

Accessibilité web Nouvelles obligations 2025 : ce que les entreprises doivent anticiper

Depuis 2025, l'accessibilité numérique devient un sujet concret pour de nombreuses entreprises privées, notamment lorsqu'elles proposent des services en ligne, de l'e-commerce, des comptes clients ou des parcours transactionnels. Comprendre les obligations, les cas concernés et les premiers contrôles à réaliser permet d'anticiper sans transformer le sujet en chantier impossible.

Publié le 3 juillet 2026

Ce document reproduit le contenu publié à l'adresse indiquée en pied de page, dans sa version disponible à la date de sa génération. Il est fourni à titre exclusivement informatif et ne constitue ni un conseil juridique, réglementaire, fiscal ou professionnel, ni une garantie d'exhaustivité, d'exactitude ou d'actualité. Les textes officiels et la situation propre du lecteur doivent être vérifiés avant toute décision. Dans les limites permises par la loi applicable, Nasteo n'assume aucune responsabilité au titre des décisions prises ou des conséquences résultant de l'utilisation de ce document.

Comprendre le périmètre avant de lancer un chantier

L'accessibilité web consiste à rendre un site utilisable par le plus grand nombre, y compris par les personnes en situation de handicap : déficience visuelle, auditive, motrice, cognitive, troubles de la lecture, navigation au clavier ou lecteur d'écran.

Depuis le 28 juin 2025, l'accessibilité numérique ne concerne plus seulement les sites publics. La directive européenne 2019/882 impose des exigences d'accessibilité à certains produits et services, notamment le commerce électronique et plusieurs services numériques fournis aux consommateurs.

Il faut rester précis : tous les sites vitrines de petites entreprises ne sont pas automatiquement concernés de la même manière. En revanche, un site e-commerce, un service de réservation, un espace client, une plateforme en ligne ou un parcours de paiement doivent être analysés avec attention.

Le bon objectif n'est pas de rendre un site parfait du jour au lendemain. Pour une PME, il s'agit d'abord d'identifier si elle est concernée, de corriger les blocages les plus graves, de documenter la démarche, puis d'intégrer l'accessibilité dans la refonte, la maintenance et la production de contenus.

L'accessibilité web n'est plus un sujet secondaire

Pendant longtemps, beaucoup d'entreprises ont associé l'accessibilité numérique aux administrations, aux services publics ou à quelques grands groupes. Pour un site de PME, le sujet était souvent perçu comme une bonne pratique, utile mais non prioritaire.

Cette perception change parce que les usages numériques sont devenus centraux. Un site web peut permettre de commander, réserver, payer, remplir un formulaire, télécharger une documentation, suivre une demande, créer un compte ou contacter un service. Si ces parcours sont impossibles à utiliser pour une partie des visiteurs, l'entreprise exclut des clients potentiels.

Le cadre réglementaire évolue aussi. La directive européenne 2019/882, souvent appelée European Accessibility Act, vise à harmoniser les exigences d'accessibilité de certains produits et services dans l'Union européenne. Pour les entreprises concernées, l'accessibilité devient un sujet de conformité, pas seulement d'image.

Idée clé

L'accessibilité n'est pas seulement une contrainte technique. Un site accessible est plus clair, plus robuste, plus lisible et plus utilisable pour tous les visiteurs.

Accessibilité web : de quoi parle-t-on vraiment ?

L'accessibilité web signifie que les contenus et services numériques doivent pouvoir être utilisés par des personnes ayant des capacités, outils ou contextes différents : déficience visuelle, cécité, déficience motrice, surdité, troubles cognitifs, dyslexie, navigation au clavier, lecteur d'écran, usage mobile ou connexion lente.

Situation utilisateur Exemple de difficulté

Déficience visuelle Contraste insuffisant, image non décrite, texte trop petit
Cécité Navigation impossible ou confuse au lecteur d'écran
Déficience motrice Site inutilisable sans souris
Surdité ou malentendance Vidéo sans sous-titres ou transcription
Troubles cognitifs Parcours confus, consignes peu claires
Usage mobile ou contexte contraint Boutons trop petits, informations difficiles à activer

L'accessibilité ne consiste pas à créer un site spécial. Elle consiste à concevoir un site principal qui fonctionne mieux pour tous : structure claire, titres cohérents, boutons explicites, formulaires compréhensibles et contenus lisibles.

Ce qui change depuis 2025

Le 28 juin 2025 marque l'entrée en application pratique de nouvelles exigences issues de la directive européenne 2019/882 sur l'accessibilité de certains produits et services. Les services de commerce électronique font notamment partie des services visés, aux côtés d'autres secteurs comme les services bancaires, certains services de transport, les communications électroniques, les livres numériques ou certains services audiovisuels.

En France, la transposition repose notamment sur le décret n° 2023-931 du 9 octobre 2023 et sur l'arrêté du 9 octobre 2023 fixant les exigences techniques applicables aux produits et services concernés.

Attention à la nuance

Le 28 juin 2025 ne signifie pas que tous les sites existants doivent être instantanément refondus le même jour. Des mesures transitoires existent jusqu'au 28 juin 2030 pour certains services et contrats existants. En revanche, les nouveaux services fournis après le 28 juin 2025 doivent être examinés immédiatement au regard des obligations applicables.

Pour une entreprise, le changement principal est le suivant : l'accessibilité ne doit plus être traitée uniquement comme une option ou un sujet de communication lorsque le service numérique entre dans le champ d'application.

Suis-je concerné si je suis une PME ?

La réponse dépend de trois facteurs : la nature de l'entreprise, sa taille, et le type de service proposé en ligne. Le point à éviter est l'affirmation trop simpliste selon laquelle toutes les PME auraient exactement la même obligation depuis 2025.

La directive définit la microentreprise comme une entreprise qui emploie moins de 10 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 M€, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 2 M€. Les microentreprises fournissant des services bénéficient d'exemptions dans le cadre de l'EAA ; au-delà de ces seuils, cette exemption ne s'applique plus automatiquement.

Type de site ou service Niveau d'attention
Site vitrine simple sans transaction À analyser, mais souvent moins directement exposé
Site e-commerce Attention forte
Réservation en ligne Attention forte si service au consommateur
Compte client ou espace personnel Attention forte
Païement en ligne Attention forte
Billetterie, transport, banque, e-book Attention très forte
Formulaire de contact simple À corriger pour qualité, lisibilité et non-discrimination
PDF importants À vérifier s'ils portent une information nécessaire

Pour un dirigeant, la bonne démarche est donc de demander un diagnostic de périmètre avant de lancer un audit complet.

Site vitrine, e-commerce, espace client : les situations ne se valent pas

Un site vitrine présente l'entreprise, ses services, ses coordonnées et parfois un formulaire de contact. Même lorsqu'il n'est pas directement visé comme un service transactionnel, il doit rester lisible, utilisable et non bloquant.

Un site e-commerce est beaucoup plus sensible : chercher un produit, comprendre les informations, ajouter au panier, créer un compte, choisir une livraison, payer et recevoir une confirmation sont autant d'étapes qui doivent rester utilisables.

Un site de réservation, de rendez-vous ou de demande de devis peut comporter des calendriers, formulaires, cases à cocher, listes déroulantes, validations et messages d'erreur. Ces éléments sont souvent problématiques s'ils ne sont pas correctement conçus.

Un espace client implique connexion, mot de passe, tableau de bord, documents, factures, tickets, messages ou suivi de commande. Il doit être testé comme un parcours complet, pas comme une simple page.

RGAA, WCAG, EAA : comprendre sans se perdre

Sigle Rôle

EAA Directive européenne qui fixe des exigences d'accessibilité pour certains produits et services
RGAA Référentiel français utilisé pour évaluer l'accessibilité numérique
WCAG Recommandations internationales du W3C pour l'accessibilité des contenus web

Le W3C publie les WCAG, dont la version 2.2 est la plus récente. En France, le RGAA 4.1.2 reste la version de référence actuellement publiée et ses critères renvoient aux WCAG 2.1. Une version RGAA 5 est en cours de rédaction, avec une publication annoncée fin 2026.

L'EAA n'est pas un guide de développement WordPress. C'est un cadre juridique européen. Le RGAA et les WCAG servent ensuite de références pratiques pour évaluer et corriger les interfaces.

Les problèmes courants sur un site WordPress

Les problèmes d'accessibilité ne viennent pas toujours d'un mauvais développement. Ils peuvent venir d'un thème, d'un constructeur de pages, d'un plugin, d'un contenu ajouté rapidement ou d'une image publiée sans description.

Erreur fréquente Conséquence
Contraste trop faible Texte difficile ou impossible à lire
Titre de page mal structuré Lecteur d'écran et SEO moins clairs
Bouton "cliquez ici" Destination incompréhensible hors contexte
Image informative sans alternative Information perdue pour certains utilisateurs
Formulaire sans label clair Champ impossible à comprendre
Message d'erreur non explicite L'utilisateur ne sait pas quoi corriger
Menu non utilisable au clavier Navigation bloquée
Pop-up impossible à fermer au clavier Piège utilisateur
Captcha visuel seul Blocage complet pour certains visiteurs
PDF scanné non balisé Document illisible par lecteur d'écran

Formulaires, tunnel de commande et boutons

Les formulaires sont souvent le premier point d'échec. Un site peut être lisible, mais devenir inutilisable si le formulaire de contact, la demande de devis ou le tunnel de commande n'est pas accessible.

Élément Contrôle utile

Labels de champs Chaque champ doit avoir une étiquette compréhensible
Ordre de tabulation La navigation clavier doit suivre un ordre logique
Messages d'erreur L'erreur doit être lisible, localisée et explicite
Champs obligatoires Ils doivent être identifiés clairement
Boutons Leur action doit être compréhensible
Cases à cocher Elles doivent être activables au clavier
Calendriers Attention aux sélecteurs de date non accessibles
Paiement Le parcours doit rester utilisable jusqu'à la confirmation

Pour un e-commerce, ces contrôles sont essentiels : un tunnel de commande inaccessible peut signifier une perte de ventes et un défaut d'accès au service.

Images, PDF, vidéos et icônes

L'accessibilité ne concerne pas seulement le thème ou le code. Une image purement décorative peut être ignorée par les technologies d'assistance. En revanche, une image informative doit être décrite : schéma, infographie, capture d'écran, tableau, visuel de procédure ou bouton image.

Un PDF doit être vérifié s'il porte une information importante : tarifs, conditions générales, formulaire, documentation, plaquette produit, guide d'utilisation. Un PDF scanné comme image peut être totalement inaccessible.

Une vidéo informative doit prévoir sous-titres, transcription ou alternative selon le contenu. Les vidéos intégrées doivent aussi rester contrôlables. Une icône seule peut aussi être ambiguë si elle porte une action : recherche, panier, fermer, télécharger, envoyer.

Accessibilité et SEO : des intérêts souvent alignés

Accessibilité et référencement ne sont pas la même chose, mais plusieurs bonnes pratiques se rejoignent : titres bien structurés, liens explicites, images décrites correctement, pages lisibles, formulaires compréhensibles, performance correcte et HTML plus propre.

Il ne faut pas promettre qu'un site accessible sera automatiquement mieux positionné. En revanche, un site accessible est souvent plus propre, plus lisible, plus structuré et plus facile à utiliser. Ces qualités sont cohérentes avec une stratégie SEO durable.

Pourquoi une refonte est le bon moment pour corriger

L'accessibilité coûte plus cher quand elle est ajoutée à la fin. Lors d'une refonte, il est possible d'intégrer les bons principes dès le départ : couleurs et contrastes, typographies lisibles, composants accessibles, structure des titres, navigation clavier, formulaires, design des boutons, comportement des menus, alternatives textuelles, gabarits de contenus et règles pour les images ou PDF.

Une refonte qui ignore l'accessibilité risque de produire un site moderne visuellement mais déjà fragile juridiquement et techniquement. À l'inverse, une refonte bien cadrée peut réduire les corrections futures.

Pourquoi l'accessibilité doit être maintenue dans le temps

Un site peut être corrigé puis redevenir inaccessible : nouveau plugin qui ajoute un composant non accessible, image publiée sans alternative, nouvelle couleur sans contraste suffisant, pop-up marketing qui bloque le clavier, formulaire remplacé, PDF scanné publié ou widget externe ajouté.

Moment Contrôle utile
Nouvelle page Titres, liens, images, lisibilité
Nouveau formulaire Labels, erreurs, clavier
Nouveau plugin Compatibilité clavier, focus, labels
Nouvelle campagne Landing page, contraste, tracking
Refonte graphique Couleurs, composants, navigation
Publication PDF Balisage, lecture, alternative
Évolution WooCommerce Tunnel, paiement, compte client

La conformité n'est pas un état définitif. C'est une pratique à maintenir.

Que peut-on vérifier rapidement ?

Un audit complet RGAA nécessite une méthode structurée et des vérifications manuelles. Les outils automatiques sont utiles, mais ils ne détectent pas tout. Un premier diagnostic peut toutefois repérer les problèmes majeurs.

Test rapide Ce qu'il révèle
Navigation au clavier Menus, boutons, formulaires bloquants
Contraste Textes difficiles à lire
Structure des titres Hiérarchie incohérente
Textes alternatifs Images informatives non décrites

Labels de formulaires | Champs mal nommés

Messages d'erreur | Parcours incompréhensible

Zoom 200 % | Mise en page cassée

PDF importants | Documents non exploitables

Outils gratuits utiles

WAVE WebAIM permet de repérer certaines erreurs visibles, axe DevTools aide à détecter des problèmes techniques, Colour Contrast Analyser vérifie les contrastes, et les ressources RGAA accompagnent une démarche plus structurée. Ces outils ne remplacent pas un audit manuel, mais ils aident à prioriser.

Les risques si l'on ne fait rien

Les risques ne sont pas uniquement juridiques. Un parcours inaccessible peut bloquer un achat, une réservation, une demande de devis ou l'accès à une information essentielle.

Risque Exemple
Risque utilisateur Une personne ne peut pas utiliser le site
Risque commercial Un achat, une réservation ou une demande de devis échoue
Risque image L'entreprise paraît négligente ou excluante
Risque SEO indirect Structure confuse, contenus mal décrits
Risque conformité Service concerné non aligné avec les exigences applicables
Risque projet Refonte à corriger après coup, donc plus coûteuse

Sanctions : à vérifier selon le cas

En France, le non-respect des obligations d'accessibilité peut exposer l'entreprise à des sanctions administratives ou contraventionnelles selon le manquement, le service concerné et l'autorité de contrôle compétente. Des montants de 7 500 € par manquement, 15 000 € en cas de récidive, des astreintes et des sanctions plus élevées sont évoqués dans les analyses spécialisées ; ils doivent être vérifiés au regard du texte applicable et de la situation de l'entreprise avant toute décision.

La déclaration d'accessibilité : un livrable à ne pas oublier

Pour les services concernés, la conformité ne se limite pas aux corrections techniques. Une déclaration d'accessibilité peut être exigée : elle indique le niveau de conformité, les contenus non accessibles, les dérogations ou justifications éventuelles, ainsi qu'un moyen de contact permettant de signaler une difficulté.

Son absence peut constituer un manquement distinct d'une non-conformité technique. Pour un dirigeant, c'est un livrable concret à demander au prestataire lorsque le site ou le service entre dans le périmètre applicable.

Checklist dirigeant : que vérifier maintenant ?

Question Si la réponse est floue
Mon activité propose-t-elle un service numérique concerné ? Le périmètre légal reste incertain
Le site vend-il, réserve-t-il ou permet-il de payer en ligne ? L'exposition est plus forte
Suis-je au-dessus du seuil microentreprise ? L'exemption peut ne pas s'appliquer
Les formulaires sont-ils utilisables au clavier ? Certains utilisateurs peuvent être bloqués
Le tunnel de commande a-t-il été testé ? Risque commercial direct
Les contrastes ont-ils été contrôlés ? Lecture difficile ou impossible
Les images importantes ont-elles un texte alternatif ? Information perdue
Les PDF utiles sont-ils accessibles ? Documents clés inutilisables
Une déclaration d'accessibilité existe-t-elle ? Le volet documentaire peut être incomplet
La maintenance prévoit-elle l'accessibilité ? Le site peut se dégrader après correction
Une refonte est-elle prévue ? C'est le bon moment pour intégrer le sujet

Méthode simple pour anticiper

1. Identifier le périmètre
Lister vitrine, e-commerce, réservation, compte client, paiement, PDF, application, espace privé et formulaires.
2. Vérifier si l'activité est concernée
Analyser l'activité, la taille de l'entreprise, le type de service, les clients visés et les obligations applicables.
3. Tester les parcours critiques
Commencer par accueil, contact, devis, commande, paiement, compte client, documentation et support.
4. Corriger les blocages majeurs
Priorité au clavier, formulaires, contrastes, erreurs, boutons et paiement.
5. Documenter
Conserver audit, corrections, limites, plan d'amélioration, déclaration éventuelle et responsabilités.
6. Intégrer dans la maintenance
Prévoir des contrôles lors de chaque nouveau plugin, page, formulaire ou campagne.
7. Prévoir la refonte si nécessaire
Si le thème ou le constructeur rend les corrections difficiles, une refonte partielle peut être plus rationnelle.

Ce que les lecteurs demandent souvent

L'accessibilité web concerne-t-elle toutes les PME depuis 2025 ?

Non, pas de façon uniforme. Les obligations dépendent du type de service fourni, de la taille de l'entreprise et du cadre applicable. En revanche, depuis 2025, de nombreux services numériques privés doivent être examinés sérieusement.

Un site vitrine est-il concerné ?

Un site vitrine simple n'a pas toujours le même niveau d'exposition qu'un service transactionnel. Mais il doit rester lisible, utilisable et non discriminant, surtout s'il contient des formulaires ou documents importants.

Un site WooCommerce est-il concerné ?

Un site WooCommerce doit être traité avec attention, car il propose un parcours d'achat en ligne. Le commerce électronique fait partie des services visés par la directive européenne.

Le RGAA est-il obligatoire pour une entreprise privée ?

Le RGAA est le référentiel français de test de l'accessibilité numérique. L'obligation exacte dépend du cadre applicable à l'organisation et au service.

WCAG 2.2 et RGAA 4.1.2, est-ce la même chose ?

Non. Les WCAG 2.2 sont les recommandations récentes du W3C. Le RGAA 4.1.2 actuellement publié en France renvoie encore aux WCAG 2.1 ; une évolution RGAA 5 est en préparation.

Peut-on corriger l'accessibilité avec un plugin WordPress ?

Un plugin peut aider sur certains points, mais il ne rend pas automatiquement un site conforme. L'accessibilité dépend du thème, du HTML, des contrastes, des contenus, des formulaires, du clavier, des PDF et des vidéos.

Faut-il tout auditer immédiatement ?

Pas forcément. Une PME peut commencer par un diagnostic des pages et parcours critiques : accueil, contact, demande de devis, tunnel de commande, compte client et documents importants.

Une déclaration d'accessibilité est-elle nécessaire ?

Pour les services concernés, elle peut être exigée. Elle indique notamment le niveau de conformité, les contenus non accessibles, les dérogations éventuelles et un mécanisme de contact.

Une refonte est-elle nécessaire ?

Pas toujours. Certains problèmes peuvent être corrigés progressivement. Mais si le thème, le constructeur ou les plugins rendent les corrections difficiles, une refonte partielle ou complète peut devenir plus rationnelle.

Que faut-il demander à son prestataire ?

Un diagnostic de périmètre, un audit des parcours critiques, une priorisation des corrections, une documentation des limites, et une méthode pour maintenir l'accessibilité lors des futures mises à jour.

Anticiper maintenant évite de corriger dans l'urgence

L'accessibilité web n'est plus un sujet réservé aux administrations ou aux grands groupes. Depuis 2025, de nombreuses entreprises privées doivent vérifier si leurs services numériques sont concernés par les nouvelles exigences européennes et nationales.

Pour une PME, l'enjeu n'est pas de devenir experte du RGAA ou des WCAG. L'enjeu est de comprendre si son site vend, réserve, informe, collecte ou permet d'accéder à un service d'une manière qui peut exclure certains utilisateurs.

La bonne démarche consiste à identifier le périmètre, tester les parcours critiques, corriger les blocages les plus graves, documenter la progression et intégrer l'accessibilité dans la maintenance.

La question à poser n'est donc pas seulement : "Sommes-nous obligés ?" mais plutôt : "Notre site permet-il réellement à tous nos clients d'accéder à nos services essentiels ?"

Sources

- Directive (UE) 2019/882, European Accessibility Act : cadre européen des exigences d'accessibilité applicables à certains produits et services.
- Arrêté du 9 octobre 2023 : exigences d'accessibilité applicables aux produits et services.
- Décret n° 2023-931 du 9 octobre 2023 relatif à l'accessibilité aux personnes handicapées des produits et services : cadre général de transposition française.
- RGAA, Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité : référentiel français, version 4.1.2, obligations et méthode de test.
- W3C, WCAG 2.2 : recommandations internationales récentes pour l'accessibilité des contenus web.
- WAVE WebAIM, axe DevTools et Colour Contrast Analyser : outils de diagnostic utiles en complément d'un audit manuel.