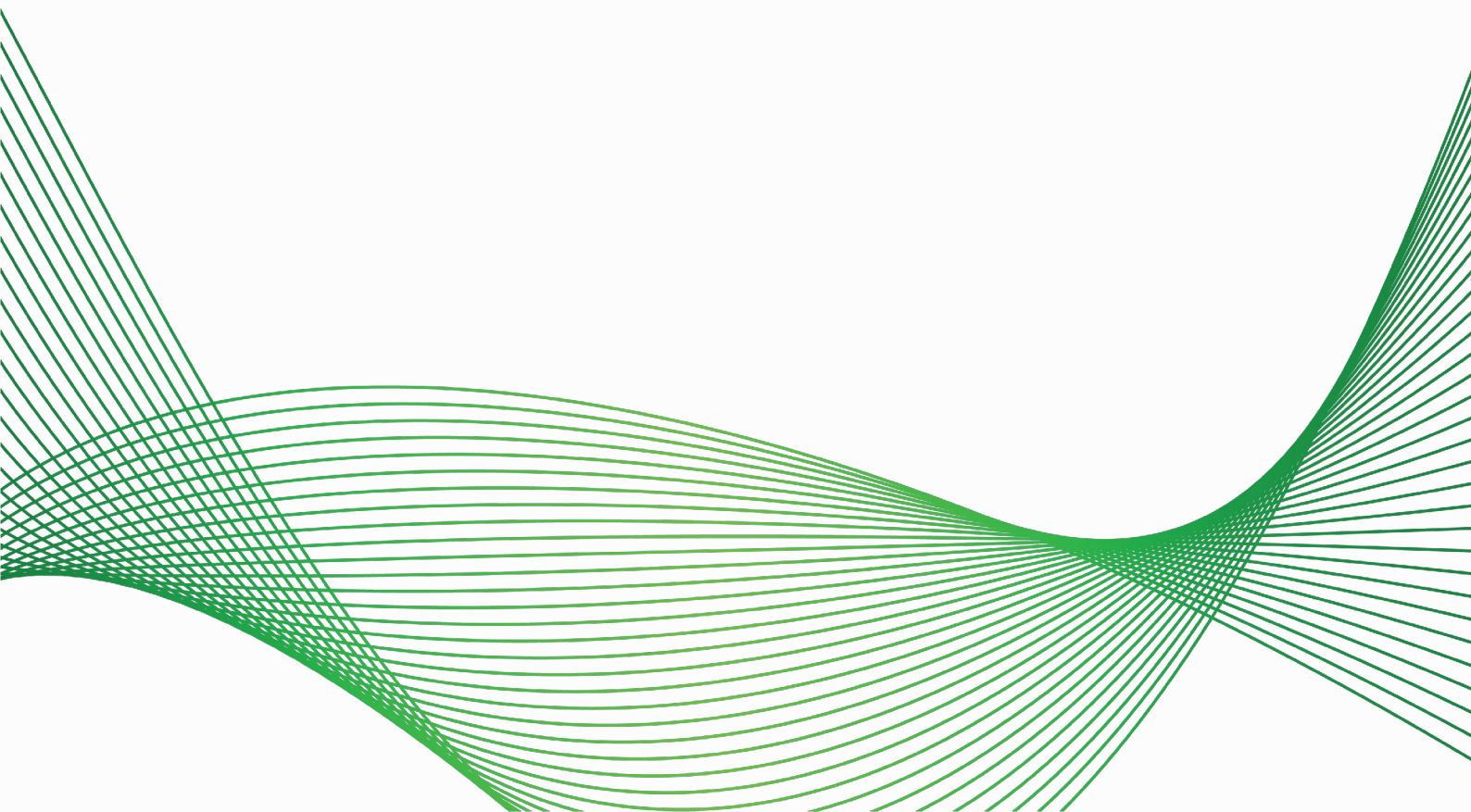


feweb

Accessibilité numérique"

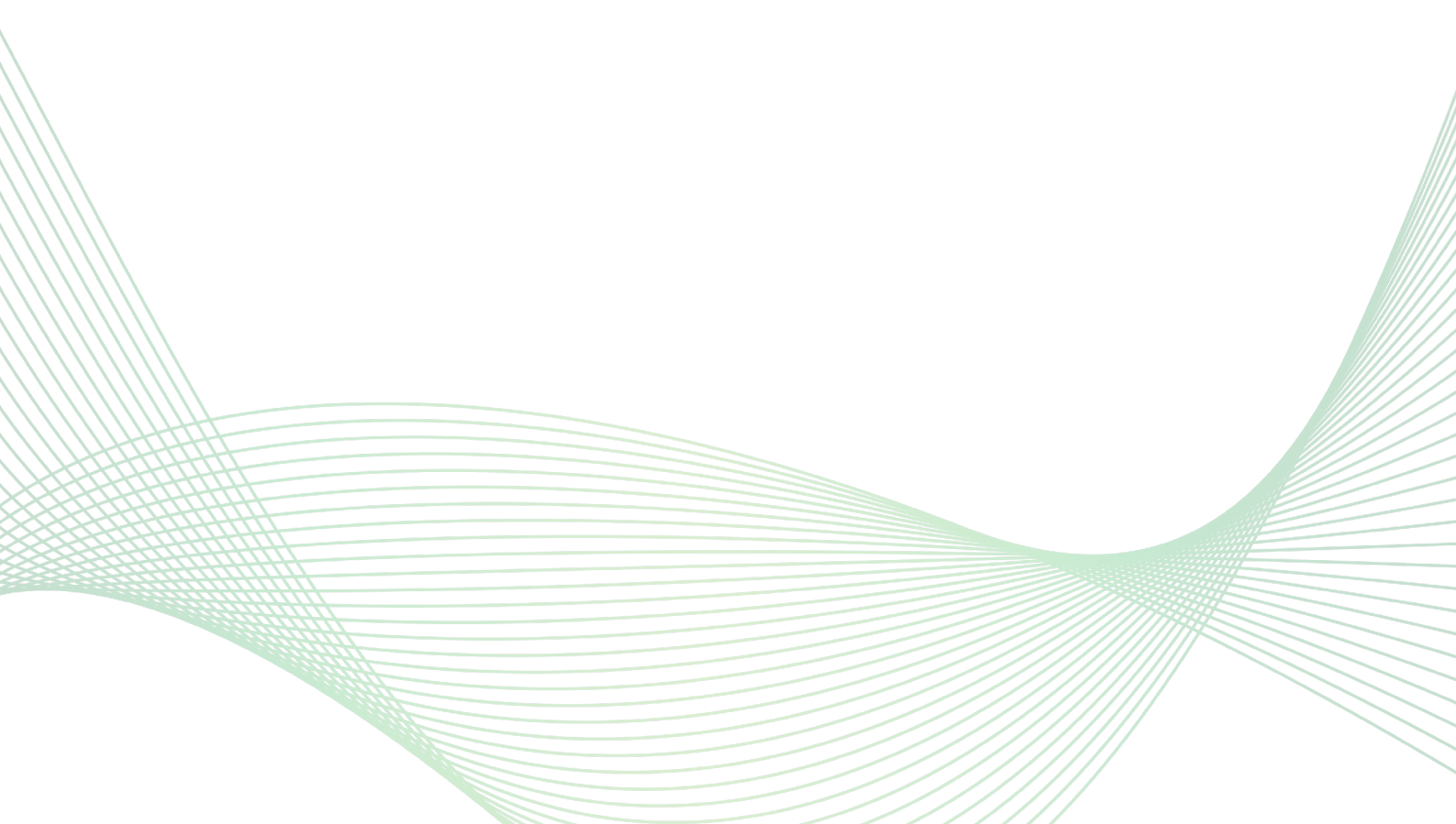
Pourquoi votre site doit être accessible et comment
vous y prendre ?



Ce livre blanc a été rédigé par une équipe d'experts réunis au sein de l'Accessibility Focus Group de Fe-Web, l'association professionnelle des agences et des professionnels du numérique.

Remerciements à Bart Simons et Bram Janssens (AnySurfer), Roel Van Gils (Eleven Ways), Nicky Kerfs (Novation), Arnaud Recko et Hilde Van Bree (DNS Belgium), Bart Van Neste (Dynamate), Ingrid Stojnic (Rekall), Karolien François (Studio North), An Haenen (Sirius Legal) et Patrick Marck (FeWeb).

Dernière mise à jour: 15 avril 2026



Pourquoi votre organisation a-t-elle besoin d'un site web accessible ?

L'accessibilité est essentielle pour pouvoir parler d'inclusion numérique. Cela signifie que chacun, y compris les personnes en situation de handicap, peut pleinement utiliser les sites web et les applications. Cela n'est possible que si l'environnement numérique est construit conformément aux normes internationales en matière d'accessibilité.

Un site web ou une application accessible est bien plus qu'un exercice technique. Il vous aide à toucher plus de personnes, améliore l'expérience utilisateur et augmente les performances. L'accessibilité n'est donc pas seulement une **responsabilité sociale et juridique**, mais aussi un **choix commercial logique**.

Savez-vous si...

- les personnes qui ont un handicap peuvent facilement naviguer sur votre site ?
- vous pouvez effectuer toutes les actions sur votre site sans souris, y compris cliquer sur la bannière relative aux cookies ?
- les contrastes de couleurs sur votre site sont suffisants pour les utilisateurs malvoyants ?
- vos formulaires en ligne sont remplissables par les personnes utilisant un lecteur d'écran ?
- une déclaration d'accessibilité est présente, trouvable et correcte sur le fond, et permet aux visiteurs de réagir ?

Ces points d'attention permettent à chacun de participer de manière égale au monde numérique. Ainsi, vous élargissez considérablement votre portée.

Pourquoi l'accessibilité numérique est importante

Les sites web accessibles offrent des avantages concrets et précieux :

Une portée plus large

Avec un site web accessible, vous touchez plus de personnes, y compris celles en situation de handicap. En élargissant votre groupe cible potentiel, vous atteignez plus de clients et augmentez votre chiffre d'affaires. Dans le monde, 16 % de la population¹ vit avec un handicap. Ces personnes aussi visitent des sites web, comparent des prestataires et effectuent des achats en ligne.

Un meilleur référencement

Les sites web accessibles obtiennent souvent de meilleurs résultats en termes de structure, de sémantique et de clarté. Cela aide les moteurs de recherche et les agents IA à mieux comprendre, interpréter et restituer correctement votre contenu. Vous pouvez ainsi obtenir un meilleur classement dans les résultats de recherche organiques.

Une meilleure réputation

En tenant compte des différents besoins des utilisateurs, vous montrez que l'inclusion n'est pas une promesse creuse. Cela renforce votre marque et votre crédibilité. Pour de nombreuses organisations, l'accessibilité devient ainsi un avantage concurrentiel

Une expérience utilisateur améliorée

Les produits accessibles sont plus conviviaux car ils sont plus clairs, plus cohérents et plus simples à utiliser. Cela offre une expérience plus agréable et augmente la satisfaction des visiteurs et des clients.

Un chiffre d'affaires plus élevé

Une portée plus large, une meilleure expérience utilisateur et moins de barrières conduisent souvent à de meilleurs résultats. L'accessibilité peut donc contribuer à un taux de conversion plus élevé et vous aider à rentabiliser votre investissement.

“



Les agences web jouent un rôle clé : elles construisent le paysage numérique de demain. Avec ce rôle vient la responsabilité de livrer à vos clients non seulement un site performant, convivial, conforme sur le plan juridique et sécurisé, mais aussi accessible. Et, de les informer sur ce que cela implique exactement..

Patrick Marck, directeur de FeWeb

”

L'accessibilité rend votre site meilleur

Plus tôt vous intégrez l'accessibilité numérique dans la conception et le développement d'un site web ou d'une application, plus le processus se déroulera facilement. Ajouter l'accessibilité a posteriori est presque toujours plus complexe, chronophage et coûteux. Cela s'inscrit dans un principe plus large des projets numériques : **plus un problème est traité tard, plus le coût est élevé²**.

Pour les sites existants, une refonte complète n'est pas toujours la première ou la meilleure étape. Dans certains cas, il est plus judicieux de construire les nouvelles extensions, pages et fonctionnalités de manière accessible, afin de progresser étape par étape sans tout devoir aborder en même temps.

Les chiffres

1,3 milliard
de personnes vivent avec
une forme de handicap

2 milliard
de personnes auront plus
de 60 ans d'ici 2050

9%
des 15 - 64 ans en Belgi-
que ont un handicap

Dans le monde, on estime qu'il y a 1,3 milliard de personnes qui vivent avec une forme de handicap, environ 16 % de la population³. Cette proportion continuera d'augmenter dans les décennies à venir, notamment en raison du vieillissement. Beaucoup d'entre elles seront confrontées à une vision réduite, à une perte auditive ou à une mobilité limitée. Elles aussi bénéficieront de services numériques accessibles.

En Belgique, Statbel estime que 9 % des 15-64 ans ont des problèmes de santé ayant un grand impact sur leur fonctionnement quotidien. Cela signifie concrètement que vous excluez un groupe important si vous ne concevez que pour un soi-disant utilisateur moyen. L'accessibilité ne concerne donc pas une petite niche.

Fidélité à la marque

Les entreprises qui misent sur l'inclusion des personnes en situation de handicap réalisent **en moyenne un chiffre d'affaires supérieur de 28 % et des marges bénéficiaires supérieures de 30 %** à celles de leurs concurrents⁴. Rendre votre site web ou votre application accessible ne présente pas seulement des avantages pour les personnes en situation de handicap, mais offre à tous les clients une meilleure expérience utilisateur en ligne, ce qui conduit à une satisfaction et une fidélisation accrues.

“



Lorsque vous construisez des sites web pour les personnes rencontrant les plus grands défis, vous construisez des sites qui fonctionnent pour tous. Vous faites donc plaisir à tout le monde.

Karolien François, experte en accessibilité

”

Le coût d'un site non accessible

Un site non accessible coûte de l'argent. **Celui qui laisse des obstacles en place perd des clients potentiels.** Dans le monde, 16 % de la population vit avec un handicap, et 71 % de ces utilisateurs abandonnent lorsqu'ils butent contre un obstacle qu'est un site non accessible⁵.

Prenons l'exemple d'une boutique en ligne avec 10 000 visiteurs par mois, une commande moyenne de 100 € et un taux de conversion moyen de 4 %.

Sur ces 10 000 visiteurs, environ 1 600 ont un handicap. Si 71 % d'entre eux quittent votre boutique en ligne en raison de l'inaccessibilité, vous perdez 1 136 visiteurs. Avec un taux de conversion de 4 % et un montant moyen de commande de 100 €, cela représente une perte de chiffre d'affaires mensuelle de 4 544 €. Sur une base annuelle, cela s'élève à plus de 50 000 €.

Que dit la loi sur l'accessibilité numérique ?

Dans une société numérique, l'accessibilité n'est plus optionnelle. Depuis le 28 juin 2025, l'European Accessibility Act (EAA) s'applique aux entreprises qui proposent certains produits ou services numériques aux consommateurs.

Pour les institutions publiques, une telle obligation existe depuis plus longtemps, via la **loi du 19 juillet 2018 sur l'accessibilité des sites web et des applications mobiles des institutions publiques**. Avec l'EAA, cette logique est désormais étendue au marché privé des consommateurs, dans le but de soutenir une société plus inclusive pour des millions de citoyens européens en situation de handicap⁶.

Arrêtez d'attendre : le mythe des 5 ans

En Belgique, il existe encore souvent une confusion autour de l'EAA. Une idée fausse tenace est que les entreprises auraient encore jusqu'en 2030 pour se mettre en conformité, car il existerait une période de transition de

cinq ans.

La règle principale est pourtant claire: **depuis juin 2025, chaque nouveau produit ou service relevant de l'E-AA doit répondre aux exigences**. Le délai de cinq ans fréquemment mentionné ne s'applique que comme scénario de fin de vie pour certains contrats et produits en cours qui étaient déjà légalement utilisés avant cette date.

À qui s'appliquent les règles ?

La loi a une portée large et vise **les services importants dans la vie quotidienne des consommateurs**. Selon la législation officielle, il s'agit notamment du matériel informatique et des systèmes d'exploitation, du e-commerce, des livres électroniques, du transport de personnes, des services de communication électronique et des services de streaming.

Pour l'e-commerce, cela signifie plus que la simple page produit ou le processus de paiement. L'ensemble du parcours compte, y compris le processus de commande, le flux de retour et d'autres éléments essentiels de la prestation de services.

Comme les attentes concrètes varient selon les secteurs, le **SPF Économie a publié des lignes directrices spécifiques**. Il est important d'utiliser le bon guide pour votre situation.

🔗 Lignes directrices générales (e-commerce ou services de commerce électronique) :

<https://economie.fgov.be/fr/themes/entreprises/guidance/accessibilite/accessibilite-guidelines-pour-0>

🔗 Lignes directrices pour le secteur financier (banques et assureurs) :

<https://economie.fgov.be/fr/themes/entreprises/guidance/accessibilite/accessibilite-guidelines-pour>

Votre vitrine numérique : la déclaration d'accessibilité

Si vous êtes soumis aux obligations légales, vous devez publier une **déclaration d'accessibilité** sur votre site web ou votre application, également appelée déclaration de conformité UE. Cette déclaration ne doit pas être un PDF difficile à trouver, mais **une page web accessible que les visiteurs peuvent facilement trouver, par exemple via le pied de page.**

Dans cette déclaration, vous expliquez clairement à quel point votre plateforme numérique est accessible. Vous partez pour cela des **principes WCAG : perceptible, utilisable, compréhensible et robuste.**

Vous indiquez aussi le niveau de conformité atteint, quelles parties ne sont éventuellement pas encore entièrement accessibles et comment les utilisateurs peuvent signaler des problèmes ou donner leur avis.

“



Une déclaration d'accessibilité n'est pas un document juridique que vous cachez quelque part. C'est une main tendue à chaque visiteur qui rencontre un obstacle.

Bram Janssens, expert en accessibilité numérique

”

La responsabilité des agences web

Les agences web et les développeurs ont, depuis juin 2025, une responsabilité claire. Lorsqu'ils livrent des sites web ou des applications relevant de l'EAA, ceux-ci doivent être **conformes aux exigences d'accessibilité en vigueur.**

Cette responsabilité va au-delà de la simple exécution technique. Les agences **doivent également informer suffisamment leurs clients sur la conformité** au sens large. Cela inclut aussi le fait de les avertir des éventuels risques juridiques si un site web ou une application ne répond pas aux exigences.

Exceptions et obligation de déclaration

Toutes les organisations ne sont pas automatiquement soumises aux mêmes obligations.

Les microentreprises, comptant moins de 10 employés et dont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan n'excède pas 2 millions d'euros, ne relèvent pas du champ d'application de ces règles.

En outre, dans certains cas, il est possible d'invoquer **une charge disproportionnée ou une modification fondamentale**. Cependant, ce n'est pas une échappatoire générale. Celui qui invoque une telle exception doit justifier cette évaluation de manière approfondie, la notifier activement au SPF Économie et l'expliquer explicitement dans la déclaration d'accessibilité. Sans cette documentation et cette notification, vous n'êtes pas exempté, mais en infraction. En cas de doute, il est préférable de faire appel à des conseils juridiques.

“



Une charge disproportionnée n'est pas un blanc-seing. C'est une exception justifiée que vous documentez, notifiez et expliquez. Celui qui ne le fait pas est simplement en infraction

Bart Van Den Brande, avocat spécialisé en droit numérique

”

Comment savoir si votre constructeur de site web peut livrer des produits accessibles ?

L'accessibilité nécessite l'implication de différents rôles : des concepteurs aux développeurs, en passant par les designers UX et les spécialistes du marketing. C'est une responsabilité partagée. Cependant, toutes les agences web n'ont pas les mêmes connaissances et la même expérience en matière d'accessibilité.

Certifications et reconnaissances

Demandez si l'agence compte des **collaborateurs disposant d'une certification reconnue par l'IAAP (International Association of Accessibility Professionals)** en matière d'accessibilité. Faites attention à la distinction entre les différentes certifications.

La certification **CPACC** (Certified Professional in Accessibility Core Competencies) est la certification de base. Elle prouve qu'une personne comprend les principes de l'accessibilité, mais ne dit rien sur les compétences techniques.

La certification **WAS** (Web Accessibility Specialist) indique en revanche une expertise technique plus poussée.

Astuce : dans l'annuaire officiel des [professionnels certifiés IAAP](#), vous pouvez vous-même rechercher quelles personnes et entreprises disposent d'une certification, et depuis quand.

En outre, AnySurfer propose un [label pour les prestataires web](#). Le label AnySurfer pour les entreprises web récompense les entreprises qui ont prouvé pouvoir construire des sites web accessibles.

Historique

Demandez des exemples concrets de sites web disposant d'une déclaration d'accessibilité positive ou d'un label reconnu, comme le label AnySurfer ou un label européen similaire.

Vérifiez également si ces déclarations d'accessibilité ont été récemment mises à jour. Une déclaration mise à jour au cours des deux dernières années en dit souvent plus sur l'attention réelle portée à l'accessibilité qu'un effort ponctuel dans le passé.

Pratique propre

Regardez aussi l'agence elle-même. A-t-elle publié une déclaration d'accessibilité sur son propre site web ? Celui qui propose l'accessibilité comme expertise doit aussi mettre cette ambition en pratique dans sa propre pratique numérique. La crédibilité reste également importante sur ce point.

Support du CMS

Un résultat final accessible ne dépend pas seulement de la construction initiale, mais aussi de ce qui se passe ensuite. Il est donc important que le CMS utilisé soutienne les rédacteurs dans l'ajout de contenu accessible, comme des textes alternatifs, une structure de titres correcte et des sous-titres.

Demandez donc aussi à voir le **back-end du système de gestion de contenu** (CMS). Si les rédacteurs ne sont pas bien soutenus, un investissement initial dans l'accessibilité se déprécie souvent plus vite que vous ne le pensez.

Validation indépendante

Une agence ouverte à un audit d'accessibilité indépendant fait preuve de professionnalisme. Tout comme un comptable externe ou un DPO apportent une sécurité supplémentaire, un regard indépendant sur l'accessibilité est un signal fort.

Un audit par un tiers reste le moyen le plus fiable de révéler les barrières. En Belgique, plusieurs organisations effectuent de tels audits indépendants. Vous trouverez un aperçu dans [l'annuaire des prestataires en digital](#) en recherchant « accessibilité ».

“



Le code seul ne rend pas un site web accessible. Un regard externe, surtout de la part de quelqu'un qui utilise des technologies d'assistance, est irremplaçable pour révéler de vraies barrières. En tant que développeur, vous continuez à apprendre.

Bart Van Neste, développeur front-end

”

Implication large

L'accessibilité ne doit pas reposer uniquement sur les épaules des développeurs. Demandez donc si **toutes les disciplines impliquées**, du design et du développement à la rédaction et au marketing, sont familières avec les exigences de base.

Une bonne agence peut expliquer comment elle maintient ses connaissances à jour, comment elle organise la formation interne et comment elle veille à ce que l'accessibilité ne dépende pas d'une seule personne.

Collaboration avec des experts d'usage

L'un des indicateurs de qualité les plus forts est la **collaboration avec des personnes en situation de handicap**. Demandez si l'agence implique des utilisateurs en situation de handicap dans le test des sites web. Dans les grandes agences, vous pouvez également vérifier si des personnes en situation de handicap y sont employées.

Les outils automatiques et les connaissances techniques sont importants, mais ils sont loin de tout détecter. Ce n'est que lorsqu'une personne utilisant un lecteur d'écran, une commande par contacteur ou une autre technologie d'assistance utilise votre site web que les vraies barrières deviennent visibles.

Les agences qui travaillent structurellement avec elles livrent généralement de meilleurs résultats et montrent en même temps que l'inclusion pour elles n'est pas un concept abstrait, mais une pratique quotidienne.

“



Aucun test automatisé ne peut remplacer ce que vous apprenez en voyant un vrai utilisateur avec un lecteur d'écran naviguer sur votre site. C'est alors que vous voyez où se situent les vrais points de blocage.

Bart Simons, expert en accessibilité numérique

”

Passage à l'action : du choix à la livraison

Avez-vous choisi un constructeur de site web ? Il est alors temps d'ancrer concrètement l'accessibilité dans votre projet. Voici les étapes les plus importantes :

- **Précisez la norme dans le contrat**

Dans le contrat, spécifiez à quelle norme le site web doit répondre à la livraison. Pour l'accessibilité web, la référence est **WCAG 2.2 niveau AA**.

Il est important de ne pas seulement mentionner cette norme, mais de la traduire en **critères d'acceptation mesurables**. Ainsi, vous évitez les discussions à la livraison et chaque partie sait à l'avance ce qui est attendu.

- **Partir d'un état des lieux**

Si vous avez déjà un site web existant, **un audit ou un état des lieux** est un point de départ logique. Vous obtenez ainsi une vue d'ensemble des principaux points de blocage et pouvez déterminer où se situent les priorités.

Un état des lieux facilite également le travail ciblé et le suivi des progrès.

Faites appel à des experts en temps utile

En intégrant l'accessibilité dès le départ, vous évitez des problèmes plus tard dans le processus. **Impliquer des experts suffisamment tôt** aide à détecter plus rapidement les risques, à travailler plus efficacement et à construire des connaissances au sein du projet.

Si vous ou votre constructeur de site web avez encore peu d'expérience en matière d'accessibilité numérique, faites appel en temps utile à un expert externe. Dans [l'annuaire des prestataires en digital FeWeb](#), vous trouverez des agences spécialisées en recherchant "accessibility" ou "accessibilité". Vous pouvez également consulter la [IAAP Certified Professional Database](#) pour trouver des spécialistes certifiés.

Assurez une maintenance continue

L'accessibilité numérique n'est pas un projet ponctuel, mais fait partie intégrante de la gestion de votre site web ou de votre application. Il n'y a pas que les modifications techniques qui peuvent créer de nouvelles barrières, mais aussi les nouveaux contenus, campagnes, PDF, formulaires, vidéos et outils externes.

“



Intégrer l'accessibilité a posteriori, c'est comme rénover une maison alors que vous y habitez. C'est possible, mais cela coûte plusieurs fois plus cher que si cela avait été fait correctement dès le début.

Roel Van Gils, ambassadeur digitale toegankelijkheid

”

C'est pourquoi l'accessibilité nécessite une **attention continue sur cinq plans** :

- 1 Documentez les accords et les choix**
Fixez des lignes directrices pour le contenu, le design, les composants et le développement. Ainsi, vous travaillez avec une approche commune et évitez que l'accessibilité ne dépende de l'interprétation individuelle.
- 2 Ancrez l'accessibilité dans votre processus de publication**
Les nouvelles pages, articles, campagnes, PDF, vidéos et formulaires ont tous un impact sur l'accessibilité. La maintenance accessible n'est donc pas seulement technique, mais aussi rédactionnelle et opérationnelle.
- 3 Testez régulièrement, y compris pour les intégrations externes**
Contrôlez l'accessibilité pour les nouveaux contenus, les ajustements fonctionnels, les mises à jour et les couplages avec des outils externes tels que les bannières de cookies, les flux de paiement, les widgets de chat ou les formulaires. Utilisez des outils automatiques comme première étape, mais complétez-les toujours par des contrôles manuels.
- 4 Désignez un responsable et évaluez périodiquement**
Assurez-vous qu'il est clair en interne qui suit l'accessibilité et impliquez cette personne en temps utile dans les modifications. Prévoyez également des évaluations plus larges à des moments fixes.
- 5 Actualisez votre déclaration et collectez les retours**
Gardez votre déclaration d'accessibilité à jour et facilitez pour les visiteurs la possibilité de signaler des problèmes. Leurs expériences mettent souvent en lumière des points de blocage que vous ne voyez pas avec les outils seuls.

“



Un site web accessible le reste seulement si vous le gérez également de manière accessible. La maintenance, les mises à jour de contenu et les nouvelles fonctionnalités déterminent si les gens peuvent continuer à participer.

Ingrid Stojnic, Spécialiste UX & développeur Front-End

”

IA et accessibilité numérique : un outil utile, mais pas une solution en soi

L'intelligence artificielle crée aujourd'hui de nouvelles opportunités pour soutenir l'accessibilité numérique. Pourtant, l'IA ne rend pas automatiquement un site web ou une application accessible.

L'intelligence artificielle, ou IA, peut faciliter le sous-titrage automatique, aux transcriptions, à l'aide à la rédaction de textes alternatifs, à la simplification de contenus complexes, au dépistage du langage clair ou à la détection plus rapide de problèmes d'accessibilité potentiels dans le code et le contenu.

Pourtant, l'IA ne rend pas automatiquement un site web ou une application accessible. Les descriptions, sous-titres ou contenus générés automatiquement ne sont pas toujours corrects, complets, souhaitables ou compréhensibles. Les chatbots IA, les fonctions de recherche et les interfaces générées peuvent également

créer de nouvelles barrières s'ils ne sont pas testés pour l'utilisabilité et l'accessibilité.

Le contrôle humain reste donc nécessaire. Celui qui utilise l'IA dans le contenu, le code ou les interactions clients reste responsable de la qualité, de la clarté et de l'accessibilité de la sortie. L'IA peut accélérer le travail, mais ne prend pas la responsabilité.

Si vous utilisez l'IA dans votre prestation de services numériques, ce contenu doit également répondre aux mêmes exigences d'accessibilité que le reste de votre site web ou de votre application.

Les surcouches d'accessibilité : pourquoi elles ne fonctionnent pas

De plus en plus de prestataires vendent des soi-disant **surcouches d'accessibilité : des scripts placés par-dessus un site web et promettant de le rendre accessible en un clic**. Des exemples connus sont AccessiBe, UserWay et EqualWeb.

Bien que ces solutions soient présentées de manière convaincante, elles ne résolvent pas le cœur du problème.

- ➔ Elles ajoutent souvent une icône visible permettant aux visiteurs d'ajuster des paramètres tels que le contraste, la taille de la police ou la police de caractère. Certaines prétendent même corriger automatiquement les erreurs techniques. Mais le code source sous-jacent reste inchangé, et donc les vrais problèmes d'accessibilité persistent.
- ➔ De plus, les surcouches perturbent régulièrement le fonctionnement des technologies d'assistance telles que les lecteurs d'écran et les commandes par

contacteur. Pour les utilisateurs qui en dépendent, ils rendent parfois l'expérience encore pire.

- ➔ Ils n'offrent pas non plus de réelle conformité. L'EAA exige que le site web lui-même soit accessible, et non qu'une couche supplémentaire y soit ajoutée.
- ➔ Le plus grand risque est peut-être le faux sentiment de sécurité. Les organisations qui installent un overlay pensent parfois être en règle et n'investissent plus dans une accessibilité structurelle. Cela augmente au contraire le risque de plaintes, de dommages à la réputation et de problèmes juridiques.

La communauté internationale des personnes en situation de handicap s'est à plusieurs reprises exprimée contre ce type de solutions. Sur [overlayfactsheet.com](https://www.overlayfactsheet.com), plus de 1000 signatures d'organisations de défense des intérêts, de chercheurs et de professionnels déconseillent les overlays. Leur message est clair : **l'accessibilité ne connaît pas de raccourcis**.

Faites de l'accessibilité une valeur au sein de votre entreprise

Construire un site web accessible est une étape importante. Mais l'impact réel ne se produit que lorsque l'accessibilité devient une partie de la manière dont votre organisation pense, travaille et prend des décisions.

Les champions de l'accessibilité : le moteur du changement de l'intérieur

L'une des manières les plus efficaces de maintenir l'accessibilité vivante au sein d'une organisation est de désigner des **référénts accessibilité** : des collaborateurs qui, au sein de leur propre équipe ou service, contribuent à porter l'attention sur l'accessibilité.

Il ne s'agit pas de consultants externes ou de spécialistes isolés, mais de collègues qui créent une prise de conscience, aident à répondre aux questions et intègrent l'accessibilité

dans les choix quotidiens.

Un tel champion ou référent n'a pas besoin d'être un expert technique pur. Ce qui compte, c'est l'engagement et la volonté d'emmener les autres. Cela peut être un designer UX qui intègre systématiquement les critères d'accessibilité dans les maquettes, un développeur qui partage les bonnes pratiques avec ses collègues, ou un responsable de contenu qui sait quand des textes alternatifs sont nécessaires ou non.

Un réseau de référents aide à ancrer les connaissances de manière horizontale et évite que l'accessibilité ne s'arrête lorsqu'une personne clé quitte l'entreprise.

Chacun contribue à sa manière

L'accessibilité n'est pas une responsabilité exclusive du département développement ou juridique. Chaque rôle dans une organisation contribue à la mise en œuvre de l'accessibilité :

- ✓ **La direction (C-level) et le management** intègrent l'accessibilité dans les objectifs stratégiques et rendent possibles le temps, le budget et la formation. Sans ce soutien, l'accessibilité reste trop souvent dépendante de la bonne volonté.
- ✓ **Les chefs de produit** veillent à ce que l'accessibilité fasse partie intégrante des sprints, des feuilles de route et des fonctionnalités, et non quelque chose qui n'est abordé qu'a posteriori.
- ✓ **Les designers UX** intègrent les critères d'accessibilité dès le premier wireframe, afin que l'inclusion soit intégrée dans la conception et ne doive pas être corrigée a posteriori.
- ✓ **Les développeurs** traduisent ces choix en code accessible et aident à diffuser les bonnes pratiques au sein de l'équipe.
- ✓ **Les équipes commerciales et de développement commercial** utilisent l'accessibilité comme argument commercial : une boutique en ligne accessible touche un public plus large et montre aux partenaires et clients que votre organisation prend l'inclusion au sérieux.
- ✓ **Le service client** est souvent le premier à recevoir les signaux des utilisateurs qui rencontrent des difficultés. Ce feedback est particulièrement précieux, à condition qu'il trouve la bonne voie en interne.

Où en est votre organisation aujourd'hui ?

Avant de vous lancer, il est utile de faire le point sur la situation actuelle. À quel point votre organisation a-t-elle déjà intégré l'accessibilité dans ses processus et décisions quotidiens ?

Un bon point de départ est l'**Inclusion Index de DigitalI**. Il s'agit d'une évaluation en ligne gratuite qui cartographie l'inclusion numérique de votre organisation. L'outil vous amène à réfléchir sur sept domaines, dont l'accessibilité technique de votre site web, l'utilisation d'un langage clair, l'implication des utilisateurs dans le développement de produits numériques, et la continuité entre les services en ligne et hors ligne.

Le résultat est un aperçu de ce qui fonctionne déjà bien et des points à améliorer. Une telle évaluation n'est pas une fin en soi, mais un point de départ et un langage commun pour tous au sein de votre organisation.

 digitalinclusionindex.digitalI.be/fr

“



Le principe d'universalité constitue le fondement du web. Comme Tim Berners-Lee l'a formulé en 1997 : "The power of the Web is in its universality. Access by everyone regardless of disability is an essential aspect." Cette vision correspond au rôle que DNS Belgium assume depuis de nombreuses années au sein de l'écosystème .be. L'accessibilité n'est pas un ajout, mais un élément essentiel d'internet.

Hilde Van Bree, DNS Belgium

”

Investissez dans la connaissance

Ancrer durablement l'accessibilité commence par la sensibilisation, et la sensibilisation grandit grâce à la formation. Cela peut aller d'une courte session d'introduction pour une équipe complète à des formations approfondies pour les designers et les développeurs, ou des formations spécialisées pour les collaborateurs qui jouent un rôle de leader.

Investir dans la formation n'est pas seulement un investissement dans les connaissances techniques. Cela garantit également une compréhension commune au sein de l'organisation, afin que l'accessibilité ne repose pas sur une seule personne, mais devienne une responsabilité partagée.

Une liste des formations est disponible sur : <https://www.w3.org/WAI/courses/list/>

Évitez les discussions et les risques

Lors du développement d'un nouveau site web, il est important d'inclure explicitement l'accessibilité numérique dans un cahier des charges et un contrat, avec des critères d'acceptation clairs et mesurables. Cela évite les discussions à la livraison et protège autant le client que le prestataire.

Risque de réputation

L'un des plus grands risques, et par ailleurs l'un des plus sous-estimés, est le dommage à la réputation. Lorsqu'un utilisateur en situation de handicap ne peut pas utiliser un service important et ne trouve pas d'oreille attentive, cela peut conduire à une **couverture médiatique négative ou à des critiques publiques sur les réseaux sociaux**.

Ce schéma se produit de plus en plus souvent : une plainte qui traîne trop longtemps devient un problème de réputation plus large.

Un exemple connu est le lancement de l'application itsme sans support pour les lecteurs d'écran. En conséquence, les utilisateurs aveugles et malvoyants ne pouvaient pas s'identifier numériquement. La couverture médiatique négative qui a suivi a forcé une adaptation accélérée et a érodé la confiance d'un groupe cible vulnérable.

Itsme n'est pas une exception : les banques, les assureurs et les services publics qui ignorent trop longtemps les plaintes concernant l'accessibilité risquent la même dynamique.

Risque juridique

Le non-respect de l'EAA peut entraîner des **plaintes de citoyens, d'organisations de défense des intérêts ou d'autorités de contrôle**. Cela peut aboutir à des amendes et à l'obligation d'effectuer des adaptations.

Pour les projets financés par des subventions européennes, il est de plus en plus souvent obligatoire de prouver, par le biais d'un audit WCAG externe et indépendant, que le site web ou l'application est accessible. Si vous ne pouvez pas présenter un tel rapport, cela peut retarder ou bloquer le versement des subventions.

Risque financier et dette technique

Celui qui repousse l'accessibilité voit généralement les coûts augmenter. Cela fonctionne de la même manière que la dette technique : **chaque nouvelle fonctionnalité non accessible augmente le retard et rend les corrections ultérieures plus coûteuses**.

Ne pas intégrer l'accessibilité dès le départ peut sembler moins cher, mais en pratique, cela conduit souvent à une facture plus élevée par la suite.

Si vous doutez que votre constructeur de site web dispose de l'expertise nécessaire, faire appel à un expert indépendant est souvent une étape judicieuse. Voir à ce sujet le chapitre « **Comment savoir si votre constructeur de site web peut livrer des produits accessibles ?** ».

“



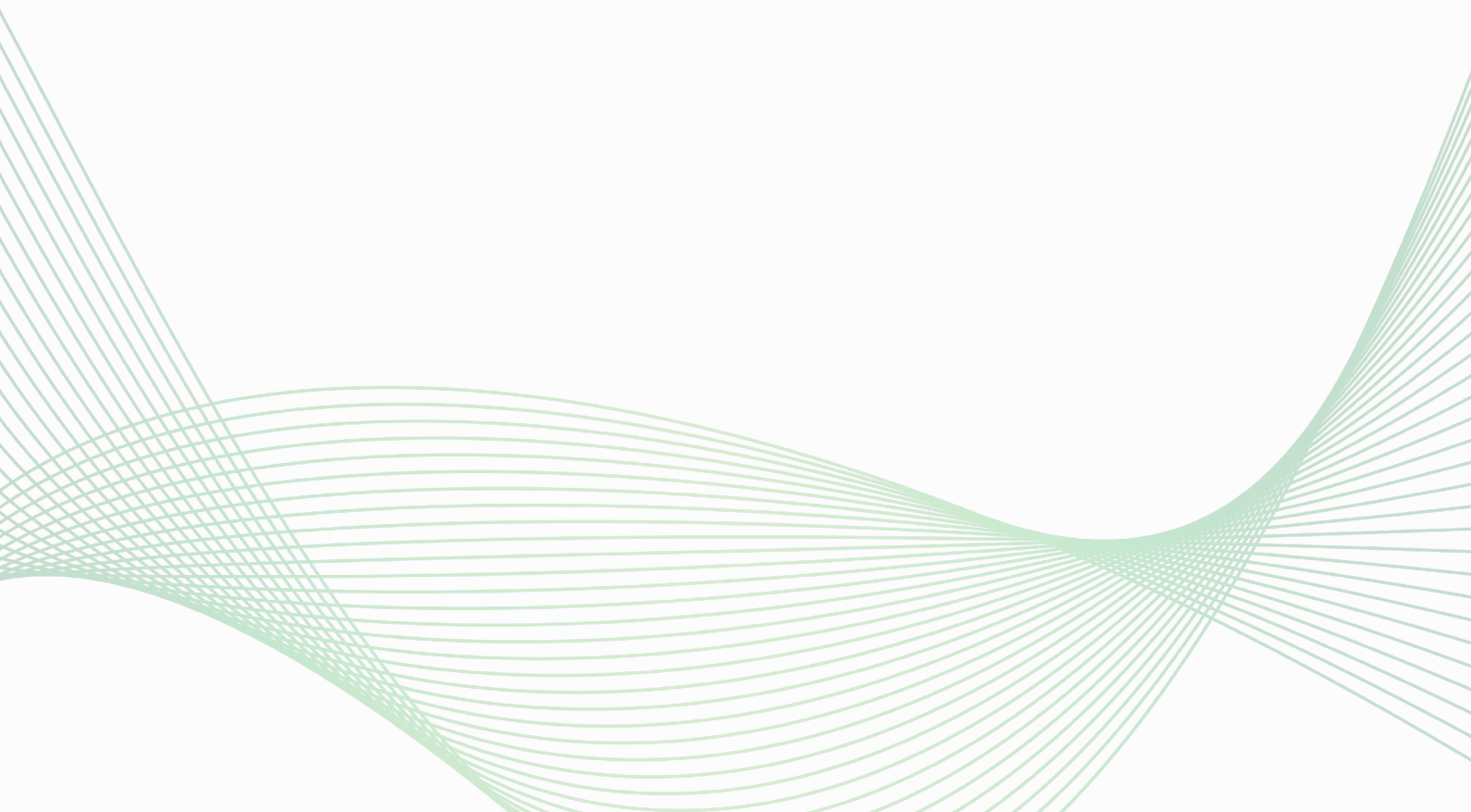
L'accessibilité numérique est finalement une question de respect. Respect pour la diversité de vos visiteurs, respect pour la puissance du web en tant que média démocratique, et respect pour votre propre organisation, qui mérite de se présenter de manière professionnelle et inclusive

Nicky Kerfs, cofondateur agence numérique

”

En conclusion...

L'accessibilité numérique est une responsabilité partagée. Celui qui l'intègre dès le début d'un projet n'est pas uniquement en conformité avec la loi, mais travaille également à une portée plus large, une réputation plus forte et une meilleure expérience utilisateur. L'accessibilité n'est donc pas une question secondaire, mais un critère de qualité pour tout environnement numérique moderne. Alors, au travail !



Références

- 1 Organisation Mondiale de la Santé (OMS) - “Disability and health” - <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health>
- 2 W3C Web Accessibility Initiative - “The Business Case for Digital Accessibility” — <https://www.w3.org/WAI/business-case/>
- 3 Organisation Mondiale de la Santé (OMS) - “Disability and health” — <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health>
- 4 Accenture — “Getting to Equal: The Disability Inclusion Advantage” (2018) - <https://www.accenture.com/us-en/insights/getting-to-equal-disability-inclusion>
- 5 Click-Away Pound Report (2019), Freeney Williams - <https://www.clickaway-pound.com/>
- 6 European Disability Forum / Eurostat EU-SILC - <https://www.edf-feph.org/> — https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Disability_statistics

A propos

La FeWeb est le réseau des professionnels du secteur digital, des agences et des prestataires actifs dans le développement, l'e-commerce, le marketing digital et la création. En tant qu'association professionnelle belge, la FeWeb rassemble les entreprises, renforce leur expertise et représente leurs intérêts. L'organisation stimule l'entrepreneuriat digital, le partage de connaissance et la collaboration, et inspire la communauté via des événements, des publications et des groupes de travail. Grâce à des formations et un dialogue actif avec les autorités, la FeWeb mise sur la professionnalisation et la qualité afin de soutenir la croissance des professionnels digitaux, de leurs entreprises et de l'ensemble du secteur digital belge.

FeWeb vzw-asbl

Federatie van Webbedrijven – Fédération des métiers du Web

Kerkstraat 108, 9050 Gentbrugge

Transforma, J. Bordetlaan 13, 1140 Brussel

E: info@feweb.be – T. 09 324 77 71 – www.feweb.be

Editeur responsable: Marc Mestdagh (FeWeb), Kerkstraat 108, 9050 Gentbrugge

Les partenaires de FeWeb:

