



## Webinaire

### 5 actions pour rendre sa communication plus accessible sur les réseaux sociaux

(Sous-titrage en direct par Lucie Defleur)

[Céline] Nous attendons tout le monde pour commencer ! Pour les personnes ayant besoin de sous-titrage en direct, nous avons ce document pour un sous-titrage en direct. N'hésitez pas à nous dire s'il y a un souci de votre côté sur le chat.

[Léa] Nous sommes déjà une petite dizaine, c'est super ! Nous allons bientôt commencer, nous attendons deux petites minutes les retardataires.

J'espère que tout le monde va bien, tout le monde a réussi à bien se connecter, merci beaucoup !

Je vais commencer par me présenter : J'ai connu Céline l'année dernière via un projet de freelance et puis elle m'a parlé de son souhait de faire ce webinaire. J'en ai fait quelques-uns avant donc j'ai pu l'accompagner pour qu'on soit tous réunis ici. Elle va vous présenter tout ce qu'elle a pensé sur ce sujet. Ça sera super enrichissant et riche, je suis là qu'en support, et s'il y a des questions dans le chat, n'hésitez pas à nous écrire.

[Céline] Je vous ai épinglé le lien du sous-titrage sur le chat ! Lucie est en train de sous-titrer tout ce qu'on est en train de dire, donc vous pouvez suivre sur ce Google Doc, n'hésitez pas à nous signaler le moindre souci.

Bienvenue dans ce webinaire, j'espère que vous apprendrez beaucoup sur l'accessibilité. Merci à Lucie qui assure le sous-titrage aujourd'hui. Pour les personnes malvoyantes et aveugles, on se présentera physiquement.

Je suis une jeune femme brune à la peau blanche, j'ai 26 ans et Léa aussi est une personne à la peau blanche aux cheveux châtons.

Bravo de vous intéresser à l'accessibilité, vous faites partie des seules personnes qui s'y intéressent sur les réseaux sociaux. Aujourd'hui, on va s'intéresser à l'accessibilité dès la création de contenu.

Je sais que l'accessibilité est un mot qui peut faire un peu peur et on peut se demander ce qui se cache derrière. Je vais essayer de vous expliquer ce que c'est vraiment et je vous donnerai directement 5 actions à appliquer tout de suite après ce webinaire. Vous pourrez les appliquer sur vos prochains posts et corriger les précédents.

Je vais vous parler un petit peu de moi : je m'appelle Céline, je suis traductrice, sous-titreuse et formatrice, spécialisée sur l'accessibilité. Je sous-titre depuis 10 ans et passionnée. Pendant mes études, j'ai découvert le sous-titrage Sourds et Malentendants, un sous-titrage particulier avec des normes spécialisées. Je me suis rendu compte de toutes les injustices que peuvent vivre les personnes en situation de handicap et

j'aide désormais les entreprises avec le sous-titrage vidéo, en direct et également la transcription. N'hésitez pas si vous avez des questions dans le chat et j'y répondrai plus tard.

L'accessibilité, qu'est-ce que c'est ? En France, nous avons la loi 2005 sur le handicap et elle peut être au cœur de notre métier : elle est très importante vu qu'elle a été pensée pour assurer aux personnes handicapées la compensation de leur handicap et des conséquences. J'ai dit personnes handicapées et en situation de handicap : est-ce qu'on dit qu'une personne est handicapée ou en situation de handicap ? Ça dépend de plusieurs situations.

Une personne handicapée a une condition médicale qui fait qu'elle va rencontrer des situations de handicap, qui sont des conséquences sociétales dues à son handicap.

Par exemple dans la surdité, une personne sourde a un handicap auditif, mais est-ce qu'être sourde l'empêche de cuisiner ou faire du sport ? Non, elle ne se retrouve pas en situation de handicap dans ces situations-là. Par contre, face à une vidéo non sous-titrée, elle se retrouve en situation de handicap, car ce n'est pas accessible. Si elle a accès à des sous-titres, la situation de handicap est diminuée ou moins présente.

L'accessibilité sert donc à diminuer les situations de handicap.

Qui sont ces personnes et pour qui est l'accessibilité ?

Sur la slide, nous voyons que l'accessibilité, c'est pour tout le monde ! Commençons par les personnes en situation de handicap, donc qui rencontrent une situation de handicap dans leur vie quotidienne. J'ai mis les différents types de handicap recensés dans le cadre de la loi 2005.

- Handicap moteur
- Handicap visuel
- Handicap auditif
- Handicap psychique, sur la santé mentale
- Déficience intellectuelle, le gouvernement a dit “privation de facultés intellectuelles”, mais on parle maintenant aussi de personnes qui ont du mal à comprendre certains contenus difficiles à comprendre
- Maladies invalidantes, donc les maladies chroniques.

Bien sûr, l’accessibilité est pensée pour ces personnes-là en premier, par exemple on pense le sous-titrage en premier pour les personnes sourdes. Mais l’accessibilité peut toucher tout le monde.

On considère que tout le monde est concerné par le handicap de près ou de loin. Vous pouvez avoir des personnes handicapées dans votre entourage ou être vous-même concerné.

Selon le gouvernement, 6,8 millions de personnes en France sont en situation de handicap et 1 milliard de personnes dans le monde sont en situation de handicap selon l’OMS.

Selon une étude de la DRESS, une personne sur six en France est aidante, donc s’occupe activement d’une personne handicapée. Ainsi, un grand nombre de français sont en lien avec le handicap.

L’accessibilité regroupe beaucoup de choses, et est mise en place pour rendre internet sympa pour tout le monde ! Par exemple, on veut éviter les textes beiges sur fond blanc. Même au-delà de parler de contraste, c’est désagréable pour absolument tout le monde.

Enfin, je dis “pour les robots” et ce n’est pas parce que l’intelligence artificielle a pris le contrôle du monde, c’est que l’accessibilité, c’est aussi bon pour le référencement ! Pour les personnes qui ne connaissent pas, ce sont des techniques mises en place pour être visibles sur les moteurs de recherche. Si on met en place des solutions accessibles, le site internet sera plus rapide. Google le repère comme un site qui fonctionne bien, et ça le référence mieux.

Ici sur cette slide, c’est une étude de cas que j’ai fait avec un client. C’est un client qui a une émission où il fait des entretiens avec des entrepreneurs. Toutes ces interviews se ressemblent. Il utilise YouTube plutôt comme un moyen de stocker ces vidéos. On lit de plus en plus que les sous-titres sur Youtube améliorent le référencement car Youtube lit également les sous-titres faits par une main humaine et ça va mieux référencer le contenu. Quand on fait un sous-titrage à main humaine, on peut le mettre sur la plateforme et ça va indiquer une mention “sous-titre”. On voit donc une vidéo de mon client avec la mention « sous-titre », permettant à la personne qui en a besoin de savoir si la vidéo est accessible ou non.

On a pris une vidéo au hasard avec un sujet peu attirant, un entrepreneur dans la rénovation énergétique. J’ai pris cette vidéo et on remarque que pour un même contenu de vidéo, avec un sous-titrage de qualité, on a eu la mention et on a fait plus de 100 vues là où les autres vidéos font entre 4 et 6 vues. C’est un exemple où le sous-titrage aide au référencement.

Parlons désormais de ce que l’accessibilité veut vraiment dire : quand on la met au centre de notre contenu, ça permet de n’exclure personne de notre communication. On peut ne pas se rendre compte que les personnes en situation de handicap

peuvent faire partie de votre cible. À moi, ça m'a permis d'atteindre mes objectifs : il y a quelques mois, j'ai participé à l'élaboration d'une websérie. On cherchait une actrice aveugle pour un personnage aveugle. S'est posée la question de comment la trouver, sachant qu'elle devait être actrice et chanteuse. On nous a dit "bon courage", "il y en a pas", "impossible". On s'est dit qu'on allait quand même essayer en mettant le message à portée de main : j'ai posté une annonce complètement accessible aux personnes aveugles ayant un lecteur d'écran. J'ai utilisé le texte alternatif, le contraste, les descriptions dans le post, l'audio description. Le message a été posté et une actrice et chanteuse aveugle, Danielle Hollobaugh, nous a contacté et ce fut ma plus belle rencontre de l'année dernière. Ici une photo de moi et Danielle devant la tour Eiffel. Ainsi, si on rend le message accessible, on peut toucher ces personnes.

J'espère vous avoir convaincu à penser à rendre votre communication plus accessible. Ce serait long de parler de l'accessibilité pour chaque cas précis. J'ai pensé à cinq actions pour rendre votre communication plus accessible qu'auparavant.

Première technique : les textes alternatifs à vos images. C'est celle que j'ai utilisé pour Danielle. Sur les réseaux sociaux, les images sont omniprésentes, sur LinkedIn et surtout Instagram. Le souci, c'est que pour les personnes utilisant des lecteurs d'écran, ce n'est pas accessible. Pour qu'elles puissent profiter de l'ambiance de votre post et de votre contenu, on peut mettre un texte alternatif. Sur la slide, j'ai mis une vignette avec la photo et la description. (Voir slide pour les détails du texte).

Sur LinkedIn, nous avons sur les images la mention “alt” qui sera lu par les lecteurs d’écran. Ici, comme texte alternatif, j’ai mis (voir slide pour voir le texte).

Je vais vous expliquer comment j’ai pensé cette description. J’ai commencé par le premier plan et l’important quand je poste cette photo, ici que j’étais avec Danielle. J’ai commencé par une description de nous deux, et j’ai dit qu’on souriait car c’est le cas sur cette photo et j’avais envie de souligner notre état de bonheur. Juste derrière nous, il y a la Seine, et j’ai pu mettre directement le fond. L’arrière-plan, c’est la Tour Eiffel, indiquant Paris, et j’ai mis l’ambiance par “Paris brillante” et c’est là-dessus que je voulais appuyer dans ma description. La description a donc le plus important, mais aussi l’ambiance que je voulais faire passer en la postant.

Je sais que le texte alternatif est de plus en plus connu, mais je vois beaucoup de gens l’utilisant pour le référencement, mais ce n’est pas le but. Ils mettent une suite de mots clefs incompréhensibles. Mettez donc des phrases et de la ponctuation pour que ce soit bien lisible pour les lecteurs d’écran. Le but aussi est que ce soit concis, et il y a une limite de caractères. On choisit une description claire et concise.

Deuxième action : Les contrastes

Nous avons plusieurs outils pour voir si les contrastes sont bons. Les personnes se disent qu’elles voient donc c’est le cas de tout le monde. C’est une mauvaise technique car tout le monde n’a pas la même vision donc nous prendre comme valeur étalon n’est pas une bonne chose. Des outils existent comme Contrast Checker où on peut mettre la couleur de votre police et du fond : il va vous donner un résultat si le contraste est assez suffisant. Là, on voit que le contraste est suffisant, avec une police bleue sur fond blanc, le résultat est “vert”. Sur

Canva, outil très utilisé en ce moment, ils ont implanté une catégorie accessibilité et on peut vérifier directement dessus. Pour cette présentation, j'ai fait le test en mettant exprès des mauvais contrastes. Il m'a indiqué 11 soucis d'accessibilité et j'ai pu vérifier sur les slides concernées pour faire la correction. Toujours utiliser des outils pour ça, et ce qui est important également, c'est de tester avant de poster, donc demander à des personnes malvoyantes si elles arrivent à lire ce qui est écrit.

Toujours sur cette partie vision, c'est quand on écrit un post sur LinkedIn et Instagram. Malheureusement les réseaux sociaux maintenant n'appliquent pas l'accessibilité de manière automatique. C'est donc de notre responsabilité de vérifier. Par exemple, sur LinkedIn, si on met une police en gras, pas en gras au départ, on fait un "faux gras". On met des caractères "unicodes" et non une police avec un "vrai gras" ou un "vrai italique". C'est soit pas lu par les lecteurs d'écran, faisant un texte à trou, soit c'est lu mais de façon très étrange, un peu "incantation magique incompréhensible" (voir la slide)

(Céline la lit.)

En fait, il indique le caractère unicode lettre par lettre, et ce n'est absolument pas indiqué par les réseaux sociaux.

Même chose pour les caractères fantaisistes, ou des polices non reconnues par les écrans d'écran. Beaucoup les utilisent sur LinkedIn pour mettre en forme le texte et le mettre en avant. Non seulement ce n'est pas lu par les lecteurs d'écran, mais ça peut être difficile à lire tout court.



Pour les emojis, on les utilise parfois à outrance. N'oubliez pas que les lecteurs d'écran lisent tous les caractères et les lisent selon leur nom. Par exemple, l'emoji "étincelle" est lu "étincelle", et ce n'est pas spécialement gênant en fin de phrase. Si j'en mets beaucoup à la suite, ça met "étincelle étincelle, étincelle", ce qui est très long. Si je le mets en milieu de phrase, ça peut donner "aujourd'hui est un "étincelle" grand jour "étincelle" pour moi".

J'ai une solution pour vous sur les faux gras, faux italiques et les caractères fantaisistes : ne le faites pas.

Pour les émojis, mettez-les en début ou fin de phrase. Aussi, ne les utilisez pas à la place d'un mot. Par exemple, aujourd'hui il fait "soleil" avec l'emoji soleil sera lu "aujourd'hui il fait soleil" et non "aujourd'hui il fait beau".

Ensuite, on va se poser la question de comment implémenter l'accessibilité. Le plus important est de connaître sa communauté. Posez-leur la question : quels sont vos besoins ? Ainsi, vous saurez ce qu'il faut mettre en urgence pour vos webinaires et posts.

Voici un exemple avec une personne que je suis : elle a reçu un mail d'une personne malentendante, qui lui disait qu'elle adorait son webinaire mais ne pouvait pas tout suivre pour cause de manque de sous-titres. Elle lui a demandé donc de penser à ces solutions la prochaine fois, comme un sous-titrage en direct. Sa façon de parler n'était pas agressive : c'était une simple demande.

La personne a posté ce retour sur les réseaux sociaux et a exprimé sa gratitude d'avoir eu l'information et son désir de changer.

Cependant, elle fait quand même une erreur sur son post avec le “emoji caca”, où elle utilise un emoji pour remplacer un mot. C’est pas forcément clair pour une personne ayant un lecteur d’écran.

C’est aussi quelque chose dont je veux vous parler car je vois beaucoup de posts sur l’accessibilité. C’est une bonne chose, mais parfois, ces posts ne sont pas accessibles. Attention là-dessus, car ça peut être plus mauvais qu’une autre chose pour votre image de marque quand vous parlez d’accessibilité. Pour les personnes concernées, ça peut donner une mauvaise impression. Ici, Elle a exposé le fait qu’elle ne connaissait pas, qu’elle allait se former. Bien sûr que sa réputation ne sera pas atteinte et qu’elle a eu le courage d’en parler de manière publique, mais il faut quand même faire attention.

Cinquième élément et j’avais hâte d’en parler car c’est ma passion : le sous-titrage.

On dit “un sous-titrage” mais il y en a en réalité différentes formes. On est confrontés tous les jours à différents sous-titrages. Le VOST est un sous-titrage d’une langue vers une autre, visant à comprendre le film même si on ne comprend pas la langue. Il n’est pas destiné à une personne sourde ou malentendante, mais aux personnes qui ne parlent pas la langue.

Le sous-titrage sourd et malentendant a différentes normes pour rendre accessible ces contenus à ce public. Il y a plusieurs types de sous-titrage non conformes sur les réseaux sociaux non pensés pour les personnes sourdes. On sait maintenant que les vidéos sont souvent regardées sans le son. On essaie donc d’attirer l’attention du public, qui sont avec des caractères fantaisistes, des emojis à la place de mots, difficile

pour les personnes dyslexiques. Souvent, ils ne sont pas pensés pour les personnes sourdes.

Le sous-titrage, c'est très utile pour plein de choses, que ce soit pour le référencement et l'attention, mais il est primordial de penser que la première destination doit être pour les personnes sourdes et malentendantes qui en ont besoin. Beaucoup utilisent l'IA, et se disent " au pire ils vont couper si ça leur plait pas", là où les personnes sourdes en ont besoin, elles ne peuvent pas « couper ». Il faut donc faire attention. Le sous-titrage est un art de l'écrit pour l'accessibilité.

En effet Sophie, l'accessibilité sert l'inclusivité !

On va en parler et je vais donner des conseils pour bien sous-titrer vos vidéos et faire mieux que 80% des vidéos que je vois passer.

Il faut sous-titrer toute la vidéo. Vous allez me dire que c'est logique, mais beaucoup ne font qu'une partie comme la première minute pour attirer l'attention, puis couper pour pousser la personne à regarder la vidéo. C'est une technique marketing. Les personnes sourdes ne peuvent pas l'écouter ensuite, et c'est nécessaire de sous-titrer toute la vidéo !

En effet Emmanuelle, on en a parlé ensemble ! C'est en effet absolument insupportable pour les personnes sourdes mais aussi à déficit d'attention, ou même les personnes avec un handicap auditif temporaire.

Vérifiez également l'orthographe et la ponctuation. Les IA peuvent donner un sous-titre approximatif, et on se dit que c'est pas si grave, au pire les gens verront que c'est une erreur.

C'est impossible pour une personne sourde, car elles se reposent sur ce sous-titrage pour comprendre la vidéo. S'il y a des éléments faux, comment savoir si c'est faux ? c'est dommageable pour votre image de marque, et si comme 80% des gens vous regardez les vidéos sans le son, vous allez retenir qu'elle a dit un truc bizarre.

Il ne faut pas oublier la ponctuation ! Un grand nombre de sous-titres que je vois sous-titrent sans majuscules, points d'exclamation, ... Je pense que c'est parce que l'IA ne le fait pas automatiquement donc les gens n'en mettent pas. C'est important la ponctuation pour déterminer le propos et savoir exactement ce qui est dit.

Pour aller plus loin, j'aimerais vous parler du découpage du sous-titre. C'est deux lignes, pas plus, pour ne pas fatiguer l'oeil. Comme j'en ai parlé dans un post, il y a une façon de le découper pour qu'il soit facile à lire : ce grand principe, c'est la lisibilité ! Pour ça qu'on applique des pages de normes et un type différent en fonction du contenu. Un sous-titre trop rapide, trop fauté, on ne le lit pas. Ce découpage permet de lire plus vite et que ce soit agréable pour les yeux.

Sur la capture d'écran sur la slide, on voit un sous-titre.

Le tiret permet d'indiquer un changement de locuteur.

J'ai découpé le sous-titre par groupe de mots, donc "te présenter" est ensemble, et sur la forme, on est sur une forme en pyramide inversée, avec la ligne du haut plus longue que la ligne du bas. On privilégie les formes pyramidales de manière générale.

Sophie, je vois ton commentaire ! Oui, encore une fois les personnes sourdes en ont besoin, et c'est pareil pour vos vidéos. Si vous avez une série sur Youtube, il n'y aura que

certaines vidéos qui seront accessibles aux personnes sourdes : celles sous-titrées.

J'espère que ces cinq actions vous ont inspirées pour vos prochains posts ! Pour conclure, j'aimerais vous dire que parfois, on a du mal à implémenter l'accessibilité car on nous dit qu'il faut beaucoup poster. J'aimerais porter un autre message : il faut prendre le temps de se former, rendre accessible son contenu, prendre l'avis d'une personne minorisée, se faire aider, et pour l'accessibilité, on peut demander l'avis d'une personne sourde pour un sous-titrage par exemple pour voir si on a rempli sa mission de rendre accessible une vidéo. Il en va de votre image de marque et de l'image que vous laissez dans le monde.

Isabelle, tu posais la question d'où se former. Je propose trois types de formation, donc j'en propose ici deux :

La première, je vous propose les bases de l'accessibilité pour vos contenus à vous. On a parlé ici de sous-titrage, mais si vous n'avez pas de vidéos, c'est pas utile. On va réfléchir à vos posts pour votre image de marque.

Ensuite, je propose une formation de sous-titrage avec les différentes normes à suivre en fonction du contenu. Je propose ces formations au sein des entreprises. Si vous avez une entreprise, je peux former les équipes.

Sur cette slide, vous pouvez voir l'illustration, un petit garçon avec un implant cochléaire qui discute avec une petite fille entendante.

Isabelle, tu demandes pour des particuliers sans activité. Oui ! Dans un projet quelconque ou vos posts personnels, c'est important de penser à l'accessibilité.

Je suis plus présente sur LinkedIn et je lance aujourd'hui ma newsletter dont le premier numéro sort demain : Un monde Accessible, pour aller plus loin que les 5 actions que nous avons vu aujourd'hui. Je vous mets le lien d'inscription dans le chat. <https://celineripolles.substack.com/>

On va commencer à prendre les questions après la conclusion de Léa.

[Léa] Merci beaucoup Céline ! Tout était très clair et intéressant. J'ai appris plein de choses que je ne savais pas et je ne pense pas être la seule. Je sais que mes prochains posts et contenus seront fait différemment, donc mission accomplie ! Je te laisse prendre les questions, je vois qu'il y en a déjà.

[Céline] Isabelle, je t'ai répondu, merci Madissou, merci tout le monde !

Je vois une question sur le texte alternatif pour les langues différentes. Malheureusement, un lecteur d'écran est paramétré pour la langue d'usage de la personne. Si cette personne croise un post en deux langues, le lecteur d'écran va lire très bizarrement une des deux langues. Si vous voulez tester, vous prenez un PDF et vous choisissez une langue pour le lecteur d'écran : l'autre sera lu de manière étrange.

Il faut condenser sinon pour que ça ne sonne pas étrange. Il vaut mieux en privilégier une, le temps que les lecteurs d'écran s'améliorent, ou que les plateformes de réseaux sociaux permettent de basculer d'une langue à une autre.

Comment bien décrire une image ? Très bonne question ! On a deux types d'images : les images décoratives, comme les petits soleils de mon site. A chaque fois, je ne leur mets pas de description car ça gênerait la personne à la lecture de l'écran. Les images décoratives n'apportant rien, on ne met pas de texte descriptif. Par contre, si l'image contient des informations importantes ou un message derrière, il faut la décrire avec le texte contenu si elle en a un, le mettre en description du post, et donc il vaut mieux mettre la description.

Pour le alt text, (question d'Emilie dans le chat) c'est en effet un grand souci. Certains le mettent dans les commentaires, et ce n'est pas conseillé. Si la personne décide de ne pas descendre sur le post, il n'y aura pas de description. Je conseille de le mettre dans le alt en plusieurs posts pour éviter la limite de caractère. Aussi, tu peux préciser dans ton alt que la description est en commentaire.

L'IA n'est pas encore optimale pour les textes alternatifs.

Les carrousels sur LinkedIn ne sont pas accessibles ! Quand ce n'est pas un PDF, c'est difficile à lire pour les lecteurs d'écran. On ne peut pas mettre de alt il me semble sur les carrousels, le rendant de fait pas accessibles. Une expérience sur LinkedIn a été menée, où les carrousels ne sont pas optimaux sur LinkedIn. Mettez vos descriptions pour vos carrousels. Si vous vous adressez en FALC à une personne, vous pouvez mettre la description dans le corps du texte comme ça nous avons les deux en fonction de nos besoins.

En effet, il est mieux de vérifier les PDF par le lecteur d'écran avant les poster.

Si vous n'avez pas d'autres questions, nous allons peut-être arrêter là. Vous pouvez aussi me poser vos questions par mail ou message, je vous répondrais !

[Léa] Merci beaucoup Céline et bonne journée !

[Céline] Merci tout le monde et bonne journée !