres, des options de navigation à l'aide du clavier ainsi que des caractéristiques visant à répondre aux besoins des personnes âgées, des personnes daltoniennes et des personnes ayant une déficience visuelle, cognitive ou d'apprentissage.



← La page d'accueil de [speakingofkidsmentalhealth.ca](http://speakingofkidsmentalhealth.ca) met en valeur des outils de communication. Les personnes représentées par les photos « parlent » aux utilisateurs au moyen de texte écrit à la main, les invitant à se joindre à la discussion.

↙ L'exemple ci-dessous présente les multiples options de recherche conçues pour répondre aux besoins des personnes qui assimilent ou perçoivent l'information différemment.



**Firme de design**  
Nyman Ink

**Graphiste**  
Lisa Joy Trick R.G.D.

**Client**  
Kinark Child and Family Services

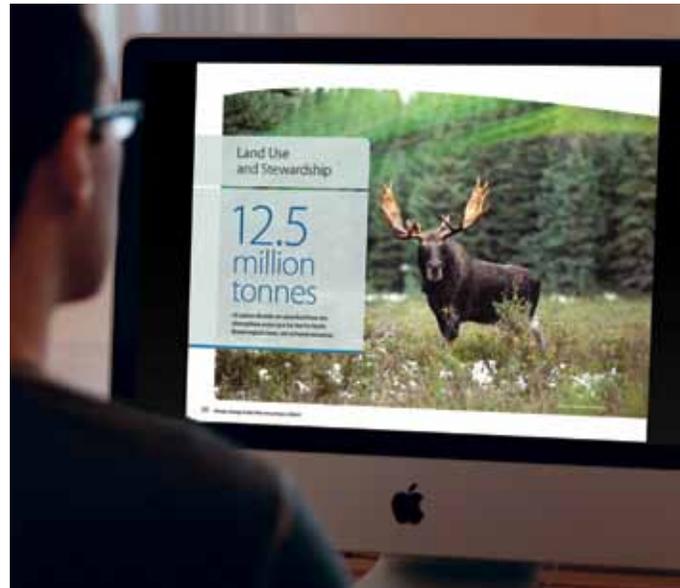
# Plan d'action contre le changement climatique – Rapport annuel

## EXIGENCES

La firme Context Creative a été mandatée par le gouvernement de l'Ontario pour produire le rapport annuel du Plan d'action de l'Ontario contre le changement climatique, destiné à être visionné principalement sur le Web. Il était primordial que le document puisse être consulté en format PDF, car il s'agissait du principal moyen de distribution. En partenariat avec le Secrétariat à l'action contre le changement climatique, Context Creative a adopté des pratiques exemplaires visant à produire un document clair et responsable et à rendre l'information qu'il contient accessible pour démontrer le leadership et les efforts significatifs auxquels les Ontariens s'attendent de leur gouvernement.

## SOLUTIONS

Conçu en format paysage, le rapport correspond aux proportions des écrans d'ordinateur, ce qui facilite la lecture en ligne. L'uniformité de la hiérarchie des styles de caractères et des formats typographiques permet aux lecteurs de facilement parcourir le document des yeux. Pour simplifier les recherches textuelles, Context Creative a choisi des polices de caractères faciles à lire et conformes à Unicode. Tous les graphiques et les tableaux ont été convertis afin qu'ils puissent être lus par des logiciels de reconnaissance des caractères. Des aides de navigation, telles qu'une table des matières et des signets cliquables, permettent aux utilisateurs d'accéder rapidement au contenu désiré sans avoir à lire le document dans son ensemble.



← Le format paysage du rapport PDF est préférable pour le visionnement en ligne.

↗ Les graphiques utilisent une police de caractères conforme à Unicode visant à faciliter les recherches textuelles.



**Firme de design**  
Context Creative

**Graphistes**  
Lionel Gadoury R.G.D.  
Terry Popik

**Client**  
Ministère de l'Environnement

SECTION **C**

# Design de l'aménagement de l'espace

« Sans aucun doute, un espace ou un système de signalisation bien conçu répondra aux besoins de l'ensemble de la population, pas seulement à ceux d'un groupe d'intérêt particulier. »

*Craig M. Berger, Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational Systems*

# Des espaces accessibles

---

Lorsqu'une personne se déplace dans un édifice public ou tout autre espace aménagé, elle doit emprunter une série complexe de trajets et prendre un grand nombre de décisions. Elle devrait pouvoir le faire aisément et se rendre à sa destination et en revenir sans se sentir frustrée, déroutée ou anxieuse. Elle devrait également accomplir son trajet peu importe ses aptitudes physiques et cognitives, son éducation ou son expérience.

Aménager des espaces qui répondent à ces critères n'est pas une tâche facile.

## SYSTÈMES DE SIGNALISATION

Le terme « signalisation » est un terme que l'on associe souvent à la circulation routière. Toutefois, au cours des dernières années, le terme a évolué et désigne également un concept très précis dans les domaines de l'architecture et de l'aménagement de l'espace.

Lorsqu'une personne se déplace en territoire inconnu, elle doit prendre une série de décisions pour atteindre sa destination. Ces décisions sont influencées par les caractéristiques architecturales, les éléments d'aménagement de l'espace et les divers points de repère connus. La personne peut cependant compter sur l'aide d'affiches et d'autres méthodes de communication graphique ainsi que, de plus en plus, d'innovations auditives et tactiles destinées aux groupes ayant des besoins particuliers.

Pour créer un système de signalisation efficace, les spécialistes de l'aménagement de l'espace mènent d'abord une analyse approfondie de l'espace physique actuel ou futur. Ils déterminent et évaluent quels seront les besoins, les problèmes et les solutions possibles. Ils élaborent ensuite un plan décrivant l'ensemble des techniques et des outils spécialisés – y compris les communications graphiques – qui peuvent être mis en place pour guider et diriger les gens.

Une personne qui se déplace sans l'aide de signalisation utilise son orientation. Elle utilise des points de repère – des stations d'essence, des centres commerciaux et d'autres édifices familiers – pour s'orienter dans un endroit qu'elle connaît bien, comme sa collectivité.

**L'orientation** est la capacité d'une personne à créer des « cartes » mentales précises de son environnement. Toutefois, dans de grandes installations institutionnelles – surtout celles qui sont en constante croissance, car elles s'étalent souvent dans tous les sens –, il peut être difficile pour une personne, particulièrement dans les édifices qu'elle visite rarement, de développer un sens de l'orientation aiguisé. Pour cette raison, les architectes et les spécialistes de l'aménagement de l'espace créent des points de repère particuliers : des façades d'édifice, des systèmes d'éclairage, des aménagements paysagers, des voies de passage aux matériaux et aux motifs distinctifs, des porches et des passerelles, des sculptures publiques ainsi que des images et des icônes. Ils définissent également des trajets pour se déplacer à l'intérieur de ces installations et fournissent des plans



↑ Un bon exemple d'un système de signalisation : les panneaux d'un aéroport. Les visiteurs doivent pouvoir trouver rapidement l'information dont ils ont besoin et suivre les indications.

d'étage pour guider les visiteurs. Tous ces éléments et caractéristiques, mis en place individuellement ou en combinaison, aident les gens à s'orienter dans leur environnement.

Les **systèmes de signalisation** vont au-delà de l'orientation et leur objectif est de guider les visiteurs. Comme leur nom l'indique, il s'agit d'un système qui se définit de manière linéaire et dont chaque partie dépend de la partie qui précède. On peut les comparer à un manuel d'utilisateur où chaque instruction mène à la suivante. Toutefois, à la différence des manuels d'instructions, les directions fournies par un système de signalisation ne sont pas regroupées, mais disposées de façon stratégique le long d'un trajet précis à l'aide de panneaux.

Pour être efficace, un système de signalisation doit être complet, exact, univoque et uniforme. Les panneaux doivent utiliser une terminologie commune et tous les renseignements doivent être à jour, surtout lorsque des rénovations sont apportées à l'édifice. Le nombre de panneaux mis en place est également important : un trop grand nombre de panneaux peut donner une impression d'encombrement, mais il faut quand même exercer un peu de prudence pour ne trop en réduire le nombre sans quoi on risquerait d'égarer les visiteurs.

L'un des principes clés des systèmes de signalisation est d'éviter de concevoir des panneaux qui tentent d'en dire trop. Placer un panneau à la jonction d'une vingtaine de destinations possibles et y inscrire des flèches qui pointent dans toutes les directions est pour les visiteurs une surcharge d'information. Pour les spécialistes de l'aménagement de l'espace, faire preuve de sagesse dans le choix du type et de la quantité de renseignements à inclure sur un panneau est tout aussi important que de créer les éléments graphiques visant à rendre ces renseignements accessibles.

Un système de signalisation adéquat fait plus qu'aider les gens à trouver leur chemin. Il établit une confiance et appuie l'évaluation positive que se fait le public d'une installation et de l'organisme qui la gère. Les gens ne connaissent que trop bien les grands complexes aux entrées non identifiées et aux destinations impossibles à trouver.

Ils savent ce que c'est d'essayer de suivre des panneaux peu clairs, mal situés, mal éclairés et – comme si ce n'était pas assez – dont les renseignements ne sont pas à jour. Un système de signalisation avisé, convivial et fiable est non seulement efficace, mais il montre également aux visiteurs d'une installation que l'organisme qui la gère se soucie d'eux.

## CONCEPTION DES PANNEAUX

Les systèmes de signalisation doivent être conçus pour répondre aux besoins d'une grande variété d'utilisateurs. Parmi les gens qui se servent de panneaux pour s'orienter se trouvent les personnes à mobilité réduite (p. ex., celles qui utilisent des marchettes ou des fauteuils roulants; les personnes ayant une déficience visuelle ou auditive; et celles qui ont une déficience cognitive) Les concepteurs de panneaux doivent tenir compte d'une vaste gamme de caractéristiques, notamment le contraste, les couleurs, la typographie, la taille, les matériaux, l'emplacement, la distance de vision et les améliorations technologiques.

Les normes d'accessibilité pour les panneaux de signalisation publics varient grandement selon l'autorité compétente et les priorités des gouvernements, des ordres professionnels et des groupes de défense et de promotion des droits. Le résumé qui suit regroupe les lignes directrices – quelques, très générales, d'autres, très précises – pour lesquelles il y a un consensus global ou du moins un début de consensus. Comme pour toutes les sections de ce guide, l'objectif n'est pas de prescrire des règles, mais de sensibiliser les concepteurs aux enjeux actuels et de recommander des approches dont chacun devrait tenir compte.

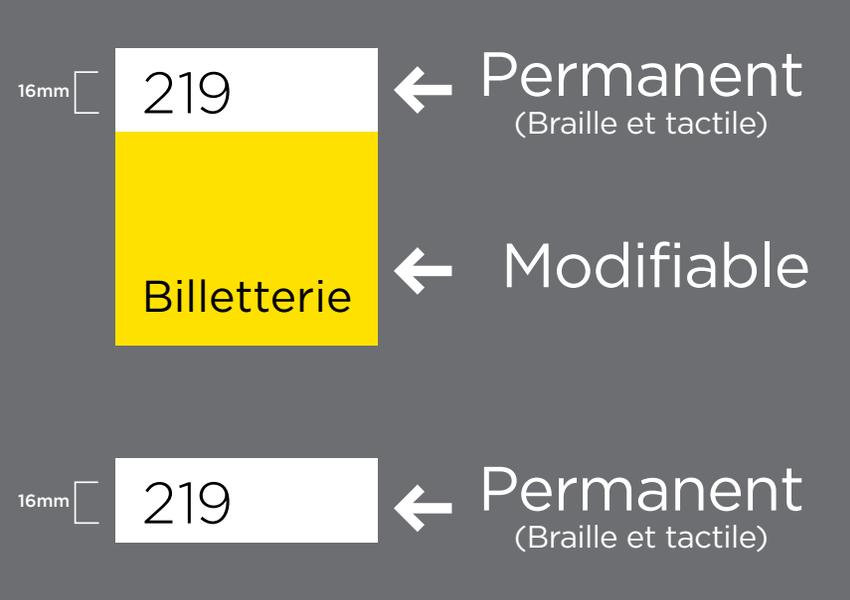
- Un **rapport de contraste d'au moins 70 %** entre l'avant-plan et l'arrière-plan représente, règle générale, la norme en matière de lisibilité et est recommandé pour tous les panneaux. Toutefois, de petites différences ne causent pas un grand problème. L'indice de réflectance, les matériaux utilisés et l'éclairage ont une influence sur le contraste.
- L'arrière-plan et la surface du lettrage devraient avoir un **fini mat ou non lustré**.

- Tous les panneaux de salle permanents devraient utiliser un **lettrage tactile ou braille**.
- Le choix de la police de caractères est bien entendu très important pour assurer la lisibilité du panneau, encore plus s'il s'agit d'un panneau tactile. **Tout le lettrage tactile devrait utiliser une police sans empattement**.
- Bien que les États-Unis et plusieurs autres pays utilisent des lettrages tout en majuscules pour les panneaux tactiles, au Canada **l'utilisation des majuscules et des minuscules** est recommandée pour les panneaux tactiles et non tactiles.
- Toutes les polices de caractères utilisées sur un panneau doivent avoir un **rapport idéal entre la largeur des lettres et la largeur du fût des lettres**. La largeur du O majuscule doit mesurer entre 55 % et 120 % de la hauteur du I majuscule. La largeur du fût des lettres ne doit mesurer que 15 % de la hauteur du I majuscule.
- Une lettre tactile doit mesurer **entre 16 mm et 55 mm de hauteur**, selon la hauteur du X majuscule.
- **L'espacement des caractères** ne doit pas être inférieur à 3 mm et ne pas être supérieur à quatre fois la largeur du fût.
- Pour calculer le **rapport entre la taille des caractères et la distance de lecture**, on suggère une proportion de 25 mm de hauteur de capitale par 7,5 m de distance de lecture.
- Le lettrage tactile et en braille devrait avoir un **relief d'au moins 0,8 mm de la surface du panneau**.
- Il devrait y avoir un **espace d'au moins 10 mm** entre les éléments de lettrage tactile, de braille et les autres éléments graphiques pour favoriser la lisibilité du panneau.
- Les normes concernant le braille varient. **Au Canada, la norme généralement acceptée est le braille niveau 1** alors qu'aux États-Unis et dans plusieurs autres pays, on adopte le braille niveau 2 (braille abrégé).

→ On recommande que les caractères et les symboles d'un panneau aient un rapport de contraste de réflectance d'au moins 70 % avec l'arrière-plan. Le contraste est un facteur important de la lisibilité.

↓ La taille des caractères et la distance à laquelle il est possible de lire un panneau sont directement reliées. On suggère une proportion de 25 mm de hauteur de capitale par 7,5 m de distance de lecture.

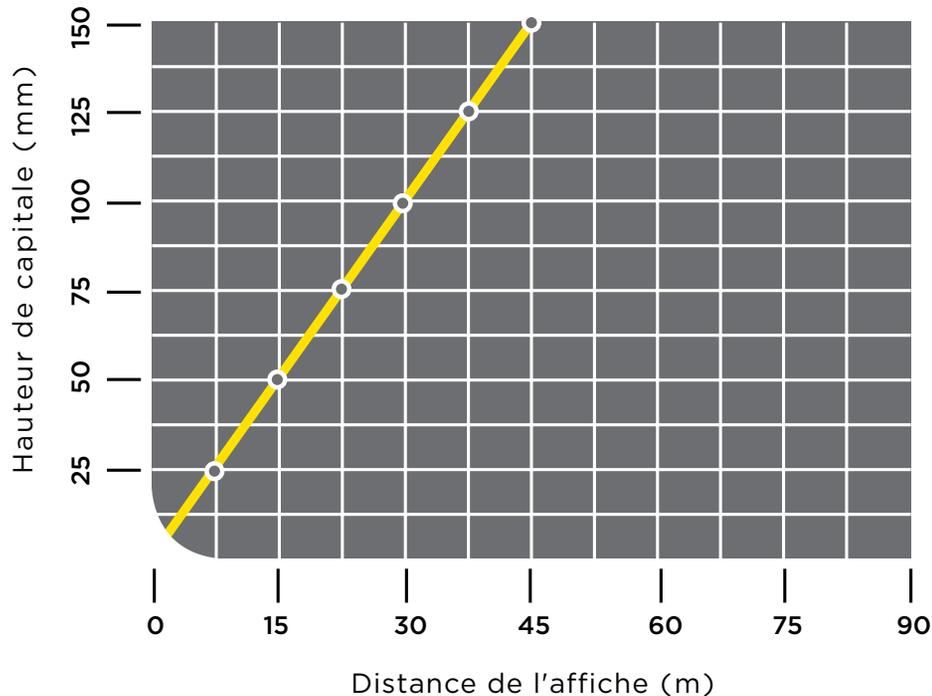
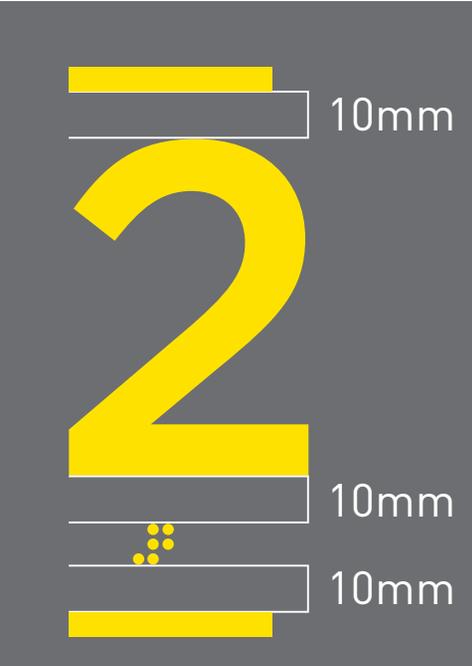
**Rapport de contraste de réflectance minimum : 70 %**

16mm [ 219 ← Permanent (Braille et tactile)

Billetterie ← Modifiable

16mm [ 219 ← Permanent (Braille et tactile)

10mm

10mm

10mm

↑ Les panneaux de salle sont généralement composés d'une partie permanente et d'une partie modifiable. La partie permanente des panneaux de salle devrait contenir des éléments de lettrage tactile et en braille. La hauteur minimum recommandée du lettrage est de 16 mm. L'information contenue sur la partie modifiable peut être affichée en lettre non tactile, mais devrait tout de même respecter les recommandations quant aux proportions, au contraste et à la taille des caractères.

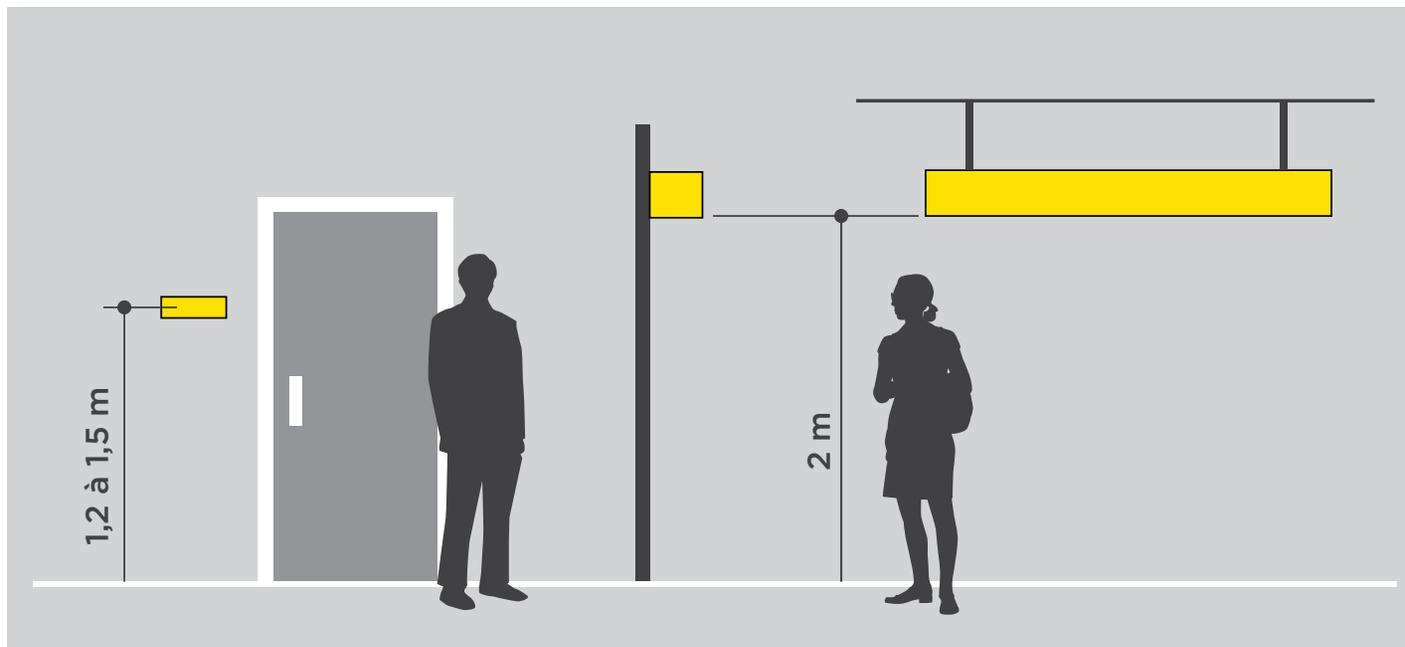
↖ Pour conserver une lisibilité idéale, il devrait y avoir un espace d'au moins 10 mm entre les éléments de lettrage tactile, de braille et les autres éléments graphiques.

## TYPES DE PANNEAUX

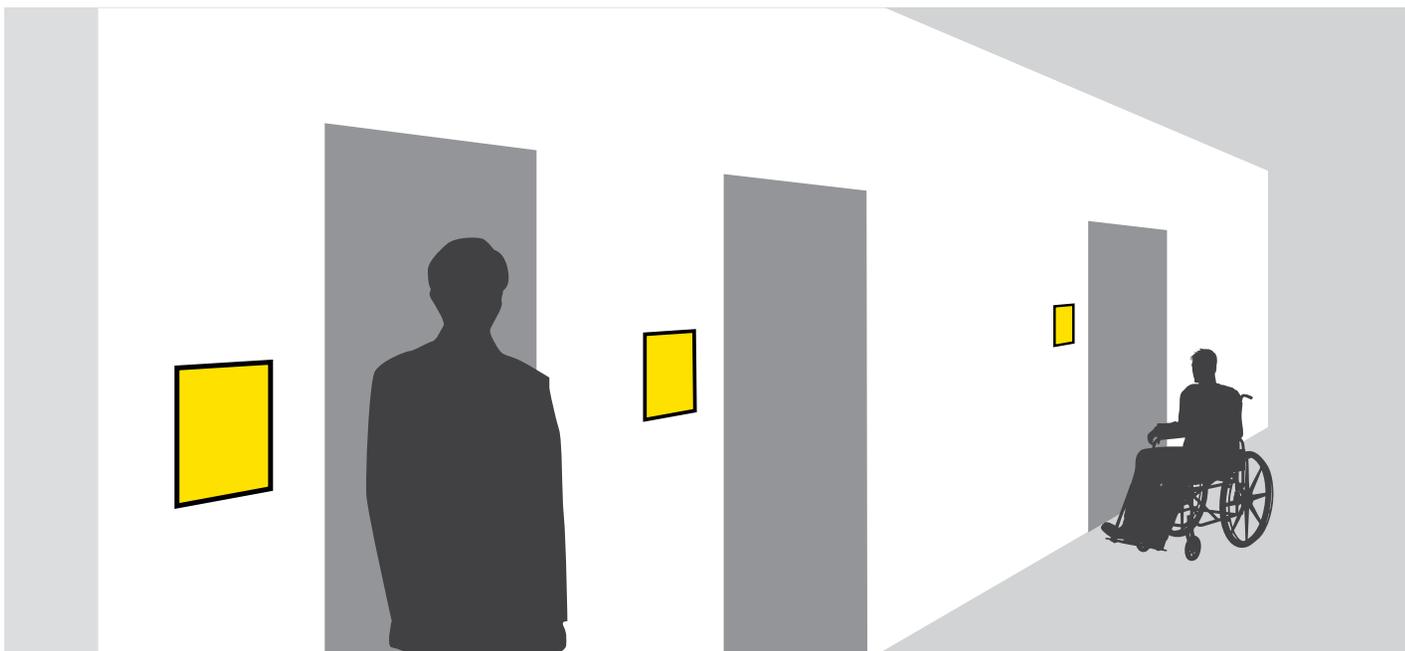
- Les **panneaux de salle** doivent être fixés sur le mur du côté de la serrure.
- La **partie permanente des panneaux de salle devrait contenir des éléments de lettrage tactile et en braille**. La hauteur minimum recommandée du lettrage est de 16 mm. L'information non permanente (p. ex., le nom de la personne qui occupe un bureau) peut être affichée en lettre non tactile, mais devrait tout de même respecter les recommandations quant aux proportions, au contraste et à la taille des caractères.
- Pour répondre aux besoins des personnes ayant une déficience visuelle ou une mobilité réduite, **les panneaux de salle devraient être fixés** à une distance de 1,2 m à 1,5 m au-dessus du plancher fini.
- Comme une personne aveugle met généralement plus de temps à lire du lettrage tactile qu'une personne voyante en met à lire du texte

écrit – et parce que les séquences numériques sont plus simples à comprendre – **il est recommandé d'identifier les salles à l'aide de chiffres et de lettres**. Toute information supplémentaire devrait jouer un rôle secondaire.

- Les panneaux affichant des **pictogrammes ou des symboles** devraient être conformes aux normes internationales, y compris en ce qui a trait au rapport de contraste. L'espace autour du pictogramme devrait mesurer au moins 150 mm de hauteur. Si possible, les pictogrammes devraient être tactiles.
- Le texte des **panneaux suspendus** devrait mesurer au moins 75 mm de hauteur si la ligne de base des caractères se trouve à plus de 3 m du plancher fini. Si la ligne de base se trouve à moins de 3 m du plancher fini, le texte devrait mesurer 50 mm de hauteur. Les panneaux suspendus et les panneaux sur mât ne devraient pas être fixés à moins de 2 m du plancher fini.



← Les panneaux suspendus et les panneaux sur mât ne devraient pas être fixés à moins de 2 m du plancher fini.



.....  
 ← La hauteur des panneaux fixés au mur doit être uniforme pour l'ensemble d'un emplacement afin de répondre aux besoins des personnes ayant une déficience visuelle et les personnes en fauteuil roulant.

- Les **panneaux de direction fixés au mur** n'ont généralement pas à utiliser du lettrage tactile ou en braille. Toutefois, ils devraient tout de même respecter les recommandations quant au rapport de contraste et à la taille des caractères. Idéalement, il devrait y avoir 1,5 m entre le sol et le centre des panneaux. Pour bien répondre aux besoins des personnes ayant une déficience visuelle, il est important que l'installation des panneaux soit uniforme.
- Les **cartes et les répertoires** n'ont pas à utiliser du lettrage tactile ou en braille. Toutefois, ils devraient tout de même respecter les recommandations quant au rapport de contraste. Il n'y a pas d'exigence minimum quant à la taille du texte, mais lorsque possible, le message doit mesurer au moins 16 mm de hauteur. Idéalement, ils devraient être fixés à une distance de 1,2 m à 1,5 m au-dessus du plancher fini.
- Les **cartes tactiles** comportent des éléments graphiques et des symboles surélevés qui aident les personnes ayant une déficience visuelle à se faire une image mentale de leur environnement. Ces cartes spécialisées sont généralement installées séparément des cartes traditionnelles.
- Une variété de **solutions technologiques** peuvent également être mises en place pour compléter ou remplacer la signalisation. Par exemple, un système de signalisation audio peut fournir du contenu multilingue aux personnes ayant une déficience visuelle ou celles dont la langue maternelle n'est pas affichée sur les panneaux de texte. Les spécialistes de l'aménagement de l'espace devraient constamment explorer et tester de nouvelles technologies, telles que les logiciels de synthèse vocale et les applications mobiles basées sur l'emplacement de l'utilisateur, dans le but d'explorer de nouvelles facettes de l'accessibilité.

# Terminal 1 de l'aéroport Pearson

## EXIGENCES

L'Autorité aéroportuaire du Grand Toronto désirait intégrer des normes d'accessibilité dans le processus de design du Terminal 1 de l'aéroport Pearson. En partenariat avec l'INCA, Entro a reçu comme mandat de créer des trajets de déplacement clairs et complets visant à s'assurer que les voyageurs choisissent leurs trajets avec confiance sans être soumis à une surcharge d'information. L'objectif était d'utiliser des termes normalisés et des directions claires pour que les personnes devant prendre une décision sur le trajet à suivre puissent le faire facilement. Le système devait être convivial peu importe la langue des voyageurs et être utile même pour ceux qui visitent rarement l'aéroport.

## SOLUTIONS

Les équipes chez Entro et Pentagram ont conçu et mis en place un système de signalisation complet pour le nouveau terminal. Le système a créé une nouvelle culture à l'aéroport, utilisant des éléments graphiques et des icônes qui s'apparentent à l'architecture audacieuse du terminal, ce qui lui a valu de nombreux prix de design internationaux.



← Dans la zone d'enregistrement, les piliers principaux servent de points de repère et sont conçus pour être le plus visible possible. Chacun des piliers est surmonté d'un élément graphique distinctif.

↙ Les panneaux suspendus utilisent l'anglais sur la surface convexe et le français sur la surface plane ainsi qu'un code de couleurs : le jaune pour les vols sortants et le vert pour les vols entrants.



**Firme de design**  
Entro Communications  
(avec Pentagram)

**Graphiste**  
Wayne McCutcheon R.G.D.

**Client**  
Autorité aéroportuaire  
du Grand Toronto

# Exposition sur les handicaps *Out From Under*

## EXIGENCES

La firme Adams + Associates a été approchée par un conservateur et professeur à l'École des études sur les handicaps de la Ryerson University pour transformer des projets d'étudiants en une exposition itinérante professionnelle. L'objectif de l'installation comportant 13 projets sur le sujet des handicaps était de servir d'exemple aux futurs projets d'accessibilité. Pour réaliser ce projet, la firme a dû tenir compte de facteurs tels que l'achalandage, la hauteur d'affichage des artefacts, la hauteur des tables, le langage et la lisibilité.

## SOLUTIONS

La firme Adams + Associates a surmonté les défis que posait le fait de rendre cette exposition le plus accessible possible. Le langage utilisé était concis et simple. Pour répondre aux besoins des personnes ayant une déficience visuelle, la firme a utilisé une police de caractères claire de couleur gris foncé sur un fond blanc, ce qui a résulté en un haut rapport de contraste. La firme a porté une attention particulière à la taille et à l'espacement des caractères ainsi qu'à l'interlignage. L'achalandage représentait également un facteur clé. Pour répondre aux besoins des personnes en fauteuil roulant, la firme a tenu compte de l'espace requis pour la rotation des fauteuils ainsi que de la hauteur d'affichage des artefacts. Lorsqu'elle a été présentée au Musée royal de l'Ontario, l'exposition comprenait des caractéristiques spéciales telles qu'une baladodiffusion vidéo de tous les textes en langue des signes américaine, une baladodiffusion audio donnant une description visuelle complète des artefacts et des stations tactiles présentant le relief de certains objets.



**Firme de design**  
Adams + Associates

**Graphiste**  
Debbie Adams R.G.D.

**Client**  
École des études sur  
les handicaps de la  
Ryerson University

### Ressources imprimées

---

Barker, Peter et June Fraser

*Sign Design Guide: A Guide to Inclusive Signage*

Carter, Rob et Ben Day et Philip Meggs

*Typographic Design: Form and Communication*

CNIB Research et VREBR Project Team

*Clear Print: An evidence-based review of the research on typeface legibility for readers with low vision*

Gibson, David

*The Wayfinding Handbook: Information Design for Public Places*

Lidwell, William et Kristina Holden et Jill Butler

*Universal Principles of Design*

Lupton, Ellen

*Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors & Students*

Visocky O'Grady, Jenn et Ken

*The Information Design Handbook*

Arthur, Paul et Romedi Passini

*People, Signs, and Architecture*

Calori, Chris

*Signage and Wayfinding Design: A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems*

### Ressources en ligne

---

Adobe Accessibility Centre

[www.adobe.com/accessibility](http://www.adobe.com/accessibility)

Canadian Abilities Foundation

[www.abilities.ca](http://www.abilities.ca)

Institut national canadien pour les aveugles

[www.inca.ca](http://www.inca.ca)

Center for Universal Design

[www.ncsu.edu/www/ncsu/design/sod5/cud](http://www.ncsu.edu/www/ncsu/design/sod5/cud)

International Institute for Information Design

[www.iiid.net](http://www.iiid.net)

Association canadienne des troubles d'apprentissage

[www.ldac-acta.ca](http://www.ldac-acta.ca)

Ministère des services sociaux et communautaires de l'Ontario

[www.ontario.ca/accesson](http://www.ontario.ca/accesson)

Society for Environmental Graphic Design

[www.segd.org](http://www.segd.org)

Initiative sur l'accessibilité du World Wide Web Consortium

[www.w3.org/WAI](http://www.w3.org/WAI)

## REMERCIEMENTS

Produire un document innovateur comme celui-ci ne peut être accompli sans la coopération et l'appui d'un grand nombre de personnes remarquables.

**Carmen von Richthofen**, directrice générale de l'Association des graphistes agréés de l'Ontario de 1996 à 2007, a eu la vision originale de ce projet et a travaillé à obtenir des fonds du Programme InterActions pour le changement.

Un remerciement tout spécial va aux auteurs qui ont fourni un contenu d'experts pour ce guide :

Merci à **Jenn et Ken Visocky O'Grady** qui ont rédigé la section Design imprimé. Jenn et Ken sont les cofondateurs d'Enspace, un groupe d'experts qui croient que la collaboration favorise la communication. Les deux auteurs font également la promotion du design dans les salles de classe : Jenn est professeure agrégée à la Cleveland State University et Ken est professeur agrégé à la Kent State University.

Merci à **Derek Featherstone**, qui a rédigé le contenu de la section Design Web. Derek est le fondateur de Further Ahead, une firme offrant à ses clients des idées créatives et judicieuses en matière d'accessibilité. Il fait affaire avec des

entreprises Fortune 500 et d'autres clients du secteur privé ainsi qu'avec des établissements d'enseignement, des entreprises de services publics et des organismes gouvernementaux.

Merci à **Gregory Neely R.G.D.**, qui a rédigé la section Design de l'aménagement de l'espace. Gregory est le cofondateur de Forge Media + Design, une firme multidisciplinaire qui se spécialise dans la valorisation expérientielle de la marque et du design en milieux humains, y compris les médias numériques, l'aménagement graphique de l'espace et la signalisation.

Un merci également aux membres des comités consultatifs et directeurs (voir ci-contre) pour ce projet, en particulier **Lionel Gadoury R.G.D.**, qui en tant que président de l'Association donne une orientation à toutes nos activités, et à **Wayne McCutcheon R.G.D.**, qui en tant qu'ancien président de l'Association a fourni une contribution inestimable à la section Design de l'aménagement de l'espace.

Finalement, un merci à l'auteur **Doug Dolan** et à notre partenaire de design, **Context Creative**, car leur talent et leur travail acharné méritent une reconnaissance spéciale.

## MEMBRES DU COMITÉ DIRECTEUR

**Hilary Ashworth**, directrice générale, l'Association des graphistes agréés de l'Ontario

**Nancy Calabro**, conseillère en programmes, Unité des partenariats et de la sensibilisation du public, Direction générale de l'accessibilité pour l'Ontario

**Eleanor Hill**, coconseillère principale en programmes, Unité des partenariats et de la sensibilisation du public, Direction générale de l'accessibilité pour l'Ontario

**Jim Dixon**, conseiller principal en programmes, Unité des partenariats et de la sensibilisation du public, Direction générale de l'accessibilité pour l'Ontario

**Christina Mastruzzo**, coordonnatrice des communications, l'Association des graphistes agréés de l'Ontario

## MEMBRES DU COMITÉ CONSULTATIF

**Tim Au-Yeung**, président, Chapitre du Grand Toronto, Association of Registered Interior Designers of Ontario; représentant en architecture et en design, Humanscale Toronto

**Lionel Gadoury R.G.D.**, président, l'Association des graphistes agréés de l'Ontario; premier dirigeant et directeur de la création, Context Creative

**Naveesha Maharaj**, consultante en matière d'accessibilité, INCA

**Mark McAllister** Prov. R.G.D., graphiste pigiste

**Wayne McCutcheon R.G.D.**, premier dirigeant et fondateur, Entro Communications

**Colin O'Brien R.G.D.**, graphiste principal, Hunter Amenities



Ce document est imprimé sur du papier HannoArt. HannoArt est une gamme de papier couché A2+ sans bois de première qualité fabriquée par Sappi. Les papiers couchés fins HannoArt sont produits au moyen de pulpe blanchie sans utilisation de chlore. Le bois utilisé pour la pulpe provient de forêts et plantations gérées de façon durable. Les usines sont certifiées ISO 9001, ISO 14001, EMAS, FSC et PEFC. Le papier HannoArt est sans acide et entièrement recyclable.

## PARTENAIRES 2010 DE L'ASSOCIATION



## À PROPOS DE L'ASSOCIATION DES GRAPHISTES AGRÉÉS DE L'ONTARIO

L'Association des graphistes agréés de l'Ontario représente plus de 3 000 membres, y compris des graphistes professionnels qui aident leurs clients à produire des communications organisationnelles et de marketing; des concepteurs et des gestionnaires qui travaillent au sein d'entreprises, d'organismes gouvernementaux, d'établissements d'enseignement et d'organismes sans but lucratif canadiens; des éducateurs qui supervisent la formation de la prochaine génération de professionnels du design; et des étudiants, qui représentent l'avenir de l'industrie.

Constitué par une loi de l'Assemblée législative de l'Ontario en 1996, l'Association est habilité à accorder le droit exclusif d'utiliser les désignations « Registered Graphic Designer » (graphiste agréé) et « R.G.D. » aux graphistes professionnels. Il s'agit de la seule association de graphisme en Amérique du Nord à obtenir l'appui d'une telle loi.

Le mandat de l'Association est de servir de carrefour pour la communauté des graphistes de la province en faisant la promotion du partage des connaissances, de l'apprentissage continu, de la recherche, de la défense des droits et du mentorat. L'Association travaille sans cesse à établir et à promouvoir des normes professionnelles, des pratiques exemplaires et une expertise technique dans l'ensemble de l'industrie. Elle réalise des efforts concertés à l'appui de la pensée design, la résolution créative de défis pratiques qui tend vers un meilleur avenir. Les adeptes de la pensée design utilisent leur imagination, leur empathie et leurs compétences de résolution de problèmes pour aider les entreprises à réussir et à répondre aux besoins des personnes, y compris celles qui comprennent l'importance vitale de l'accessibilité.

## RGD-AccessibleDesign.com

La discussion sur le design accessible ne s'arrête pas ici. Pour obtenir de plus amples renseignements sur les meilleurs pratiques en matière de design accessible, consulter d'autres études de cas ou accéder à d'autres ressources, veuillez visiter le site Web Accès-Abilité de RGD. Conçu comme point de rencontre, le site encourage les utilisateurs à visiter, à apprendre, à participer à la discussion et à faire part de leurs histoires, exemples et conseils.

RGD ONTARIO

### PARTENAIRES ACCÈS/CIBLE

