



Accessibility Standards  
Canada

Normes d'accessibilité  
Canada

## CAN/ASC-3.1

# Langage simple



**Remarque** : Ce projet est en cours d'élaboration et peut être modifié. Il ne devrait pas être utilisé à des fins de référence.



## À propos de Normes d'accessibilité Canada

Normes d'accessibilité Canada (NAC), sous les auspices duquel le présent projet de norme a été produit, est un établissement public du gouvernement du Canada mandaté conformément à la *Loi canadienne sur l'accessibilité*. Les normes de Normes d'accessibilité Canada contribuent à l'objectif de la *Loi canadienne sur l'accessibilité*, qui est de profiter à toutes les personnes, en particulier aux personnes en situation de handicap, par la réalisation d'un Canada sans obstacle grâce à la détermination, à l'élimination et à la prévention des obstacles à l'accessibilité.

Le terme handicap désigne, au sens de la *Loi canadienne sur l'accessibilité*, toute déficience notamment physique, intellectuelle, cognitive, mentale ou sensorielle, trouble d'apprentissage ou de la communication ou limitation fonctionnelle, de nature permanente, temporaire ou épisodique, manifeste ou non et dont l'interaction avec un obstacle nuit à la participation pleine et égale d'une personne dans la société.

Tous les travaux d'élaboration de normes de Normes d'accessibilité Canada, y compris le travail de nos comités techniques, reposent sur la reconnaissance des principes suivants de la *Loi canadienne sur l'accessibilité* :

- le droit de toute personne à être traitée avec dignité, quels que soient ses handicaps;
- le droit de toute personne à l'égalité des chances d'épanouissement, quels que soient ses handicaps;

- le droit de toute personne à un accès exempt d'obstacles et à une participation pleine et égale dans la société, quels que soient ses handicaps;
- le droit de toute personne d'avoir concrètement la possibilité de prendre des décisions pour elle-même, avec ou sans aide, quels que soient ses handicaps;
- le fait que les lois, politiques, programmes, services et structures doivent tenir compte des handicaps des personnes, des différentes façons dont elles interagissent au sein de leurs environnements ainsi que des formes multiples et intersectionnelles de discrimination et de marginalisation vécues par celles-ci;
- le fait que les personnes en situation de handicap doivent participer à l'élaboration et à la conception des lois, des politiques, des programmes, des services et des structures;
- l'élaboration et la révision de normes d'accessibilité et la prise de règlements doivent être faites dans l'objectif d'atteindre le niveau d'accessibilité le plus élevé qui soit pour les personnes en situation de handicap.

Ces principes cadrent avec ceux de la *Convention des Nations unies relative aux droits des personnes handicapées*, ratifiée par le gouvernement du Canada en 2010 pour reconnaître l'importance de promouvoir, de protéger et de faire respecter les droits fondamentaux des personnes en situation de handicap à participer pleinement à la vie de leur collectivité.

Normes d'accessibilité Canada cherche à créer des normes qui sont conformes à sa vision. Ce travail comprend des engagements à éliminer les obstacles à l'accessibilité et à respecter le principe « Rien sans nous » dans notre processus d'élaboration de normes, où tout le monde, y compris les personnes en situation de handicap, peut s'attendre à un Canada exempt d'obstacles.

Les normes élaborées par Normes d'accessibilité Canada sont conçues pour atteindre les plus hauts niveaux d'accessibilité. Cela signifie que ces normes établissent des exigences techniques fondées sur l'équité tout en tenant compte des pratiques exemplaires nationales et internationales, plutôt que de se concentrer sur des exigences techniques minimales.

Normes d'accessibilité Canada applique un cadre intersectionnel pour tenir compte des expériences des personnes en situation de handicap qui s'identifient également comme LGBTQ2+, Autochtones, femmes ou minorités visibles. Son processus d'élaboration de normes exige que les comités techniques appliquent une perspective tenant compte de tous les handicaps pour s'assurer qu'aucun nouvel obstacle à l'accessibilité n'est créé involontairement. De plus, les normes élaborées par Normes d'accessibilité Canada cadrent avec 14 des 17 objectifs de développement durable des Nations unies, qui ont été adoptés par le Canada en 2015 pour promouvoir le partenariat, la paix et la prospérité pour tous les peuples et la planète d'ici 2030.

Normes d'accessibilité Canada participe à la préparation de normes d'accessibilité volontaires qui sont élaborées par des comités techniques sur la base d'une approche consensuelle. Chaque comité technique est composé d'un groupe équilibré d'experts qui élaborent le contenu technique d'une norme. Au moins 30 % de ces experts techniques sont des personnes en situation de handicap et ayant une expérience vécue, et 30 % sont issus de groupes en quête d'équité, y compris la communauté LGBTQ2+, les Autochtones, les femmes et les minorités visibles. Ces experts techniques comprennent également des consommateurs et d'autres utilisateurs, des représentants du gouvernement et des autorités, des travailleurs et des syndicats, d'autres organismes d'élaboration de normes, des entreprises et des industries, des organismes universitaires et de recherche, ainsi que des organisations non gouvernementales.

Toutes les normes de Normes d'accessibilité Canada intègrent également des constatations connexes tirées de rapports de recherche produits dans le cadre du programme de subventions et de contributions pour l'avancement de l'accessibilité de Normes d'accessibilité Canada. Ce programme fait intervenir des personnes en situation de handicap, des

experts et des organisations pour faire progresser la recherche sur les normes d'accessibilité et soutient des projets de recherche qui aident à repérer, à éliminer et à prévenir les nouveaux obstacles à l'accessibilité.

Les normes de Normes d'accessibilité Canada peuvent faire l'objet d'un examen et d'une révision pour s'assurer qu'elles tiennent compte des tendances actuelles et des pratiques exemplaires. Normes d'accessibilité Canada entreprendra l'examen de la présente norme dans les quatre ans suivant la date de publication. Les suggestions d'amélioration, qui sont toujours les bienvenues, devraient être portées à l'attention du comité technique concerné. Les modifications apportées aux normes sont publiées sous forme de modifications distinctes ou dans de nouvelles éditions des normes.

Normes d'accessibilité Canada est un organisme d'élaboration de normes accrédité par le Conseil canadien des normes et élabore donc toutes ses normes en suivant un processus d'élaboration de normes accrédité. Ces normes volontaires s'appliquent aux entités sous réglementation fédérale et peuvent être recommandées au ministre responsable de la *Loi canadienne sur l'accessibilité* (c.-à-d. le ministre de l'Emploi, du Développement de la main-d'œuvre et de l'Inclusion des personnes en situation de handicap).

En plus de ses efforts d'élaboration de normes d'accessibilité, Normes d'accessibilité Canada fait figure de chef de file parmi les organisations fédérales canadiennes pour la promotion et l'adoption de l'accessibilité au sein du gouvernement. Il est le premier organisme du gouvernement fédéral à avoir un conseil d'administration dirigé majoritairement par des personnes en situation de handicap. Normes d'accessibilité Canada dispose de bureaux accessibles et modernes pour ses employés, son conseil d'administration et les membres des comités techniques. L'espace de travail accessible, soigneusement conçu, illustre la conviction de l'organisation quant à l'importance de l'accessibilité universelle.

Pour obtenir des renseignements supplémentaires sur Normes d'accessibilité Canada, ses normes ou ses publications, veuillez communiquer avec nous :

Site Web : [accessibilite.canada.ca](http://accessibilite.canada.ca)

Courriel : [Info.Accessibility.Standards-  
Normes.Accessibilite.Info@canada.gc.ca](mailto:Info.Accessibility.Standards-Normes.Accessibilite.Info@canada.gc.ca)

Courrier : Normes d'accessibilité Canada  
320, boulevard St-Joseph  
Bureau 246  
Gatineau (Québec) K1A 0H3

**Remarque :** Veuillez lire l'avis juridique à l'[annexe D](#) avant d'utiliser le projet de norme. L'avis juridique contient des renseignements importants, notamment en ce qui a trait :

- aux renseignements relatifs aux exclusions de responsabilité;
- à l'octroi de licences pour le contenu fourni par l'utilisateur.



## Avant-propos

Il s'agit de la première édition de la norme CAN/ASC-3.1, *Norme sur le langage simple*.

La présente norme sur le langage simple est une norme obligatoire, soit normative, qui emploie une terminologie réglementaire conventionnelle. Le Conseil canadien des normes, régi par les lignes directrices de l'Organisation internationale de normalisation (ISO), exige l'utilisation de la terminologie réglementaire afin que la présente norme puisse être classée comme Norme nationale du Canada.

Le comité technique sur le langage simple reconnaît que cette terminologie réglementaire ne respecte pas tous les principes du langage simple abordés dans la présente norme. Le comité technique souhaite que, dans un proche avenir, toutes les normes soient présentées dans un langage simple afin d'en assurer l'accessibilité, la clarté, la convivialité et l'efficacité globale.

## Table des matières

0	Introduction .....	12
0.1	Qu'est-ce que le langage simple?.....	12
0.2	Avantages du langage simple.....	12
0.3	Des valeurs qui appuient l'accessibilité.....	13
0.4	Les principes qui ont présidé à la création de guidant la présente norme.....	13
1	Portée .....	14
1.1	Qui utilisera cette norme?.....	14
1.1.1	Leur adoption est volontaire .....	14
1.1.2	La norme profite à toutes les personnes .....	15
1.2	Le langage simple est flexible.....	15
1.3	La norme s'applique à toutes les langues naturelles.....	15
1.4	Les termes entraînent des conséquences .....	15
1.5	Utilisation de titres descriptifs .....	16
1.6	La norme ne s'applique pas à toutes les formes de communication 16	
2	Publications de référence .....	16
3	Définitions, symboles et abréviations.....	17
4	Partie 1 : Identifier les publics et leurs besoins .....	18
4.1	Connaître le public visé par la communication .....	18
4.1.1	Rédiger en langage simple pour le public .....	18
4.1.2	Répondre aux besoins d'information .....	18
4.1.3	Déterminer les publics .....	19
4.1.4	Faire participer le public cible .....	21
4.1.5	Consulter le public.....	21
5	Partie 2 : Rendre l'information pertinente, facile à trouver et bien structurée.....	22
5.1	Concevoir le matériel pour en faciliter l'utilisation.....	22
5.1.1	L'organisation doit rendre l'information facile à trouver .....	22
5.1.2	Évaluer la cohérence et la pertinence du matériel .....	23
5.1.3	Rendre l'information accessible .....	24
5.1.4	Utiliser la couleur pour organiser le contenu .....	24
5.2	Planifier le contenu en fonction du public et de l'objectif .....	25
5.2.1	Rendre l'objectif clair .....	25

5.2.2	Axer le contenu sur l'essentiel .....	26
5.2.3	Identifier l'organisation et la façon dont elle communique .....	26
6	Partie 3 : Rendre l'information facile à comprendre.....	27
6.1	Utiliser un langage clair .....	27
6.1.1	Rendre l'information claire et facile à comprendre .....	27
6.1.2	Tenir compte de tous les aspects de la communication .....	28
6.1.3	S'adresser directement au public.....	28
6.1.4	Être sensible aux préférences du public en matière d'autoidentification.....	29
6.2	Choisir la formulation appropriée au public .....	29
6.2.1	Utiliser des mots courants .....	29
	Annexe A – Formulaires accessibles .....	31
A.1	Élaborer les formulaires.....	31
A.2	Structure des formulaires .....	31
A.3	Questions et réponses.....	31
A.4	Aider le public à remplir le formulaire.....	32
	Annexe B – Utilisation des nombres .....	33
B.1	Façons de présenter les nombres .....	33
B.2	Utiliser des mathématiques très simples pour expliquer une idée .....	35
	Annexe C – Ressources.....	37
C.1	Liste de vérification de l'accessibilité du Web, lignes directrices et outils de vérification.....	37
C.2	Conception et production accessibles.....	37
C.3	Conception universelle et langage inclusif .....	38
C.4	Images accessibles et autre contenu non-textuel .....	39
C.5	Législation.....	39
C.6	Bibliothèques d'ouvrages en formats alternatifs.....	40
C.7	Articles de blogue pertinents .....	40
C.8	Lecteurs d'écran.....	40
	Annexe D - Avis juridique pour projets de norme .....	42
	Bibliographie .....	47



## 0 Introduction

### 0.1 Qu'est-ce que le langage simple?

La présente norme sur le langage simple utilise la définition de la [Fédération internationale du langage clair](#) :

« Une communication est en langage simple si les mots et les phrases, la structure et la conception permettent au destinataire visé :

- de trouver facilement;
- de comprendre;
- d'utiliser l'information dont il a besoin. »

### 0.2 Avantages du langage simple

Le langage simple présente de nombreux avantages pour les organisations et pour les divers publics qui ont besoin de renseignements et qui veulent les utiliser. Les personnes au Canada et dans le monde entier accèdent à l'information pour de nombreuses raisons, notamment pour :

- suivre des instructions ou remplir des formulaires;
- accéder à des renseignements importants et à des services;
- acheter des produits et des services.

Des millions de personnes ayant un large éventail de handicaps font face à des obstacles inutiles pour accéder à l'information. La présente norme accorde la priorité au public en s'efforçant d'éliminer les obstacles actuels et de prévenir l'apparition de nouveaux obstacles.

L'application de la présente norme offre des avantages concrets et apporte une valeur ajoutée.

L'utilisation d'un langage simple aide les organisations à :

- communiquer de façon efficace et efficiente avec l'ensemble de leur public diversifié, qui comprend plus de 22 % de personnes au Canada qui s'identifient comme personnes en situation de handicap;
- reconnaître la diversité des publics au Canada et dans le monde, et promouvoir l'inclusion;
- améliorer la satisfaction de la clientèle;

- devenir une source fiable de renseignements utiles et exacts;
- réduire le risque d'accidents, de blessures, de plaintes et de dommages;
- économiser du temps et de l'argent que les organisations peuvent consacrer à autre chose qu'à répondre aux questions, répéter des instructions, effectuer des appels de suivi ou diffuser de nouveaux messages.

Ces avantages, ainsi que d'autres, sont consignés dans la section Références.

### **0.3 Des valeurs qui appuient l'accessibilité**

Le comité technique sur le langage simple de Normes d'accessibilité Canada (NAC) respecte les obligations et applique les principes et les valeurs énoncés dans ces documents :

- la *Loi canadienne sur l'accessibilité*;
- la *Charte canadienne des droits et libertés*;
- la Commission canadienne des droits de la personne;
- les appels à l'action de la Commission de vérité et réconciliation du Canada;
- la norme ISO 24495-1, *Langage clair et simple*;
- la *Convention relative aux droits des personnes handicapées* de l'Organisation des Nations Unies.

### **0.4 Les principes qui ont présidé à la création de guidant la présente norme**

La présente norme intègre les principes du langage simple, de l'accessibilité, de l'inclusion et de la diversité. Les principes directeurs sont indiqués ici et des directives sont fournies tout au long du document.

Au Canada, tout le monde a le même droit fondamental d'obtenir des renseignements exacts et faciles à trouver, à comprendre et à utiliser.

Seul le public concerné peut dire si une communication est dans un langage simple pour lui.

La présente norme vise à atteindre le plus haut niveau d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap, tout en reconnaissant que le langage simple aidera également les personnes qui apprennent la langue, celles qui ont un faible niveau de littératie, les personnes sourdes et d'autres publics au Canada.

La présente norme permet de contrer le capacitisme dans la communication. La lutte contre le capacitisme exige un effort délibéré pour repérer et éliminer les obstacles aux niveaux individuel et organisationnel.

La présente norme adopte une approche intersectionnelle pour repérer et éliminer les obstacles à l'accès à l'information qui s'aggravent mutuellement et qui doivent être abordés pour empêcher une forme d'inégalité d'en accentuer une autre.

La présente norme favorise une communication centrée sur la personne, en mettant les besoins d'information et la dignité au premier plan, en parlant de la personne d'abord et non du handicap.

Les organisations devraient se laisser instruire par les publics qui ont besoin d'information, apprendre avec eux et s'informer davantage à leur sujet, tout en ne présumant de rien.

Le langage simple est un processus continu qui comprend l'élaboration et la révision des communications en fonction des besoins et de la rétroaction du public.

## **1 Portée**

### **1.1 Qui utilisera cette norme?**

La présente norme a été élaborée pour tous les niveaux et tous les organismes du gouvernement fédéral du Canada ainsi que les industries sous réglementation fédérale. Elle les désigne collectivement sous le nom d'« organisations » et s'adresse directement à elles.

#### **1.1.1 Leur adoption est volontaire**

La présente norme s'applique aux organisations en plus de leurs autres obligations ou fonctions. Les organisations qui utilisent cette norme

devraient se renseigner sur les autres normes, lois et règlements provinciaux et fédéraux pertinents qui traitent des questions d'accessibilité liées aux différentes formes de communication.

### **1.1.2 La norme profite à toutes les personnes**

Les destinataires des communications en vertu de cette norme comprennent toutes les personnes au Canada et d'autres personnes à l'extérieur du Canada qui communiquent avec les organismes ou les bureaux du gouvernement fédéral ou qui reçoivent des communications de leur part.

## **1.2 Le langage simple est flexible**

La présente norme reconnaît que le langage simple est différent d'un public à l'autre et varie selon la langue ou selon la forme ou la plateforme de communication.

## **1.3 La norme s'applique à toutes les langues naturelles**

La présente norme s'applique à toutes les langues naturelles et vise précisément, sans toutefois s'y limiter :

- l'anglais;
- le français;
- les langues des signes : langue des signes américaine, langue des signes québécoise, langues des signes autochtones.

## **1.4 Les termes entraînent des conséquences**

Dans la présente norme, le terme « doit » exprime une exigence que l'utilisateur doit satisfaire.

Le terme « devrait » exprime une recommandation ou un conseil qui n'est pas une exigence.

Le terme « pourrait » exprime un choix dans les limites de la présente norme.

Le terme « peut » exprime une permission, une possibilité, une capacité ou un énoncé des faits.

Les remarques dans le texte ne comprennent pas d'exigences ou de solution de rechange; une remarque sépare les explications, les définitions ou d'autres informations liées au texte principal.

Les remarques relatives aux tableaux et aux figures qui font partie du tableau ou de la figure pourraient être rédigées comme des exigences.

Les annexes doivent être désignées comme étant normatives, c'est-à-dire obligatoires, ou informatives, c'est-à-dire facultatives.

### **1.5 Utilisation de titres descriptifs**

Dans la présente norme, les titres servent à décrire le contenu et à en faciliter la compréhension.

### **1.6 La norme ne s'applique pas à toutes les formes de communication**

La présente norme ne s'applique pas à toutes les formes ou plateformes de communication possibles, ni aux conversations informelles, aux œuvres d'art ou aux langues construites, y compris les langages mathématiques ou le code informatique. L'organisation doit suivre l'évolution constante des technologies qui nécessitent de s'adapter pour atteindre l'objectif de la présente norme.

## **2 Publications de référence**

Les documents suivants sont mentionnés dans le texte d'une manière telle qu'une partie ou la totalité de leur contenu sont des exigences de la présente norme. Pour les références datées, seule l'édition citée s'applique. Pour les références non datées, la dernière édition du document mentionné (y compris toute modification) s'applique.

### **Gouvernement du Canada**

*Clés de la rédaction*

Portail linguistique du Canada

<https://www.noslangues-ourlangages.gc.ca/fr/cles-de-la-redaction/index-fra>

## **Conseil canadien des normes (CCN)**

*Exigences et lignes directrices – Approbation et désignation des Normes nationales du Canada (octobre 2015)*

## **Organisation internationale de normalisation (ISO)**

*Guide ISO 71 : Guide pour l'intégration de l'accessibilité dans les normes, référence*

*Guide ISO/IEC 71 :2014, Guide pour l'intégration de l'accessibilité dans les normes*

*Norme ISO 24495-1, Langage clair et simple*

## **World Wide Web Consortium (W3C)**

WCAG 2.0 et 2.1 (2018)

Règles pour l'accessibilité des contenus Web

Pour d'autres publications, y compris des normes et d'autres ressources susceptibles d'être complémentaires ou d'intérêt, voir l'[annexe C](#) ou la [bibliographie](#).

## **3 Définitions, symboles et abréviations**

Les définitions suivantes s'appliquent dans le cadre de la présente norme :

**Accessible** – conforme aux exigences de niveau AA des WCAG 2.1.

**Formats alternatifs** – différentes façons de présenter l'information, de sorte que tout le monde y a un accès égal.

**Technologie ou dispositif d'assistance** – appareil, produit, système, matériel, logiciel ou service utilisé pour améliorer l'accès à l'information.

**Public principal** – personnes qui font partie du public cible. Ces personnes sont lectrices, auditrices, utilisatrices ou visiteuses.

**Public secondaire** – autres personnes touchées par l'information ou intéressées par celle-ci.

**Communication** – toute information destinée à être transmise.

**Annexe – informative** – annexe qui fournit des renseignements supplémentaires pour aider à comprendre ou à utiliser une norme.

**Annexe – normative** – annexe qui énonce les exigences permettant d'atteindre la conformité à une norme.

Remarque : Consultez les bases de données terminologiques pour la normalisation de l'ISO et de la CEI aux adresses suivantes : [Plateforme de consultation en ligne ISO](#), [IEC Electropedia](#).

## **4 Partie 1 : Identifier les publics et leurs besoins**

### **4.1 Connaître le public visé par la communication**

#### **4.1.1 Rédiger en langage simple pour le public**

L'organisation doit créer une communication claire, en temps opportun, exacte et accessible dans un langage simple pour toute personne qui pourrait en avoir besoin.

#### **4.1.2 Répondre aux besoins d'information**

L'organisation doit :

- a) répondre aux besoins d'information du public;
- b) consulter les membres du public afin de cerner les obstacles qui les empêchent de trouver, de comprendre et d'utiliser les communications;
- c) déterminer le public principal visé par la communication.

#### **Remarques :**

- 1) L'organisation pourrait y parvenir en consultant des études existantes, des données de recherche ou de nouvelles données pour déterminer l'aisance et les compétences du public cible quant aux types et aux niveaux de littératie pertinents pour la communication.
- 2) Les membres du public cible n'ont pas tous les mêmes compétences pour accéder à l'information. L'organisation devra peut-être modifier le choix des mots ou le format de la communication pour répondre à leurs besoins.

### 4.1.3 Déterminer les publics

- a) L'organisation doit définir les publics :
  - i. un public principal, c'est-à-dire les principales personnes qui ont besoin de trouver, de comprendre et d'utiliser l'information;
  - ii. un ou plusieurs publics secondaires, touchés ou concernés, comme les intermédiaires qui livrent le message au public principal ou d'autres personnes susceptibles d'être touchées par la communication.
- b) L'organisation doit déterminer si plusieurs formats de communication sont nécessaires pour transmettre le message aux publics cibles.

#### Remarques :

- 1) Les communications ont généralement un public principal et un ou plusieurs publics secondaires composés de personnes n'ayant pas toutes les mêmes besoins, niveaux de connaissances et capacités, ainsi que de membres de différents groupes sociaux, économiques, géographiques ou ethniques. La communication de l'organisation devrait répondre aux besoins d'information des différentes personnes qu'elle tente de joindre. Les publics secondaires peuvent être des intermédiaires participant à la transmission de la communication au public principal.
- 2) Les publics primaires et secondaires peuvent avoir des intérêts opposés. Lorsque ce conflit d'intérêts ne peut être résolu, il faut envisager de créer des communications distinctes.

#### 4.1.3.1 Mettre à jour les données sur le public

Afin de réviser ses communications, l'organisation doit actualiser régulièrement les données dont elle dispose pour en apprendre davantage sur les publics, leurs besoins, ainsi que sur l'évolution des technologies.

**Remarque :** Réévaluez régulièrement les connaissances des publics, car elles sont susceptibles de changer. Demandez-vous qui d'autre pourrait bénéficier de l'information.

#### **4.1.3.2 Maintenir l'attention du public**

L'organisation doit créer une communication pour le public principal, en tenant cependant compte de la façon dont un public secondaire pourrait :

- a) réagir au contenu de la communication;
- b) avoir des préoccupations différentes nécessitant une communication distincte;
- c) avoir besoin de demander une adaptation.

#### **4.1.3.3 Découvrir la diversité du public**

L'organisation doit déterminer les caractéristiques géographiques, démographiques, psychographiques et comportementales du public cible à l'aide de sources fiables et de consultations.

#### **4.1.3.4 Utiliser un langage simple dans toutes les langues**

L'organisation doit fournir toute information dont le public cible a besoin dans un langage simple et, au besoin, doit :

- a) diffuser l'information dans des langues autres que les langues officielles et prioritaires du Canada;
- b) rendre la communication disponible dans d'autres langues;
- c) indiquer, dans une communication, les langues disponibles.

#### **Remarques :**

- 1) Indiquez où la communication est répertoriée ou disponible.
- 2) La *Loi sur les langues officielles* du Canada, l'article 23 de la *Charte des droits et libertés* et d'autres politiques ou lignes directrices propres à l'organisation pourraient régir les langues dans lesquelles les communications sont offertes.
- 3) Fournissez l'information dans les langues que le public cible comprend le mieux.
- 4) Apprenez quelles sont les langues que le public cible comprend le mieux en consultant des membres représentatifs du public cible et en utilisant des sources fiables, comme les données du recensement de Statistique Canada.

#### 4.1.4 Faire participer le public cible

**Remarques :** Pour communiquer en langage simple, il faut tenir compte des diverses manières dont les personnes pourraient appréhender l'information, sa conception, son format, son mode de communication et des obstacles qui les empêchent de tirer profit de cette communication.

La recherche, la consultation des publics cibles et la collaboration avec ces derniers contribuent au processus d'évaluation du contenu et des communications tout au long de son élaboration, soit avant et après la publication.

##### 4.1.4.1 S'informer sur le public cible

L'organisation devrait consulter des membres représentatifs du public cible pour :

- a) Déterminer quelles sont leurs capacités, leurs préférences, leurs niveaux de littératie, ainsi que leur niveau d'aisance et de compétences avec les langues écrites, parlées et signées, ou la numératie;
- b) Identifier les caractéristiques suivantes du public cible :
  - i. les informations à intégrer dans la communication pour qu'elles soient comprises;
  - ii. la pertinence de disposer d'un contenu ou d'un matériel différent pour répondre aux niveaux variés de connaissances des membres du public cible.

##### 4.1.5 Consulter le public

- a) L'organisation devrait consulter des membres représentatifs du public cible pour connaître :
  - i. le contexte et l'environnement physique ou numérique dans lesquels le public recevra la communication;
  - ii. les impressions ou les réactions probables du public lorsqu'il utilisera l'information.

**Remarque :** Le contexte dans lequel les membres du public interagissent avec une communication influence leur niveau de stress et leur attention,

ce qui a une incidence sur la façon dont ils reçoivent et traitent l'information.

- b) L'organisation devrait consulter des membres représentatifs du public cible lors de l'élaboration d'une communication pour :
  - i. confirmer qu'ils peuvent trouver, comprendre et utiliser la communication;
  - ii. déterminer la structure, la formulation et la conception.

**Remarque** : Les représentants du public cible pourraient contribuer à la planification et à la création de la communication ou participer à des sondages, à des questionnaires ou à des groupes de discussion.

- c) S'il n'est pas possible ou faisable de consulter des membres représentatifs du public cible, ou si les renseignements sont confidentiels, l'organisation doit utiliser des méthodes et des renseignements provenant de consultations sur d'autres communications.

## **5 Partie 2 : Rendre l'information pertinente, facile à trouver et bien structurée**

### **5.1 Concevoir le matériel pour en faciliter l'utilisation**

#### **5.1.1 L'organisation doit rendre l'information facile à trouver**

L'organisation doit appliquer les principes de conception de documents pour rendre l'information facile à trouver, en tenant compte des priorités, des similitudes et des différences.

**Remarque** : Consultez les documents suivants :

- Norme ISO 24495-1
- Documentation des WCAG2ICT du W3C
- Documentation sur le COGA du W3C et autres sources pour des idées de conception de documents

### 5.1.1.1 **Rendre l'information facile à trouver**

L'organisation doit mettre en forme et diffuser le matériel afin que le public cible puisse facilement trouver et utiliser l'information.

**Remarque :** Tenez compte de la longueur des lignes dans le texte, de la taille de la police et de l'espace libre autour du texte, car ils peuvent favoriser ou nuire à sa lisibilité.

### 5.1.1.2 **Présenter l'information de façon logique**

L'organisation doit :

- a) regrouper les éléments du contenu de façon logique et par thématiques;
- b) Présenter l'information selon l'ordre logique et les thèmes privilégiés par le public cible.

**Remarque :** Souvent, l'organisation et le public ne perçoivent pas les liens entre les éléments de la même manière. Les personnes ont des points de vue différents en ce qui concerne l'ordre logique.

### 5.1.1.3 **Rendre l'information facile à suivre**

L'organisation doit structurer le matériel de manière à ce qu'il soit facile à suivre :

- a) en utilisant des titres descriptifs;
- b) en rendant la structure évidente grâce à un plan, à un menu ou à une table des matières;
- c) en fournissant un index lorsque le matériel dépasse 10 000 mots.

## 5.1.2 **Évaluer la cohérence et la pertinence du matériel**

L'organisation doit s'assurer que :

- a) le message est cohérent dans tous les formats de diffusion;
- b) la longueur du matériel est adéquate et appropriée à la complexité de l'information;
- c) tous les renseignements essentiels sont inclus dans la communication;

- d) les renseignements complexes sont exprimés avec précision, bien structurés et organisés pour le public cible.

**Remarque :** Il est préférable d'avoir un matériel plus long qui donne des explications et que le public peut comprendre facilement, plutôt que d'avoir un matériel plus court, avec moins d'information.

### **5.1.3 Rendre l'information accessible**

Conformément à la présente norme, l'organisation doit établir l'ordre de priorité de l'information de manière à :

- a) résumer l'information clé au début et à la fin du matériel;
- b) mettre le message principal près du début, afin de clarifier le but de la communication;
- c) placer les mises en garde ou les avertissements au début du matériel;
- d) rendre la structure claire et bien visible pour le public cible à l'aide d'un plan, d'un menu ou d'une table des matières;
- e) inclure un index lorsque le matériel dépasse 100 pages;
- f) mettre l'accent sur les renseignements importants à retenir grâce à la répétition :
  - i. recourir à la répétition lorsque le public ne lira, n'écouterà ou ne verra que des parties du contenu;
  - ii. répéter les instructions;
  - iii. répéter les points clés lorsque le contenu est long;
- g) placer les conditions et les exceptions à la fin d'une phrase ou d'un paragraphe.

### **5.1.4 Utiliser la couleur pour organiser le contenu**

L'organisation devrait utiliser la couleur dans les communications visuelles pour rendre l'agencement, la structure et la priorité de l'information visibles. Autrement, elle devrait utiliser le contraste et la couleur pour comparer, faire ressortir et différencier.

Les couleurs ne devraient pas être le seul moyen de mettre l'accent sur l'information.

### 5.1.4.1 Penser à la fois à la couleur et au contraste

- a) Choisir un arrière-plan neutre et dégagé pour tirer le meilleur parti de l'utilisation de la couleur.
- b) Tous les renseignements devraient être lisibles sans avoir besoin de couleur.
- c) Renforcer la signification des couleurs avec une forme, une image ou un texte.
- d) S'assurer que les couleurs :
  - i. ne sont pas la seule façon de distinguer les renseignements importants;
  - ii. se démarquent facilement les unes des autres.

## 5.2 Planifier le contenu en fonction du public et de l'objectif

### 5.2.1 Rendre l'objectif clair

L'organisation doit préciser le but de la communication et indiquer au public cible :

- a) l'information que le public cible veut obtenir ou dont il a besoin;
- b) la raison pour laquelle le contenu est nécessaire à la tâche ou à l'activité;
- c) la façon dont l'organisation veut que l'information soit utilisée;
- d) ce que l'organisation veut que le public cible fasse avec l'information, ou ce qu'elle veut que le public fasse avec celle-ci;
- e) l'objectif de l'organisation au sujet de la communication.

### Remarques :

- 1) Le contenu est créé pour de multiples raisons. Cela peut être pour informer, instruire, convaincre, rassurer ou lancer un appel à l'action. Le fait de connaître le public cible permet de définir l'objectif du contenu. L'utilisation d'un langage simple augmente la probabilité que le public cible parvienne à trouver, à comprendre et à utiliser la communication.
- 2) Parmi les exemples d'objectifs clairs, mentionnons le fait de convaincre quelqu'un de changer de comportement, d'expliquer un

processus, d'indiquer à quelqu'un comment demander une prestation, de sensibiliser les gens à quelque chose, d'aider quelqu'un à prendre une décision éclairée ou de recueillir des renseignements.

### **5.2.2 Axer le contenu sur l'essentiel**

- a) L'organisation doit axer la communication sur l'information nécessaire et essentielle en incluant suffisamment de contexte pour mener à bien la tâche ou l'activité.
- b) L'organisation doit utiliser un contenu adéquat :
  - i. permettant au public cible de comprendre le but du matériel;
  - ii. tenant compte des croyances et des préoccupations du public cible, des détails qu'il doit comprendre pour atteindre les objectifs de l'organisation, ainsi que du temps dont il dispose et des efforts qu'il peut déployer.
- c) L'organisation doit structurer le matériel en fonction des besoins, des capacités, des limites et des exigences du public cible, afin de faire les meilleurs choix en ce qui concerne :
  - i. les besoins et les points de vue du public cible;
  - ii. l'expression de l'information que l'organisation veut communiquer;
  - iii. les formats dans lesquels l'information sera diffusée : document imprimé, document en ligne, vidéo, fichier audio, discours préparé et autres.

### **5.2.3 Identifier l'organisation et la façon dont elle communique**

L'organisation doit fournir des renseignements d'identification et des renseignements explicatifs :

- a) qui crée, possède et publie le matériel;
- b) à quelles dates le matériel a été créé, publié, révisé ou mis à jour;
- c) où et comment le public cible trouvera l'information dans différents formats ou langues;
- d) le but ou l'objectif de fournir l'information.

### 5.2.3.1 Indiquer au public comment communiquer avec l'organisation

L'organisation doit informer le public cible :

- a) comment obtenir plus de renseignements;
- b) comment communiquer avec l'organisation;
- c) comment accéder à d'autres formats, plateformes ou langues;
- d) comment donner de la rétroaction;
- e) comment informer l'organisation lorsqu'un obstacle empêche le public d'accéder au matériel.

### 5.2.3.2 Donner des renseignements supplémentaires

L'organisation doit informer le public de la façon d'obtenir plus d'information :

- a) Indiquer les moyens accessibles de communiquer avec l'organisation.

**Remarque** : Il peut s'agir du téléphone, des télécommunications pour les personnes malentendantes (ATS/TTY), du service de relais vidéo (SRV), des messages texte, du courriel, des médias sociaux et du courrier postal.

- b) Déterminer vers quelles sources se tourne le public pour obtenir de l'information supplémentaire en langage simple à propos du sujet, y compris d'autres documents, vidéos, sites Web ou films.
- c) Donner le titre exact de toute information supplémentaire.

## 6 Partie 3 : Rendre l'information facile à comprendre

### 6.1 Utiliser un langage clair

#### 6.1.1 Rendre l'information claire et facile à comprendre

L'organisation doit élaborer des communications dans un langage clair et facile à comprendre, notamment en employant des termes adaptés à la nature du matériel et au public cible.

**Remarque** : Consultez les ressources du Portail linguistique du Canada pour accéder aux lignes directrices de rédaction moderne et à son

glossaire sur l'accessibilité. D'autres ressources sont indiquées à [l'annexe C](#).

### **6.1.2 Tenir compte de tous les aspects de la communication**

L'organisation doit utiliser un style et un ton appropriés au public cible, au but, au genre, au contexte et au moyen de communication :

- a) Utiliser un langage usuel, courant, connu du public cible, sauf si le sujet est inconnu et nécessite de connaître les termes techniques utilisés (ces termes doivent alors être définis).
- b) Préférer des tournures positives, plutôt que négatives.
- c) Éviter la négation, comme « pas » et « ne pas », sauf pour donner des avertissements, pour communiquer un danger ou pour corriger des renseignements ou des informations inexactes.
- d) Toujours utiliser un langage respectueux.
- e) Utiliser un ton de conversation s'il est approprié de le faire et si la clarté s'en trouve améliorée.

#### **Remarques :**

- 1) Exemple de ton positif : « Nous sommes habitués à travailler avec davantage d'autonomie. » Exemple de ton négatif : « Nous ne sommes pas habitués à une supervision aussi constante. »
- 2) Dites au public ce qu'il peut faire plutôt que ce qu'il ne peut pas faire.
- 3) Les sujets graves ou urgents devraient être abordés avec un ton et un style appropriés, comme la brièveté pour une action urgente ou la compassion en cas de traumatisme.

### **6.1.3 S'adresser directement au public**

L'organisation doit utiliser des pronoms pour adresser le message au public cible :

- a) Utiliser des pronoms à la première personne (nous, nos, notre) pour désigner l'organisation.
- b) Utiliser des pronoms à la deuxième personne (vous, votre) pour le public cible.

- c) Utiliser la première personne du singulier (je) lorsque la voix du public est employée.

**Remarque :** Vous pouvez par exemple écrire « En signant ce document, je comprends et j'accepte les modalités de la demande » et « Quand dois-je retourner la demande? »

- d) Utiliser des mots épicènes incluant des expressions, des noms et des pronoms neutres ou non genrés qui sont culturellement adaptés.

**Remarque :** Voici des exemples :

- 1) parents ou personnes ayant des enfants, au lieu de mère ou père;
- 2) membres du personnel, au lieu d'employés ou employées
- 3) adepte, au lieu d'amateur ou amatrice
- 4) pluriel au lieu de singulier : les gestionnaires plutôt que la gestionnaire ou le gestionnaire

#### **6.1.4 Être sensible aux préférences du public en matière d'autoidentification**

L'organisation doit consulter les membres du public afin d'utiliser le terme que le public préfère lorsqu'il est question d'une race, d'un groupe ethnique ou d'un handicap.

**Remarque :** Les groupes de défense des droits et les personnes ayant une expérience vécue publient souvent un guide de style indiquant leurs préférences. Les ressources se trouvent à l'[annexe C](#) et dans la [bibliographie](#).

## **6.2 Choisir la formulation appropriée au public**

### **6.2.1 Utiliser des mots courants**

L'organisation doit choisir une formulation avec des mots, expressions, phrases ou gestes en langue des signes qui conviennent au public cible, au but et au type de la communication :

- a) Utiliser des mots qui sont culturellement appropriés et respectueux.
- b) Utiliser le même mot de manière systématique pour signifier la même chose tout au long du matériel.

- c) Utiliser la forme la plus simple d'un mot que le public cible connaît pour exprimer un sens, à moins qu'un autre mot plus précis ne soit également connu du public cible.

**Remarques :**

- 1) Utilisez des conjonctions simples comme « et », « ou » et « mais » au lieu de « de plus » ou « cependant ».
- 2) Lorsqu'un nom est long, envisagez d'utiliser un acronyme, ou une abréviation, défini après la première utilisation, ou des mots plus simples, comme « le Syndicat » au lieu de « le SCFP » (Syndicat canadien de la fonction publique), « l'Association » au lieu de « l'AMC » (Association médicale canadienne), « le Conseil » au lieu de « le CRTC » (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes).

## **Annexe A – Formulaires accessibles**

(annexe informative)

Conformément à la présente norme, l'organisation tiendra compte des lignes directrices suivantes.

### **A.1 Élaborer les formulaires**

Suivre toutes les pratiques relatives au langage simple lors de la création de formulaires.

### **A.2 Structure des formulaires**

- Utiliser un titre et une introduction pour expliquer au public l'objet du formulaire et pourquoi il doit être rempli.
- Inclure une table des matières, une liste d'abréviations essentielles ou un lexique.
- Regrouper le contenu ou les questions par thèmes.
- Donner à chaque groupe un titre unique.
- Suivre une structure à laquelle le public cible est bien habitué.
- Marquer pour le public les sections qui n'ont pas besoin d'être remplies.
- Mettre en évidence les sections obligatoires du formulaire.
- Inclure un guide explicatif, au besoin, par exemple dans une annexe, ou incorporer un hyperlien qui s'ouvre dans une nouvelle fenêtre.

### **A.3 Questions et réponses**

- Utiliser la même structure pour toutes les questions et réponses. Les questions fermées sont préférables.
- Annoter clairement chaque champ de formulaire, par exemple « Nom tel qu'il figure sur votre acte de naissance » au lieu de « Nom ».
- Numéroter chaque question.
- Permettre une réponse « ne sait pas » ou « autre ».

- Laisser suffisamment d'espace pour les réponses rédigées et suffisamment d'espace entre les différents éléments ou questions.

#### **A.4 Aider le public à remplir le formulaire**

- Prévoir des formats alternatifs en fonction des besoins du public cible : audio, vidéo, etc.
- S'assurer que les formulaires sont compatibles avec tous les navigateurs.
- Signaler au public cible tout élément nécessaire avant de remplir le formulaire. Par exemple : « Préparez tous vos documents avant de commencer à remplir ce formulaire. »
- Donner au public cible le choix de remplir le formulaire sur papier ou par voie électronique.
- Placer les instructions là où le public cible en a besoin, plutôt qu'en haut ou en bas de la page.

## Annexe B – Utilisation des nombres

(annexe informative)

### B.1 Façons de présenter les nombres

Les nombres devraient être mis en contexte, présentés de manière cohérente, au sein d'une phrase ou d'un paragraphe. et sous forme parallèle dans une phrase ou un paragraphe. Il ne faut pas passer des chiffres aux pourcentages ni comparer des chiffres avec des pourcentages.

Présenter les nombres dans un format cohérent dans l'ensemble du matériel :

- a) Exprimer les nombres sous forme de chiffres (2, 3, 4) au lieu de lettres (deux, trois, quatre).
  - i. Utiliser des chiffres pour les nombres de 2 à 999.  
Remarque : On peut, exceptionnellement, utiliser des lettres si le nombre est en début de phrase.
  - ii. Séparer les chiffres d'un numéro de téléphone à l'aide de traits d'union au lieu de points ou d'espaces.

#### Remarques :

- 1) Par exemple, « Il y a eu 359 rendez-vous de vaccination et une seule annulation. »
- 2) Cette exigence ne s'applique pas aux expressions contenant des chiffres. Par exemple : un paiement unique, un costume deux-pièces, un cirque à trois pistes, un trèfle à quatre feuilles, un hôtel cinq étoiles, les sept mers, en forme de huit, au septième ciel, une liste des dix meilleurs.

Choisir une police qui permet au public de bien distinguer les chiffres, surtout lorsque le document contient beaucoup de chiffres.

**Remarque :** Préférer les polices qui différencient bien les chiffres.

Présenter les nombres en lettres et en mots lorsqu'ils sont plus faciles à comprendre que les chiffres, par exemple :

- a) Utiliser des lettres pour exprimer les nombres un, mille, million, milliard et billion.
- b) Dans les documents non techniques, exprimer les fractions simples comme suit : « un demi », « un quart », « deux tiers » et « trois quarts ».

**Remarque** : On fait exception à cette règle :

- 1) pour les unités de mesure impériales (p. ex., ½ tasse). Chaque unité de mesure métrique, peut être suivie de son équivalent en unités impériales entre parenthèses en fonction du public cible (livres (kilogrammes) ou kilogrammes (livres))
- 2) pour éviter toute confusion, exprimer les dates en lettres dans un format standard : 22 mars 1963 (français)/March 22, 1963 (anglais).
- 3) Les formats numériques sont interprétés différemment selon la langue et la culture.

Pour obtenir des exemples, voir la section 4.4.6.5 du document suivant :

<https://www.w3.org/TR/coga-usable/#examples-16> (en anglais seulement)

Exprimer les dates en utilisant le format numérique standard ou des lettres dans les documents imprimés : jj-mm-aaaa ou 22 mars 1963 (français)/aaaa-mm-jj ou March 22, 1963 (anglais).

Exprimer un nombre en lettres lorsqu'il se trouve au début de la phrase.

**Remarque** : Un bon exemple est « Vingt-neuf enfants ont reçu leur vaccin. »

Utiliser des légendes en langage clair ou des phrases explicatives avec des chiffres pour améliorer la clarté.

**Remarque** : Voici un exemple : « Seules quelques personnes sont concernées, soit 1 personne sur 1 000. »

Décider si les chiffres ou les lettres sont plus clairs en suivant ces pratiques :

- a) Dans les documents techniques, n'utilisez les fractions complexes que sous forme de nombres ou en toutes lettres.
- b) N'utiliser des décimales que lorsque c'est essentiel, comme dans les posologies de médicaments, ou lorsque le nombre est trop grand pour être arrondi à la hausse ou à la baisse, par exemple, un nombre budgétaire de 1,7 milliard de dollars.
- c) Utiliser des chiffres romains seulement :
  - i. s'ils font partie du nom propre d'une personne, d'un lieu ou d'un objet, par exemple, Charles IV ou *Bluenose II*;
  - ii. s'ils sont utilisés dans des publications existantes, telles que des livres ou des lois.
- d) Situer un événement dans le temps à l'aide de repères simples connus du public cible. Par exemple : « Il y a longtemps... » au lieu de « En 1835... », « Après la Seconde Guerre mondiale... » au lieu de « En 1952... »

## **B.2 Utiliser des mathématiques très simples pour expliquer une idée**

- a) Utiliser la fréquence plutôt que les pourcentages (« 9 sur 10 » au lieu de « 90 % »).
- b) Utiliser des nombres qui sont plus facilement comparables. Par exemple, « 1 sur 10 » ou « 1 sur 100 ».
- c) Utiliser des présentations visuelles, comme des tableaux, des graphiques, des images et des pictogrammes pour rendre les chiffres compréhensibles.
  - i. Les gens comprennent les métaphores familières, visuelles ou spatiales, comme lorsqu'on dit qu'une portion de nourriture a la taille d'un poing.
  - ii. Utiliser une représentation visuelle des choses que les gens utilisent pour accomplir la tâche ou l'activité : une horloge, un calendrier, un thermomètre ou un téléphone.

- d) Faire en sorte que les chiffres représentent les gens. Éviter, dans la mesure du possible, l'abstraction ou les décimales. Par exemple, on devrait éviter d'écrire « La famille moyenne compte 1,4 enfant ». On devrait par exemple parler de « 1 personne sur 4 » plutôt que de « 25 % de la population ».

## Annexe C – Ressources

(annexe informative)

### C.1 Liste de vérification de l'accessibilité du Web, lignes directrices et outils de vérification

- WCAG. *Accessibility by Design*, [wcag2.com/accessible-plain-language/](https://www.wcag2.com/accessible-plain-language/) (en anglais seulement)
- *The Must-Have WCAG Checklist*, LevelAccess.com, 2023 : [s42509.pcdn.co/wp-content/uploads/2023/10/08-Aug-MRKT\\_WP-WCAG-Checklist-2.2\\_QA-APPROVED.pdf](https://s42509.pcdn.co/wp-content/uploads/2023/10/08-Aug-MRKT_WP-WCAG-Checklist-2.2_QA-APPROVED.pdf) (en anglais seulement)
- Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG) 2.0 Lignes directrices complètes pour l'accessibilité des documents numériques : <https://www.w3.org/Translations/WCAG20-fr/>
- Outil de vérification de l'accessibilité du Web : <https://chromewebstore.google.com/?hl=fr>
- Outil de vérification de l'inclusivité Microsoft : [inclusive.microsoft.design/](https://inclusive.microsoft.design/)(en anglais seulement)

### C.2 Conception et production accessibles

- Vérifier l'accessibilité des documents PDF et créer des fichiers PDF accessibles (Acrobat Pro DC) : [https://helpx.adobe.com/ca\\_fr/acrobat/using/create-verify-pdf-accessibility.html](https://helpx.adobe.com/ca_fr/acrobat/using/create-verify-pdf-accessibility.html)
- Colour Oracle, simulateur de daltonisme : [colouroracle.org/](https://colouroracle.org/) (en anglais seulement)
- DAISYpedia, « Making publications accessible for all »: [daisy.org/daisypedia/making-publications-accessible-all](https://daisy.org/daisypedia/making-publications-accessible-all) (en anglais seulement)
- Conseils et mises en garde pour la conception en vue de l'accessibilité : six affiches conçues par le Home Office Digital et Karwai Pun au Royaume-Uni montrant comment aborder l'accessibilité du

point de vue de la conception –

[accessibility.blog.gov.uk/2016/09/02/dos-and-donts-on-designing-for-accessibility/](https://accessibility.blog.gov.uk/2016/09/02/dos-and-donts-on-designing-for-accessibility/) (en anglais seulement) et

[hodigital.blog.gov.uk/category/accessibility/](https://hodigital.blog.gov.uk/category/accessibility/) (en anglais seulement)

- Principes de conception du gouvernement, gouvernement britannique : [gov.uk/guidance/government-design-principles](https://gov.uk/guidance/government-design-principles) (en anglais seulement)
- Comment les lecteurs d'écran lisent les symboles typographiques : <http://www.deque.com/blog/dont-screen-readers-read-whats-screen-part-1-punctuation-typographic-symbols/> (en anglais seulement)
- Système Nemeth MathSpeak pour des mathématiques accessibles : <http://www.gh-mathspeak.com/examples/grammar-rules/> (en anglais seulement)
- Nielsen Norman Group. (n.d.) NN/g World Leaders in Research-Based User Experience: [nngroup.com](https://nngroup.com) (en anglais seulement)
- PDF Association, « PDF/UA: The ISO Standard for universal accessibility »: <https://www.pdfa.org/resource/pdfua-in-a-nutshell/> (en anglais seulement)
- Recite Me. (2015) *Choosing an accessible font*. [reciteme.com/uploads/articles/accessible\\_fonts\\_guide.pdf](https://reciteme.com/uploads/articles/accessible_fonts_guide.pdf) (en anglais seulement)

### C.3 Conception universelle et langage inclusif

- Association of Registered Graphic Designers (RGD), *AccessAbility handbook*: [rgd.ca/resources/accessibility.php](https://rgd.ca/resources/accessibility.php) (en anglais seulement)
- BC Open Textbook Accessibility Toolkit: [opentextbc.ca/accessibilitytoolkit/](https://opentextbc.ca/accessibilitytoolkit/) (en anglais seulement)
- *Conscious Style Guide*: [consciousstyleguide.com/](https://consciousstyleguide.com/) (en anglais seulement)
- Gouvernement du Canada, *Écriture inclusive – Lignes directrices et ressources* : <https://www.noslangues-ourlanguages.gc.ca/fr/cles-de-la-redaction/ecriture-inclusive-lignes-directrices-ressources.html>

- « Inclusive: A Microsoft design toolkit » : <https://www.microsoft.com/en-us/design/inclusiveus/design/inclusive> (en anglais seulement)

## C.4 Images accessibles et autre contenu non-textuel

- Ajouter un texte alternatif aux images sur X : <https://help.twitter.com/fr/using-x/picture-descriptions> (en anglais seulement)
- Institut national canadien pour les aveugles (2018). *Pour une meilleure lisibilité : lignes directrices d'accessibilité.* <https://cnib.ca/sites/default/files/2018-08/Pour-une-meilleure-lisibilite.pdf>
- Portland Community College, « Complex image accessibility » : <https://www.pcc.edu/resources/instructional-support/access/complex-images.html> (en anglais seulement)
- WebAIM, « Alternative text » : [webaim.org/techniques/alttext/](http://webaim.org/techniques/alttext/) (en anglais seulement)

## C.5 Législation

- *Loi sur l'accessibilité pour les Manitobains* : <https://accessibilitymb.ca/index.fr.html>
- *Loi de 2005 sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario* <https://www.ontario.ca/fr/lois/loi/05a11>
- « L'adhésion du Canada au Traité de Marrakech permet l'entrée en vigueur du traité » : [https://www.wipo.int/pressroom/fr/articles/2016/article\\_0007.html](https://www.wipo.int/pressroom/fr/articles/2016/article_0007.html)
- « Élaborer une loi fédérale sur l'accessibilité : ce que nous avons appris » : <https://www.canada.ca/fr/emploi-developpement-social/programmes/canada-accessible/rapports/consultations-ce-que-nous-avons-appris.html>
- *Accessibility Act* de la Nouvelle-Écosse : <https://novascotia.ca/accessibility/fr/>

- Département américain de la Justice, Civil Rights Division, Disability Rights Section, « Effective communication » : [ada.gov/effective-comm.htm](http://ada.gov/effective-comm.htm) (en anglais seulement)

## C.6 Bibliothèques d'ouvrages en formats alternatifs

- Centre d'accès équitable aux bibliothèques (CAÉB), par l'intermédiaire de l'Institut national canadien pour les aveugles : [celalibrary.ca/](http://celalibrary.ca/)
- Réseau national de services équitables de bibliothèque (RNSEB) <https://nnels.ca/fr>

## C.7 Articles de blogue pertinents

- Christine Albert, « Promoting accessibility in editorial businesses », *BoldFace: The official blog of Editors Toronto*, 8 mars 2017 : <http://editorstorontoblog.com/2017/03/08/promoting-accessibility-in-editorial-businesses/> (en anglais seulement)
- Iva Cheung, « Four levels to accessible communications », 17 septembre 2016 : <http://www.ivacheung.com/2016/09/four-levels-to-accessible-communications/> (en anglais seulement)
- Iva Cheung, « Grey matters: Why NGOs should start thinking like self-publishers, » 4 novembre 2015 : <http://www.ivacheung.com/2014/11/grey-matters-why-ngos-should-start-thinking-like-self-publishers> (en anglais seulement)

## C.8 Lecteurs d'écran

- Activation de TalkBack : [support.google.com/accessibility/android/answer/6007100?hl=fr&sjid=6541553249816205038-NC](http://support.google.com/accessibility/android/answer/6007100?hl=fr&sjid=6541553249816205038-NC)
- Activation de VoiceOver sur téléphone Apple : <https://support.apple.com/fr-ca/HT204390>
- Lecteur d'écran JAWS pour PC : [freedomscientific.com/Products/Blindness/JAWS](http://freedomscientific.com/Products/Blindness/JAWS) (en anglais seulement)
- Lecteur d'écran NVDA pour PC : [nvaccess.org/](http://nvaccess.org/) (en anglais seulement)

- Lecture audio et autres fonctions d'accessibilité dans Adobe Acrobat (Reader) : [helpx.adobe.com/ca\\_fr/reader/using/accessibility-features](https://helpx.adobe.com/ca_fr/reader/using/accessibility-features)
- Utilisation de VoiceOver sur Mac : [support.apple.com/fr-ca/guide/voiceover/welcome/mac](https://support.apple.com/fr-ca/guide/voiceover/welcome/mac)

## **Annexe D - Avis juridique pour projets de norme**

(annexe normative)

### **AVIS JURIDIQUE DE NAC – PROJET DE NORME AUX FINS D'EXAMEN PUBLIC**

**Remarque** : La présente ébauche est en cours d'élaboration et peut faire l'objet de changements; elle ne doit pas être utilisée à des fins de référence.

***Veillez lire le présent avis juridique avant de faire usage du document de projet de norme.***

#### **Avis juridique pour les normes**

Les normes de l'Organisation canadienne d'élaboration de normes d'accessibilité (exerçant ses activités sous le nom « Normes d'accessibilité Canada ») (NAC) sont élaborées au moyen d'un processus d'élaboration de normes fondé sur le consensus approuvé par le Conseil canadien des normes. Ce processus réunit des volontaires représentant des points de vue et des intérêts variés dans le but d'atteindre un consensus et d'élaborer des normes.

Bien que Normes d'accessibilité Canada administre le processus et établisse des règles pour favoriser l'impartialité dans l'atteinte d'un consensus, elle ne met à l'essai, n'évalue ni ne vérifie de façon indépendante le contenu des normes. Au cours de ce processus, l'organisation met le projet de norme à la disposition des intéressés pour qu'ils puissent le commenter, l'examiner et l'approuver.

#### **Exclusion de responsabilité**

Le présent document est une version provisoire à des fins de commentaires, d'examen et d'approbation seulement. Il est fourni sans assertion, garantie, ni condition explicite ou implicite de quelque nature que ce soit, y compris, mais non de façon limitative, les garanties ou les

conditions implicites relatives à la qualité marchande, à l'adaptation à un usage particulier ainsi qu'à l'absence de violation des droits de propriété intellectuelle des tiers. Normes d'accessibilité Canada ne fournit aucune garantie quant à l'exactitude, à l'intégralité ou à la pertinence des renseignements contenus dans ce document. Normes d'accessibilité Canada ne fait aucune assertion ni ne fournit aucune garantie quant à la conformité du document à toute désignation, règle ou réglementation applicable.

NORMES D'ACCESSIBILITÉ CANADA, SES ENTREPRENEURS, SES AGENTS, SES EMPLOYÉS, SES DIRECTEURS OU SES REPRÉSENTANTS OU SA MAJESTÉ LE ROI DU CHEF DU CANADA, SES EMPLOYÉS, SES ENTREPRENEURS, SES AGENTS, SES DIRECTEURS ET SES REPRÉSENTANTS NE PEUVENT EN AUCUN CAS ÊTRE TENUS RESPONSABLES DE TOUTE BLESSURE, PERTE OU DÉPENSE OU DE TOUT PRÉJUDICE DIRECT, INDIRECT OU ACCESSOIRE, Y COMPRIS, MAIS NON DE FAÇON LIMITATIVE, TOUT PRÉJUDICE SPÉCIAL OU CONSÉCUTIF, TOUTE PERTE DE RECETTES OU DE CLIENTÈLE, TOUTE PERTE D'EXPLOITATION, TOUTE PERTE OU ALTÉRATION DE DONNÉES OU TOUT AUTRE PRÉJUDICE ÉCONOMIQUE OU COMMERCIAL, QU'IL SOIT FONDÉ SUR UN CONTRAT, UN DÉLIT CIVIL (Y COMPRIS LE DÉLIT DE NÉGLIGENCE) OU TOUT AUTRE ÉLÉMENT DE RESPONSABILITÉ TIRANT SON ORIGINE DE QUELQUE FAÇON QUE CE SOIT DE L'ACCÈS AU DOCUMENT OU DE LA POSSESSION OU UTILISATION DU DOCUMENT, ET CE, MÊME SI NORMES D'ACCESSIBILITÉ CANADA A ÉTÉ AVISÉ DE L'ÉVENTUALITÉ DE TELS PRÉJUDICES.

En publiant et en offrant ce document, Normes d'accessibilité Canada n'entend pas fournir des services professionnels ou autres au nom de quelque personne ou entité que ce soit, ni remplir les engagements que de telles personnes ou entités auraient pris auprès de tiers. Les renseignements présentés dans ce document sont destinés aux utilisateurs qui possèdent le niveau de connaissance et d'expérience nécessaires pour utiliser et mettre en application ce contenu, et Normes d'accessibilité Canada n'accepte aucune responsabilité découlant de quelque façon que

ce soit de l'usage des renseignements que renferme le présent document ou de la confiance qu'on leur porte.

Normes d'accessibilité Canada publie des normes facultatives et des documents connexes. Normes d'accessibilité Canada n'a pas le pouvoir de faire respecter le contenu des normes ou des autres documents publiés par l'organisation et ne s'engage pas non plus à le faire.

### **Propriété et droits de propriété intellectuelle**

Entre Normes d'accessibilité Canada et les utilisateurs du présent document (qu'il soit imprimé, électronique ou se présente sous une autre forme), Normes d'accessibilité Canada est le propriétaire, ou le licencié autorisé, de tous les droits d'auteur et droits moraux contenus dans le présent document. En outre, Normes d'accessibilité Canada est propriétaire de sa marque officielle. De façon non limitative, l'utilisation, la modification, la copie ou la divulgation non autorisée de ce document pourrait contrevenir aux lois visant la propriété intellectuelle de Normes d'accessibilité Canada et/ou d'autres parties et donner ainsi droit à l'organisation et/ou à une autre partie d'exercer ses recours légaux relativement à une telle utilisation, modification, copie ou divulgation. Dans la mesure prévue par le permis ou la loi, Normes d'accessibilité Canada conserve tous les droits de propriété intellectuelle relatifs à ce document.

### **Droits de brevet**

Certains des éléments de cette norme peuvent faire l'objet de droits de brevet. Normes d'accessibilité Canada ne doit pas être tenue responsable de préciser quels sont ces droits de brevet. Les utilisateurs de cette norme sont avisés que c'est à eux qu'il incombe de vérifier la validité de ces droits de brevet.

## **Cession du droit d'auteur**

Dans le présent avis juridique, un « commentaire » désigne toute information fournie de façon écrite ou orale, y compris toute suggestion, qu'un utilisateur fournit à Normes d'accessibilité Canada au sujet d'une norme ou d'un projet de norme. En fournissant un commentaire à Normes d'accessibilité Canada concernant une norme ou un projet de norme, l'auteur d'un commentaire accorde à Normes d'accessibilité Canada et au gouvernement du Canada une licence non exclusive, libre de redevances, perpétuelle, mondiale et irrévocable pour utiliser, traduire, reproduire, divulguer, distribuer, publier, modifier, autoriser à reproduire, communiquer au public par télécommunication, enregistrer, exécuter ou concéder en sous-licence pour le commentaire, en tout ou en partie et sous quelques forme ou support que ce soit, pour réviser la norme ou le projet de norme, ou à des fins non commerciales. En fournissant le commentaire et étant le seul propriétaire du droit d'auteur ou ayant l'autorité de concéder le droit d'auteur, l'auteur du commentaire confirme sa capacité à concéder la licence et renonce à tous les droits moraux associés, y compris, mais sans s'y limiter, tous les droits d'attribution en ce qui concerne le commentaire. Si la personne qui fournit le commentaire n'en est pas l'auteur, elle confirme, en offrant le commentaire, qu'une renonciation aux droits moraux de l'auteur a été faite en faveur de cette personne ou du détenteur du droit d'auteur du commentaire. Au moment de fournir un commentaire, l'auteur du commentaire doit déclarer et fournir une citation pour toute propriété intellectuelle contenue dans le commentaire qui est détenue par une tierce partie.

## **Utilisations autorisées de ce document**

Ce document, sous toutes ses formes (y compris dans un média substitut), n'est fourni par Normes d'accessibilité Canada qu'à des fins informationnelles, pédagogiques et non commerciales. Les utilisateurs de ce document ne sont autorisés qu'à effectuer les actions suivantes :

- télécharger le document sur un ordinateur dans le seul but de le consulter;

- consulter et parcourir le document;
- imprimer ce document s'il s'agit d'une version électronique.

En outre, les utilisateurs ne doivent pas faire ce qui suit et ne doivent pas permettre à d'autres personnes de le faire :

- modifier ce document de quelque façon que ce soit ou retirer le présent avis juridique joint à cette norme;
- vendre ce document sans l'autorisation de Normes d'accessibilité Canada;
- utiliser le présent document pour induire en erreur les utilisateurs d'un produit, d'un processus ou d'un service visé par la présente norme.

**Si vous êtes en désaccord avec l'une ou l'autre des conditions du présent avis juridique, vous ne devez pas télécharger ou utiliser le présent document ni en reproduire le contenu, auquel cas toutes les copies devront immédiatement être détruites. L'utilisation de ce document indique que vous confirmez accepter les conditions de cet avis juridique.**

## Bibliographie

Afnor Éditions (2018, février). *Accessibilité aux personnes handicapées et aux personnes ayant des difficultés de lecture ou de compréhension – Pour une information accessible à tous : les pictogrammes – Préconisations pour la conception et l'utilisation des pictogrammes*, NF P 96-105, [boutique.afnor.org/fr-fr/norme/nf-p96105/accessibilite-aux-personnes-handicapees-et-aux-personnes-ayant-des-difficul/fa189919/1711](http://boutique.afnor.org/fr-fr/norme/nf-p96105/accessibilite-aux-personnes-handicapees-et-aux-personnes-ayant-des-difficul/fa189919/1711)

Australie (2021). *Style Manual*, Commonwealth of Australia, <https://www.stylemanual.gov.au/format-writing-and-structure/structure/lists> (consulté le 12 août 2021)

Bringhurst, Robert (2004). *Elements of Typographic Style*, Hartley & Marks.  
La Presse canadienne (2018). *The Canadian Press Stylebook*.

Clark, R.C., et C. Lyons (2010). *Graphics for Learning: Proven Guidelines for Planning, Designing, and Evaluating Visuals in Training Materials*, 2<sup>e</sup> éd., Wiley.

College of Physicians and Surgeons of Nova Scotia (2016). *Plain language style guide*, Bedford (Nouvelle-Écosse), Canada, College of Physicians and Surgeons of Nova Scotia.

Cutts, Martin (2013). *Oxford Guide to Plain English*, Oxford (Royaume-Uni), Oxford Press.

Doak, C., L. Doak et J. Root (1996). *Teaching Patients with Low Literacy Skills*, 2<sup>e</sup> éd., Philadelphie, J.B. Lippincott, [hsph.harvard.edu/wp-content/uploads/sites/135/2012/09/doakintro.pdf](http://hsph.harvard.edu/wp-content/uploads/sites/135/2012/09/doakintro.pdf)

Doyle, S. (2018). *English 302: Writing for Government*, Université de Victoria, [web.uvic.ca/~sdoyle/E302/Notes/index.html](http://web.uvic.ca/~sdoyle/E302/Notes/index.html)

Plain Language Action and Information Network (s.d.). *Federal Plain Language Guidelines*, [fda.gov/media/85771/download](http://fda.gov/media/85771/download) ou [plainlanguage.gov/guidelines/](http://plainlanguage.gov/guidelines/)

- Organisation internationale de normalisation (2017). *ISO 8601 – Représentation de la date et de l'heure*, [iso.org/fr/iso-8601-date-and-time-format.html](https://iso.org/fr/iso-8601-date-and-time-format.html) (consulté le 8 juin 2021)
- James, N. (2007). *Writing at work: How to write clearly, effectively, and professionally*, Crows Nest, Nouvelle-Galles du Sud (Australie), Allen & Unwin.
- Kaulbach, K. (s.d.). *Touchstone Design House*, [touchstonedesignhouse.com](https://touchstonedesignhouse.com)
- Kimble, J. (2012). *Writing for dollars, writing to please: The case for plain language in business, government, and law*, Durham, Caroline du Nord (États-Unis), Carolina Academic Press.
- Plain English Campaign (2021). *Punctuating Bullets*, [plainenglish.co.uk/punctuating-bulleted-lists.html](https://plainenglish.co.uk/punctuating-bulleted-lists.html) (consulté le 12 août 2021)
- Plainlanguage.gov. (2011). *Federal Plain Language Guidelines*, gouvernement des États-Unis d'Amérique, [plainlanguage.gov/guidelines/audience/](https://plainlanguage.gov/guidelines/audience/)
- Office of the Registrar of Regulations (2005, janvier). *Style and Procedures Manual (A Guide to Drafting Regulations in Plain Language)*, ministère de la Justice de la Nouvelle-Écosse, [novascotia.ca/just/regulations/publications/Style\\_Manual\\_2005.pdf](https://novascotia.ca/just/regulations/publications/Style_Manual_2005.pdf) (consulté le 8 juin 2021)
- Ruel, J., C. Allaire, A.C. Moreau, B. Kassi, A. Brumagne, A. Delample, C. Grisard et F. Pinto da Silva (2018). *Communiquer pour tous : Guide pour une information accessible*, Santé publique France, [w3.uqo.ca/communiquerpourtous](https://w3.uqo.ca/communiquerpourtous)
- Schraver, K. (1997). *Dynamics in Document Design*, Toronto, John Wiley & Sons.
- Screws, J. (2016). *Quantitative analysis of font type's effect on reading comprehension*, Université de Clemson, Clemson School of Computing, [andrewd.ces.clemson.edu/courses/cpsc412/fall16/teams/reports/group7.pdf](https://andrewd.ces.clemson.edu/courses/cpsc412/fall16/teams/reports/group7.pdf)

Social Security Administration's Accessibility Resource Center (2010). *Social Security Administration Guide: Alternative text for images*, version 1.2, p. 3-4, [ssa.gov/accessibility/files/SSA\\_Alternative\\_Text\\_Guide.pdf](https://www.ssa.gov/accessibility/files/SSA_Alternative_Text_Guide.pdf)

U.S. Securities and Exchange Commission (1998). *A Plain English Handbook*, [sec.gov/pdf/handbook.pdf](https://www.sec.gov/pdf/handbook.pdf)

WebAIM (2021). *Contrast and Color Accessibility*, Institute for Disability Research, Policy, and Practice, [webaim.org/articles/contrast/](https://webaim.org/articles/contrast/)

Willerton, R. (2015). *Plain language and ethical action: A dialogic approach to technical content in the 21<sup>st</sup> century*, Routledge.

The Writing Lab & OWL at Purdue University (2021). *Purdue Online Writing Lab: The Rhetorical Situation – Purposes*, [owl.purdue.edu/owl/general\\_writing/academic\\_writing/rhetorical\\_situation/purposes.html](https://owl.purdue.edu/owl/general_writing/academic_writing/rhetorical_situation/purposes.html) (consulté le 8 juin 2021)