



Les dossiers du e-commerce

n°4 : Accessibilité et e-commerce

Chapitre 1 : Pourquoi rendre son site accessible ?

Avant de répondre à cette question, il est important de bien comprendre ce que l'on entend par accessibilité...

On parle de site accessible lorsque **n'importe quelle personne peut accéder à l'information de façon équivalente** quels que soient :

- Le navigateur utilisé (Firefox, Internet Explorer, Safari...)
- Le système d'exploitation (Windows, Mac, Linux...)
- Le périphérique d'affichage (Ecran 15", Télévision, écran de téléphone mobile...)
- L'interface (utilisation de la souris, du clavier...)
- L'aide technique utilisée (Les personnes souffrant d'un handicap peuvent faire appel par exemple à une loupe d'écran, une plage braille ou un système de synthèse vocale pour compenser leur gêne)

Internet est, par nature, peu accessible. Il nécessite un matériel coûteux (ordinateur, connexion internet) et nécessite un apprentissage important.

Avant d'aller plus loin, je tiens à bien insister sur le fait que **l'accessibilité nous concerne tous** et ne se réduit pas à une notion de handicap. Tous les internautes que nous sommes avons déjà eu une mauvaise expérience avec un site qui ne s'affiche pas à cause d'un "plugin manquant", non ?

Imaginez donc la réaction de votre visiteur si votre site de vente en ligne ne s'affiche pas correctement ! La conséquence sur le chiffre d'affaires sera directe...

Notion importante, il n'est pas possible de faire un site **totalelement** accessible. Le but du jeu est donc de mettre tout en oeuvre pour offrir une accessibilité maximum à ses visiteurs mais il y a forcément des compromis à faire.



L'accessibilité est une obligation nationale

La loi de 1991 fixe un cadre précis à l'accessibilité. Concrètement cette loi concerne l'accessibilité des bâtiments, des voiries et des infrastructures de transports. Le web n'existait pas alors. L'accessibilité physique aux lieux publics est alors présentée comme une condition fondamentale de la liberté et de la citoyenneté !

Concrètement, pour internet, il n'y a que la **loi sur le handicap** (adoptée le 3 février 2005) qui rend obligatoire l'accessibilité des sites Internet de l'Administration. Pour les autres sites, il n'y a pas de règles précises.

Pourquoi l'accès à l'information présente sur la toile ne serait pas une condition toute aussi fondamentale de liberté ? Pourquoi l'accès à une boutique physique ferait l'objet d'une loi mais pas l'accès à une boutique en ligne ?

Je pense donc qu'au delà de la loi, l'accessibilité a un **intérêt civique et moral** ! Il ne faut pas se le cacher, c'est également un **enjeu marketing important** et un atout indiscutable pour l'image de votre entreprise.

Un site accessible augmente votre potentiel client

Et c'est bien là le plus important. Pourquoi se priver de certains utilisateurs ? Pourquoi se priver d'un internaute qui a un petit écran ? Pourquoi se priver d'un internaute malvoyant ou malentendant ?

Toutes ces personnes sont des clients potentiels, alors autant les chouchouter !

Il ne faut surtout pas croire que les personnes handicapées par exemple ne correspondent pas à votre marché. Au contraire. Grâce à certaines subventions, les personnes handicapées sont mieux équipées que la moyenne.

Autre point très important, les moteurs de recherche. Il faut les imaginer comme des non voyants. Ils sont capables de lire des mots et suivre des liens, c'est tout. Si votre site est accessible, les robots auront accès à toutes les informations de vos pages. Votre site sera donc mieux référencé, c'est à dire qu'il ressortira plus facilement dans les résultats des moteurs de recherche. C'est donc un avantage concurrentiel très important qui peut vous permettre d'augmenter vos visites de façon naturelle ! Et si vos visites augmentent, vos ventes aussi !

Quelques idées reçues sur les sites accessibles

On pense souvent que les normes sont très compliquées à mettre en place. Il suffit pourtant de suivre certaines règles simples et de s'adresser à la bonne agence. Imposez le dans votre cahier des charges !

On pense également que l'accessibilité coûte cher. En effet, si l'accessibilité n'est pas envisagée lors de la création d'un site marchand, son coût est important. Mais si elle est prévue à l'origine, le coût est quasi nul ou, dans le pire des cas, s'équilibre rapidement (plus de visibilité donc plus de gains).

Enfin, on pense parfois que l'accessibilité ne permet pas d'avoir un site très graphique. Mais en réalité, cela n'a aucune influence sur la charte graphique et pour un visiteur lambda, il est impossible de faire la différence entre site aux normes et site n'en tenant pas compte...

Quelques exemples de sites marchands ayant une politique d'accessibilité (juste histoire de vous prouver que ça ressemble à un site marchand classique) :

- [Cramaro Chaussure](#)
- [Enfant Ti Age](#)
- [H. Samuel](#) (EN)
- [Palm Wonders](#) (EN)

Chapitre 2 : Qu'est-ce que le W3C et le WAI ?

« Amener le web à son plein potentiel »

C'est avec ce Leitmotiv que le **W3C** (World Wide Web Consortium) se présente comme l'organisme régulateur de l'Internet mondial. La philosophie des 400 membres (de tous les continents) qui composent le W3C est de *“mettre les avantages de la technologie internet à la disposition des individus, quels que soient leur matériel, logiciel, infrastructure de réseau, langage naturel, culture, emplacement géographique ou capacité physique ou mentale”*.



Pour cela, l'organisme a mis aux points une liste de standards et de recommandations. Cette approche vise clairement à rendre le web plus accessible. Un projet a d'ailleurs été mis en place spécifiquement pour les personnes souffrant de handicap. Il s'agit de la *Web Accessibility initiative* (WAI).

Web Accessibility initiative (WAI)

La WAI a 5 domaines d'action :

1. les technologies de l'Internet
2. le développement de recommandations (*ce qui nous interesse ici*)
3. le développement d'outils pour analyser et évaluer le degrés d'accessibilité des pages web
4. la formation de la communauté Internet
5. la recherche et le développement avancé

La WAI a donc mis en place un certain nombre de recommandations (ou directives) servant de référence en matière d'accessibilité. On les appelle les **Web Content Accessibility Guidelines** (WCAG) ou, pour ceux qui restent attachés à notre belle langue française : les Directives pour l'accessibilité des contenus web.

Si on traduit le document officiel de la WAI, on peut lire :

“en suivant ces directives, le contenu Web s’en trouvera plus accessible à tous les utilisateurs, [...] On permettra également aux utilisateurs de trouver de l’information sur le Web plus rapidement. Ces directives ne cherchent pas à décourager l’utilisation par les créateurs de contenu d’images, de vidéos, etc., mais expliquent plutôt comment rendre les contenus multimédias plus accessibles à une large audience.”

Comme je le disais dans le premier billet de ce dossier, clairement, si l’accessibilité est orientée à l’origine vers les personnes souffrant de handicaps, elle reste un concept utile à tous !

Les 14 directives de la WAI

1. Donner des alternatives textuelles complémentaires à du contenu audio et vidéo
2. Utiliser les couleurs de manière appropriée
3. Utiliser les balises et les feuilles de style de façon appropriée
4. Clarifier l’utilisation du langage naturel (pour faciliter la prononciation ou l’interprétation de texte abrégé ou en langue étrangère)
5. Créer des tableaux qui puissent se transformer de manière élégante
6. Faire en sorte que les pages restent accessibles même si le visiteur ne supportent pas certaines technologies ou les a désactivées
7. Permettre à l’utilisateur de contrôler certains éléments qui peuvent bouger, clignoter, défiler ou qui se mettent automatiquement à jour afin de faciliter son accès
8. Permettre l’accès direct à des interfaces utilisateurs intégrées
9. Créer du contenu web qui ne s’appuie pas sur un seul périphérique d’entrée ou de sortie spécifique
10. Utiliser des solutions intermédiaires
11. Utiliser les recommandations du W3C
12. Donner des informations contextuelles ou d’orientation afin d’aider l’utilisateur à comprendre des pages ou des éléments complexes

13.Utiliser des mécanismes de navigation clairs

14.Créer des documents simples et clairs (par un langage clair, par des contenus visuels et auditifs complémentaires pour une meilleure compréhension et par une cohérence entre toutes les pages du site)

Il y a plusieurs niveaux de conformité pour l'accessibilité des sites web.

Priorité A : Permet d'assurer une accessibilité minimale. Personnellement, je pense que tout site marchand devrait tenir compte de ce niveau de priorité.

Priorité AA : Si cette priorité n'est pas respectée, certaines personnes handicapées pourraient ne pas accéder à toutes les parties du site.

Priorité AAA : Le plus haut niveau d'accessibilité. Mais ce n'est pas fondamental pour un site de e-commerce (à moins de cibler prioritairement un public qui aurait certains handicaps).

Bon, tout cela peut vous paraître un peu flou alors je vous résume les points essentiels...

Le **W3C** est un organisme chargé de réguler internet. Il a créé une liste de **recommandations** et il est très important pour vous que votre site marchand suive la grande majorité de ces règles.

Si vous souhaitez aller encore plus loin en terme d'accessibilité, le W3C a créé un groupe de travail nommé **WAI** qui a mis au point un certain nombre de règles (appelés **WCAG**). Vous avez 3 façons plus ou moins poussées pour appliquer ces règles et je vous conseille la **priorité A**, qui est déjà un très bon point de départ.

Avec ces quelques notions vous pouvez aller voir votre agence web et leur demander de prendre en compte l'accessibilité dans leur développement.

Chapitre 3 : Les 15 étapes pour rendre son site accessible

Avant de passer aux différentes étapes qui vous permettront de rendre votre site accessible, je tenais à vous donner deux informations importantes. Tout d'abord, il est impératif de bannir l'utilisation de logiciel dits WYSIWYG (logiciel qui permet de créer directement à l'écran votre site internet sans passer par du code). En effet, les logiciels de ce type ne pourront générer un code propre et respecter (de façon *intelligente*) les standards du W3C.

Deuxième point, il est difficile à l'heure actuelle de faire un site e-commerce accessible de bout en bout. La raison ? La page de paiement hébergée par la banque ! Les organismes bancaires ont encore beaucoup de progrès à faire dans ce sens et il n'y a que très peu de systèmes vous permettant d'intégrer leur solution dans vos pages...

Voici donc, concrètement, 15 étapes pour rendre son site accessible :

1. Une étude ergonomique est indispensable

Avant même le commencement du développement web, il est très important de prévoir une étude poussée de l'ergonomie. C'est à dire bien réfléchir à l'interface du site et à la présentation des menus pour que l'utilisateur puisse trouver ses repères rapidement. La navigation est facilitée pour l'internaute, le site est donc plus accessible.

2. Utilisez la bonne sémantique

Les pages web sont composées de balises que l'on peut trouver dans le code de la page. Chaque balise a un sens et une répercussion dans la structure et la mise en forme de la page. Il existe donc des balises pour définir un titre de page, renforcer le texte (gras, italique), ouvrir et fermer un paragraphe ou une liste... Ces balises ont un sens et il est donc important de les utiliser de façon convenable dans le code de sa page.

3. Différenciez la forme du contenu

C'est un point essentiel pour obtenir un site accessible. Votre fichier HTML doit uniquement contenir les

informations et votre (ou vos) fichier(s) CSS la mise en forme. En plus de rendre votre code plus clair, cela permet également d'imaginer plusieurs présentations différentes. Vous pourriez ainsi proposer un accès sans mise en forme (utile pour certains handicap ou pour les connexions très lentes), un accès avec le texte écrit plus gros, un accès pour téléphone mobile avec une présentation minimaliste, etc.

4. Pensez au texte alternatif des images

Il est important de dissocier 3 types d'images différentes.

- Les images de présentation de la page (par exemple une puce ou un cadre) qui n'apportent pas d'intérêt particulier en terme d'informations. Pour éviter par exemple qu'un synthétiseur vocal ou qu'un plage braille ne lise cette information au visiteur, il est d'usage de mettre un texte alternatif vide (ex : ``).
- Les images apportant une courte information comme un bouton ou un logo par exemple doivent obligatoirement mettre un texte alternatif (ex : ``).
- Les images qui apportent beaucoup d'informations comme un graphique de statistiques ou un plan par exemple peuvent utiliser le paramètre "longdesc" de la balise image. Ce paramètre permettra de renvoyer l'internaute vers une page HTML complète qui lui expliquera en détail le contenu de l'image (ex : ``).

5. Prévoyez un alternatif aux éléments sonores et vidéos

Pour ce type de média, il est important de penser à ceux qui ne peuvent pas écouter (absence de hauts-parleurs ou déficience auditive). Pour les sons, comme pour l'image, il est possible d'utiliser les mêmes paramètres "alt" et "longdesc". Pour les vidéos, il convient d'ajouter des sous-titres synchronisés avec la bande son.

6. Pensez aux couleurs et aux contrastes

Il est très important de conserver un contraste fort entre les textes et le fond de la page. Dans le cas contraire, la fatigue visuelle risque de faire fuir votre client potentiel. Attention, il est indispensable de bien comprendre que les couleurs affichées sur votre écran ne correspondent pas forcément à ce que

verront vos visiteurs (cela dépend du calibrage de chaque écran). Donc un contraste que vous jugez suffisant sur votre écran, ne le sera peut être pas chez l'utilisateur...

Autre exemple, imaginons un formulaire avec les champs obligatoires en rouge et les champs facultatifs en noir. Une personne daltonienne ou malvoyante ne verra pas les mêmes contrastes que vous et ne pourra pas faire la distinction. Préférez donc une distinction sur la forme comme une * sur les champs obligatoires par exemple.

7. Permettez l'arrêt des animations

D'une manière générale, toutes les animations peuvent perturber votre visiteur en attirant l'œil ce qui peut l'empêcher de se concentrer. Il convient donc de lui laisser la possibilité de les stopper.

Pour les animations flash ou les vidéos, prévoyez simplement un bouton "pause". Pour les gifs animés, prévoyez un arrêt automatique de l'animation au bout de quelques secondes.

8. Précisez vos liens hypertextes

Il est important d'enlever toutes les ambiguïtés pour une meilleure accessibilité. Ainsi, il faut penser à formuler des libellés très explicites pour vos liens. Il est donc tout à fait exclu de faire un lien "Cliquez ici" ! En effet, certains de vos visiteurs peuvent utiliser une plage braille ou une synthèse vocale pour naviguer sur vos pages. Ils ne sauraient donc pas ce qu'ils vont trouver avec un lien pareil. Alors qu'un lien sur "Accès à votre suivi de commande" est tout de suite beaucoup plus parlant.

9. Les tableaux ne doivent pas servir pour la mise en page

Un tableau permet de présenter des données. Jusque là, tout va bien. Malheureusement, pendant bien longtemps, les tableaux permettaient également de mettre en page rapidement son site internet. Là, c'est beaucoup plus grave ! Imaginez une synthèse vocale essayant de décrypter le site en lisant à un mal voyant chaque colonne les unes après les autres.

Pour les tableaux de données, il est recommandé d'ajouter un résumé qui expliquera en quelques mots la fonction du tableau. Pour cela utilisez l'attribut *"summary"* de la balise *"table"*.

10. Vérifiez vos formulaires

Pas de site marchand sans formulaire. La transition est toute trouvée pour vous expliquer qu'un formulaire mal construit ne pourra pas être validé par vos clients et qu'ils ne pourront donc pas finaliser leur commande ! Il y a plusieurs points à contrôler :

- La sectorisation des éléments, c'est à dire le regroupement de plusieurs champs d'un même thème via l'attribut *Fieldset* (par exemple le Fieldset *Etat Civil* regrouperait la civilité, le nom et le prénom du client)
- La mise en place des balises *Label*, ces balises permettent d'associer le titre de l'information requise au champ en question que l'utilisateur doit remplir. De plus il est préférable de placer le label juste avant le champ du formulaire et sur la même ligne.
- Le contrôle des champs, avec la mise en place de script indiquant clairement à l'utilisateur si il a mal complété le formulaire ou si il a oublié un élément. L'erreur doit être mise en évidence (par exemple le champ oublié apparait dans une certaine couleur).

11. Evitez l'ouverture de nouvelles fenêtres (ou pire, de pop-up !)

Cette pratique peut être très perturbante pour certains utilisateurs, notamment mal voyant. En suivant un lien, ils se retrouveraient brusquement dans une nouvelle fenêtre et ne pourraient pas faire précédent (ils sont obligés de fermer la fenêtre ce qui casse la navigation). Les navigateurs permettent tous, par un simple clic droit sur le lien, d'ouvrir la page dans une nouvelle fenêtre ou un nouvel onglet. Laissez donc le choix à votre visiteur de le faire ou non !

Si vous êtes vraiment obligé de passer par l'ouverture d'une nouvelle fenêtre, précisez le à l'aide de l'attribut "title" (ex : `votre lien`)

12. Pensez aux balises de compréhension

Certaines balises sont très importantes pour la compréhension du site. Notamment l'indication de la langue (ex: `<html lang="fr">`), les abréviations (que vous devez expliquer à vos visiteurs, ex: Taille en `<abbr title="centimètre">cm</abbr>`) et les acronymes (idem que pour les abréviations, ex: `<acronym`

title="Appareil Photo Numérique">APN</acronym>).

13. Utilisez des formats de fichiers standards

Ne mettez pas des fichiers .doc sur votre site par exemple, préférez toujours des formats standards que tout le monde pourra ouvrir et consulter facilement. Par exemple du RTF pour du texte ou du PDF pour des présentations.

14. Prévoyez la possibilité de naviguer au clavier

Tout le monde ne peut pas forcément naviguer à la souris (aptitude physique - exemple : personne atteinte de la maladie de Parkinson - ou matériel ne disposant pas de souris). Pour assurer une bonne accessibilité, il est donc nécessaire de prévoir une navigation au clavier. Il convient de vérifier que l'utilisateur peut passer d'un élément à un autre via la touche Tab, que la validation d'un lien fonctionne bien lorsqu'il appuie sur Entrée et que les pages défilent avec les flèches. Il convient également de mettre en place des combinaisons de touches pour un accès rapide aux divers éléments de la page (ex: *alt + 5 pour aller aux menus de la page, alt + 3 pour accéder au plan du site, etc.*) grâce à l'attribut `accesskey` (ex: `Contact`).

15. N'oubliez pas l'aide à la navigation

Dernier point, prévoyez une aide ou une politique d'accessibilité qui permettra d'expliquer toutes les spécificités d'utilisation de votre site e-commerce. Vous pourrez notamment expliquer à vos visiteurs comment utiliser les touches d'accès rapide ([Exemple de politique d'accessibilité sur le site Enfant Ti Age](#)).

N'oubliez pas que vous pouvez suivre [Wizishop](#) au quotidien pour découvrir l'actualité du e-commerce, des chiffres et des analyses sur la vente en ligne, la présentation d'autres blogueurs ainsi qu'une revue de presse hebdomadaire des articles incontournables... www.wizishop.com/blog !