



Résumé de la norme

CAN-ASC-3.1:2025 – Langage clair



Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite sous quelque forme que ce soit sans l'autorisation préalable de l'éditeur.

Cette publication est disponible en format HTML au :

<https://accessibilite.canada.ca/elaboration-normes-accessibilite/can-asc-31-langage-simple>

Pour plus d'information, ou pour un format alternatif, communiquez avec :

Normes d'accessibilité Canada
320, boul. Saint-Joseph, Suite 246
Gatineau, QC J8Y 3Y8
1-833-854-7628

accessible.canada.ca

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ou la ministre responsable de la *Loi canadienne sur l'accessibilité*, 2025.

Table des matières

Introduction de la norme CAN-ASC-3.1:2025 – Langage clair	5
Avantages du langage clair	5
Objectifs à long terme	6
Portée et aperçu de la norme.....	8
Public cible	10
Identification du public cible	10
Connaissance du public cible.....	10
Connaissance des obstacles	10
Évaluation.....	11
Test auprès du public cible.....	11
Évaluation continue	11
Structure	13
Structure et public.....	13
Planification de l'information et de ses parties	13
Organisation de l'information	14
Formulation et expression.....	15
Mots.....	15
Nombres	15
Titres et sous-titres	16

Présentation	17
Format	17
Mise en page	17
Typographie.....	17
Éléments visuels.....	18
Annexes.....	19

Introduction de la norme CAN-ASC-3.1:2025 – Langage clair

Cette norme est la première édition de la norme CAN-ASC-3.1:2025, Langage clair.

Cette norme aide les organisations à créer des communications accessibles, claires et efficaces. Elle montre comment identifier, prévenir ou éliminer les obstacles à la communication que leur public cible, y compris les personnes en situation de handicap, peut rencontrer.

Elle s'appuie sur la définition suivante du langage clair :

« Une communication est en langage clair si sa formulation, sa structure et sa présentation permettent au public cible de facilement :

- trouver ce qu'il cherche,
- comprendre ce qu'il trouve, et
- utiliser cette information. »

Seuls les membres du public cible peuvent dire si une communication est en langage clair pour eux.

D'autres normes et directives utilisent les termes « document », « contenu » ou « publication ». La présente norme utilise plutôt le terme communication, comme dans la définition du langage clair.

La présente norme utilise le terme « public cible », car il est plus inclusif que le terme « lecteur ».

Avantages du langage clair

Le public cible et l'organisation bénéficient tous deux du langage clair car il leur permet de gagner du temps et de l'argent.

Les publics cibles qui reçoivent des communications en langage clair en retirent entre autres les avantages suivants :

- ils comprennent rapidement ce qu'ils doivent faire,
- ils font moins d'erreurs,
- ils suivent plus facilement les consignes,
- ils sont plus satisfaits des produits et des services,
- ils font plus facilement confiance à la source de la communication, et
- ils peuvent plus facilement accroître leurs connaissances et lutter contre la désinformation et la mésinformation.

Les organisations qui offrent des communications en langage clair en retirent entre autres les avantages suivants :

- elles peuvent diffuser ou échanger de l'information de façon plus efficace et efficiente,
- elles éliminent ou préviennent les obstacles à la communication, et
- elles réduisent le nombre de questions et de précisions à donner après la diffusion de leur communication.

Objectifs à long terme

La présente norme contribue à l'objectif de la *Loi canadienne sur l'accessibilité* en réalisant un Canada sans obstacles. Cet objectif profite à toutes les personnes et, plus particulièrement, aux personnes en situation de handicap.

La présente norme s’aligne sur des normes, lignes directrices, lois, codes, règlements et autres textes législatifs pertinents, notamment :

- CAN-ASC - EN 301 549:2024 – Exigences d’accessibilité pour les produits et services de TIC (EN 301 549:2021, IDT).
- CAN-ASC - 5.2.1 : Partie 1 - Conception et prestation de programmes et services accessibles : Prestation de services accessibles – Accessibilité pour les entités sous réglementation fédérale au sens de la *Loi canadienne sur l’accessibilité* (projet de norme)
- ISO 24495 - 1 :2023-Langage clair et simple - Partie 1 : Principes directeurs et lignes directrices
- la *Loi canadienne sur l’accessibilité*
- la *Charte canadienne des droits et libertés*
- la *Loi canadienne sur les droits de la personne*
- la *Loi sur les langues officielles*
- la *Convention des Nations Unies relative aux droits des personnes handicapées*

Cette norme vise une information et des communications accessibles, inclusives, sans obstacles et sans discrimination, pour toutes les personnes au Canada et à l’extérieur du Canada. Ceci comprend les personnes en situation de handicap, qui communiquent ou reçoivent des communications des entités sous réglementation fédérale.

Cette norme aide les organisations à rendre leurs communications accessibles pour que leur public cible puisse facilement trouver, comprendre et utiliser l’information dont il a besoin. Elle décrit aussi les catégories d’obstacles à la communication et les moyens de les contrer.

Portée et aperçu de la norme

La présente norme s'applique aux communications d'informations sous divers formats pour répondre aux besoins du public cible, par exemple :

- les communications imprimées,
- les sites Web, les livres numériques,
- les publications sur les médias sociaux,
- les messages d'intérêt public à la télévision,
- les vidéos en ligne, et
- les communications produites en braille.

Cette norme s'applique aux communications dans les langues officielles du Canada ainsi que dans les langues principales de communication des personnes Sourdes. Elle peut également être bénéfique aux communications diffusées dans d'autres langues.

La présente norme peut s'appliquer à toutes les organisations, aux spécialistes en communication et aux entités des secteurs privés et sans but lucratif. Elle les aide à rendre leurs communications plus accessibles. Plus précisément, cette norme est destinée aux entités sous réglementation fédérale.

La présente norme emploie le terme « organisation » pour désigner toute entité qui l'utilise et elle s'adresse directement à l'organisation en utilisant le pronom « vous ».

Les 9 premiers articles de cette norme présentent l'organisme d'élaboration de normes et le comité technique responsables de l'élaboration de la présente norme. Ces articles présentent aussi les obligations légales, les définitions et les modalités d'utilisation de cette norme.

Les articles 10 à 14 structurent la norme à partir de la définition du langage clair. Ils portent sur les sujets suivants :

- Article 10 : Public cible
- Article 11 : Évaluation
- Article 12 : Structure
- Article 13 : Formulation et expression
- Article 14 : Présentation

Chacun de ces articles comprend les éléments suivants :

- les exigences : énoncés avec « devez »
- les recommandations : énoncés avec « devriez »
- les options possibles : énoncés avec « pouvez »
- les stratégies à utiliser et les stratégies possibles
- les remarques, y compris les exemples et les mises en garde

Ces éléments vous aident à savoir quoi faire, comment le faire et pourquoi le faire.

Public cible

L'article 10 précise comment identifier les publics cibles de la communication. Il indique comment connaître leurs besoins, la façon dont les membres s'auto-identifient, les langues qu'ils utilisent, les formats qu'ils préfèrent et les obstacles à la communication qu'ils peuvent rencontrer.

Cet article comprend les sujets suivants.

Identification du public cible

Pour élaborer une communication en langage clair, vous devez faire chacune des actions suivantes :

- identifier le public cible de la communication,
- déterminer si le public cible comprend un public principal pour la communication et un ou plusieurs publics secondaires, et
- si vous avez plus d'un public, déterminer si l'un d'eux a besoin d'une communication distincte.

Connaissance du public cible

Tout au long de l'élaboration de votre communication, vous devez consulter et mobiliser le public cible pour connaître ses besoins en matière d'information et les obstacles auxquels il est confronté, sauf si cette consultation ou cette mobilisation est impossible, par exemple en cas d'urgence.

Connaissance des obstacles

Vous devez vous renseigner sur les obstacles que les membres de votre public cible peuvent rencontrer pour trouver, comprendre et utiliser votre communication.

Évaluation

L'article 11 précise comment évaluer une communication pour s'assurer qu'elle répond aux besoins des publics cibles. Les méthodes d'évaluation comprennent :

- la révision interne : utiliser des listes de vérification ou des logiciels pour vérifier si la communication est en langage clair
- la révision par une personne experte du sujet : collaborer avec une personne experte du sujet pour s'assurer que l'information est exacte
- la révision par une personne experte en langage clair : collaborer avec une personne formée ou experte en langage clair pour réviser la communication, repérer puis éliminer les obstacles qui empêchent de trouver, comprendre et utiliser facilement l'information

Toutefois, les 2 façons les plus importantes pour évaluer une communication sont le test auprès du public cible et l'évaluation continue.

Test auprès du public cible

Pendant l'élaboration de votre communication et avant sa diffusion, vous devez la tester auprès de membres de votre public cible.

Vous devez recruter des membres qui représentent la diversité de votre public cible pour tester votre communication

Évaluation continue

Vous devriez continuer à évaluer votre communication régulièrement après sa diffusion, pour les raisons suivantes :

- pour vérifier si vos communications répondent encore aux besoins du public cible,

- pour évaluer les communications qui n'ont pas été testées avant leur diffusion, et
- pour comprendre comment les publics cibles utilisent les communications.

Structure

L'article 12 précise comment structurer une communication pour :

- inclure l'information dont le public cible a besoin,
- l'organiser clairement et
- aider le public à parcourir la communication afin de trouver ce qu'il cherche.

Il précise aussi comment utiliser des titres, des sous-titres et des résumés pour soutenir le public.

Cet article comprend les sujets suivants.

Structure et public

Vous devez élaborer la structure d'une communication en utilisant les stratégies suivantes :

- renseignez-vous sur les structures et les formats qui sont accessibles pour le public cible, qui lui sont familiers et qu'il préfère,
- planifiez la structure de la communication pour aider le public cible à y trouver l'information qu'il cherche, et
- évaluez la structure de la communication auprès du public cible et révisiez-la en fonction des rétroactions reçues.

Planification de l'information et de ses parties

Si votre communication s'adresse à plusieurs publics, vous devriez faire l'une ou l'autre des actions suivantes :

- Élaborez des communications distinctes pour chaque public.

- Structurez une seule communication de manière à préciser clairement quelles informations sont destinées à chaque public.

Organisation de l'information

Vous devez organiser l'information dans une structure aussi simple que nécessaire pour le public cible.

Formulation et expression

L'article 13 précise comment rendre l'information facile à comprendre pour le public cible. Il montre comment employer les mots, les chiffres, les phrases, la ponctuation et d'autres éléments pour que le message soit clair :

- mots
- nombres
- phrases
- ponctuation et majuscules
- titres et sous-titres
- paragraphes, sections et listes
- style et ton de la communication

Cet article comprend les sujets suivants.

Mots

Vous devez choisir des mots clairs et précis que le public cible connaît, comprend, utilise et accepte.

Vous devez aider le public cible à apprendre des mots qui lui sont inconnus, des mots rares ou spécialisés.

Nombres

Vous devez exprimer les nombres sous une forme qui les rende clairs et faciles à comprendre pour le public cible.

Titres et sous-titres

Vous devez formuler les titres et les sous-titres en utilisant les stratégies suivantes :

- Utilisez des mots et des expressions que le public cible comprend facilement.
- Utilisez des titres et des sous-titres courts qui décrivent avec précision le sujet ou l'objectif du contenu qui suit.

Présentation

L'article 14 précise les éléments physiques et visuels d'une communication. Il montre comment utiliser les éléments suivants pour aider le public cible à trouver et à comprendre l'information dont il a besoin :

- présentation globale
- format
- mise en page
- typographie
- contraste et couleur
- éléments visuels
- tableaux

Cet article comprend les sujets suivants.

Format

Vous devez choisir le format qui répond le mieux aux besoins et préférences de votre public cible.

Mise en page

Vous devriez intégrer des espaces blancs dans votre communication en utilisant les stratégies énoncées dans la présente norme.

Typographie

Vous devez choisir une police de caractères et une taille de police que votre public cible peut lire facilement, à une distance confortable dans le contexte de la situation.

Éléments visuels

Lorsque vous utilisez des éléments visuels, vous devez les choisir pour aider votre public cible à comprendre l'information contenue dans votre communication.

Vous devez utiliser un type et un style d'éléments visuels acceptés par votre public cible et appropriés à l'objectif de votre communication.

Annexes

Les annexes informatives de la présente norme fournissent des informations supplémentaires, un tableau-synthèse et des sources choisies. La présente norme comprend les annexes suivantes :

- Annexe A : Liste de vérification des formulaires
- Annexe B : Articles avec les termes « devez », « devriez », et « pouvez »
- Annexe C : Bibliographie