

Contenu accessible sur les réseaux sociaux

Checklist à vérifier avant chaque publication.

Images

Texte alternatif ajouté sur chaque image (champ natif de la plateforme)

Décrire chaque image de façon concise et factuelle (ce qui est visible, pas une interprétation). La plupart des plateformes (Twitter/X, Facebook, LinkedIn, Instagram) offrent un champ dédié.

Description factuelle et concise (contenu visible, pas d'interprétation)

Bon contraste texte/fond sur les visuels contenant du texte

Vidéo et audio

Sous-titres incrustés (burned-in) ou natifs sur toute vidéo

Les sous-titres « burned-in » (ou incrustés) sont directement intégrés à l'image de la vidéo, comme du texte gravé sur chaque frame — impossible de les désactiver, ils sont toujours visibles.

Ça s'oppose aux sous-titres natifs (ou « fermés »/closed captions), qui sont une piste séparée que la plateforme affiche ou non selon le réglage du spectateur, et que les lecteurs d'écran ou technologies d'assistance peuvent aussi lire différemment.

La majorité des vidéos sont regardées le son coupé par défaut (flux qui défile, lieux publics, etc.), et beaucoup de plateformes lisent les vidéos en autoplay muet. Les sous-titres burned-in garantissent que le message passe même sans piste de sous-titres activée manuellement — alors que les sous-titres natifs dépendent d'un bouton "CC" que l'utilisateur doit parfois activer lui-même, et que toutes les plateformes ne supportent pas.

En pratique, l'idéal est de combiner les deux quand c'est possible : sous-titres natifs (pour l'accessibilité et le choix de langue) + burned-in (pour la visibilité immédiate en scroll).

Transcription texte fournie pour les podcasts et contenus audio

Flash ou clignotement signalé s'il y en a (risque épilepsie photosensible)

Texte et rédaction

Hashtags en CamelCase (#AccessibiliteNumerique, pas #accessibilitenumerique)

Émojis placés en fin de phrase, jamais au milieu

Pas de suites ou répétitions d'emojis

Émojis avec modération : les lecteurs d'écran les lisent à voix haute (nom de l'emoji répété plusieurs fois si dupliqué)

Pas de texte tout en majuscules stylisées ni de polices Unicode fantaisie

Phrases courtes, langage clair avec le moins de jargon possible

Liens

Texte de lien explicite (jamais « cliquez ici »)

Exemples : « Consultez notre checklist d'accessibilité complète » ou « Téléchargez le rapport annuel 2026 (PDF) » .

Le principe : quelqu'un qui n'entend que le texte du lien (via un lecteur d'écran, par exemple, qui liste souvent tous les liens d'une page hors contexte) doit comprendre où il mène sans avoir besoin de lire la phrase autour

Vérification générale

Fonctions d'accessibilité natives de la plateforme utilisées (pas de solution bricolée)
(ex. alt text natif plutôt que description dans le tweet)

Contenu relu avec un lecteur d'écran ou en mode « son coupé » avant publication