

ACTUALITÉS

Accessible à tous

Ce que la loi sur l'accessibilité implique pour les écrans.

26 septembre 2026, Tobias Engl



Depuis 2025, la loi sur le renforcement de l'accessibilité est en vigueur en Allemagne et de nombreux exploitants se demandent ce que cela implique pour leurs écrans. La réponse est moins intimidante qu'elle n'y paraît. Une publicité doit être conçue de manière à ce que le plus grand nombre possible de personnes puisse la percevoir, y compris celles qui souffrent d'un handicap visuel ou auditif.

Concrètement, il s'agit de choses simples. Une police suffisamment grande et contrastée pour être lue même de loin et par des personnes ayant une vue faible. Une synthèse vocale qui lit à voix haute ce qui s'affiche à l'écran. La possibilité d'afficher un contenu dans une autre langue ou dans un langage simplifié.

L'idée centrale est de proposer des informations par le biais de plusieurs sens. Ceux qui ne voient pas bien entendent. Ceux qui n'entendent pas bien lisent. Un écran qui affiche et lit à voix haute s'adresse à ces deux groupes, mais aussi à ceux qui jettent simplement un coup d'œil rapide en passant.

ScreenWay offre ces fonctionnalités sans effort supplémentaire. La lecture à voix haute, la traduction et la simplification du langage sont assurées par l'appareil lui-même, et les modèles sont conçus d'emblée avec un fort contraste. Le traitement s'effectuant sur place, les contenus et les voix restent également au sein de l'entreprise. Une obligation se transforme ainsi en une fonctionnalité qui profite à tous.

Au fond, l'accessibilité repose sur un principe simple : personne ne doit se retrouver face à une annonce sans savoir quoi faire. En tenant compte de cela dès le départ, on se conforme non seulement à la loi, mais on attire également une clientèle qui, autrement, passerait inaperçue.