

Note d'intention

Au XXI^e siècle, le numérique est omniprésent dans nos rapports quotidiens. S'il promet facilité et automatisation, il devient paradoxalement un facteur de frein pour une partie de la population. En France, 23 % des personnes se disent mal à l'aise avec les outils numériques, et ce chiffre atteint 58 % chez les plus de 70 ans. Cette fracture crée une forme d'abandonnisme face aux démarches désormais presque exclusivement en ligne. Mais au-delà de ces fragilités, les difficultés rencontrées peuvent aussi être liées à des formes de handicap, qu'elles soient cognitives, sensorielles ou physiques. Reconnu tardivement en 1975, le statut de personne handicapée a longtemps peiné à s'imposer dans la société. Malgré la loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, l'accès aux ressources et aux services publics reste souvent inégal. Beaucoup de dispositifs, mal adaptés ou obsolètes, tendent à exclure davantage qu'à inclure. On observe ainsi une fragmentation de la population, où une partie des individus se retrouve écartée de l'accès à l'information, pourtant essentiel dans nos sociétés connectées.

Mais alors *quelle est aujourd'hui la responsabilité du designer graphique dans la manière dont il conçoit l'accès à l'information ?*

Dans ce contexte, la question de la responsabilité du designer graphique devient centrale. Le design graphique occupe une place essentielle dans la manière dont l'information est transmise et perçue. Il guide, alerte, explique, attire et influence notre rapport au monde. Le linguiste Roman Jakobson a décrit la communication comme un système reposant sur six éléments : l'émetteur, le récepteur, le message, le canal, le code et le contexte. Si l'on transpose ce modèle au graphisme, le designer est l'émetteur, le visuel est le message, le support le canal, les typographies, formes et couleurs forment le code, le public devient le récepteur, et le contexte inclut les dimensions sociales, culturelles et sensorielles. Le rôle du designer est donc d'assurer la cohérence et la compréhension de cette chaîne pour tous, et pas seulement pour une majorité standardisée. Concevoir pour la norme revient à ignorer la diversité des capacités et des perceptions, et donc à priver certains individus de l'accès à l'information.

Face à cette responsabilité, il devient nécessaire de réfléchir à la manière de rendre nos conceptions plus accessibles et universelles, sans pour autant tomber dans l'utopie d'un design totalement inclusif, car les besoins peuvent parfois s'opposer. Ce qui est lisible pour l'un peut devenir illisible pour un autre. Néanmoins, certaines solutions actuelles montrent que des alternatives existent : typographies adaptées aux dyslexiques, systèmes FALC (Facile à lire et à comprendre) pour les personnes avec un handicap cognitif, âgées ou éloignées du numérique, outils de vérification des contrastes pour le daltonisme, ou encore appareils connectés destinés aux personnes non-voyantes. Ces dispositifs prouvent que le design peut être un levier d'inclusion. Pourtant, dans la pratique, la majorité des créations continuent d'être pensées pour la majorité, puis adaptées a posteriori, un processus souvent coûteux et inachevé. C'est pourquoi il devient indispensable de repenser nos méthodes de conception dès la source, en se formant, en se renseignant et en développant une véritable culture de la sensibilisation à l'accessibilité.

Cependant, vouloir concevoir pour tous pose une autre question : celle de l'esthétique. À force de chercher à tout rendre lisible et fonctionnel, on retrouve souvent à des interfaces neutres, standardisées, voire aseptisées, où la lisibilité prime sur la sensibilité visuelle. Ce type de design, purement informatif, tend à effacer l'émotion et la singularité des codes graphiques. Il réduit le plaisir d'interagir, diminue l'investissement et affaiblit le sentiment d'appartenance que le graphisme peut transmettre. De ce fait il exclut tout en se voulant inclusif. L'enjeu du designer est donc de trouver un équilibre entre accessibilité et expressivité, entre clarté du message et richesse du langage visuel. L'esthétique n'est pas l'ennemie de l'inclusion : elle en est une composante essentielle, car elle permet à chacun de se sentir concerné, représenté, et intégré à une culture visuelle partagée.

Ainsi, le design inclusif interroge autant la responsabilité éthique du designer que sa capacité à créer du lien sensible. Concevoir un design véritablement accessible ne se résume pas à cocher des critères techniques, mais à repenser la manière dont on communique, dont on perçoit les autres et dont on conçoit pour eux. Le rôle du graphiste n'est pas seulement de rendre l'information visible, mais de la rendre partageable, compréhensible et vivante.

Ta note est claire, on comprend bien ta problématique. Quelques exemples concrets pourraient étayer ton propos. Continuez! Mme Cane

Bibliographie

Véronique Lespinet et Natahlie Pinède, *Fracture corporelles fractures numériques de l'accessibilité*, France, 2020.

Thierry Baccino, *La lecture numérique*, Grenoble, 2015.

Documents en ligne :

Site du gouvernement, « LOI n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées », *Légifrance* [consultation le 11 septembre 2025] :

<https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000000809647>

Microsoft « La conception universelle » [consultation le 15 septembre 2025] :

<https://cdn-dynmedia-1.microsoft.com/is/content/microsoftcorp/microsoft/final/en-us/microsoft-brand/documents/La-conception-Universelle.pdf>

Idéographik, illustratrice Océane Hardy « Idéographik Bretagne, Kit communication accessible » 2023. [consultation le 15 septembre 2025] :

<https://www.ideographik.org/wp-content/uploads/2022/09/IMPO-CARTETABLEAU.pdf>

Stéphanie Walter « Accessibilité et couleurs : outils et ressources pour concevoir des produits accessibles » 15 novembre 2021. [consultation le 19 septembre 2025] :

<https://stephaniewalter.design/fr/blog/accessibilite-et-couleurs-outils-et-ressources-pour-concevoir-des-produits-accessible/>

Aurélie, « Design inclusif : Créer pour tous, sans compromis » *Etape*, 10 décembre 2024. [consultation en ligne 12 septembre 2025] :

<https://www.etapes.com/2024/12/10/design-inclusif-creer-pour-tous-sans-compromis/>

Documents sonores :

Thiga média, Product Design par Amélie Darcy, Gladys Dandioki et Anne-Sophie Tranchet « Etre accessible sans exclure, être inclusif sans être inaccessible : c'est possible ? » 18 avril 2024. [consultation le 15 septembre] :

<https://www.media.thiga.co/être-accessible-sans-exclure-être-inclusif-sans-être-inaccessible-cest-possible>

