

## Sommaire

EN BREF : .....	1
LE MOT DE CHRISTIAN D’ABOVILLE, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LA FONDATION .....	1
À QUAND LE NUMÉRIQUE ACCESSIBLE POUR TOUS ? .....	1
RGPD : NOUS PROTÉGEONS VOS DONNÉES.....	2
LUCIE CARE, NOUVEAU MÉCÈNE POUR LA MUSIQUE ! .....	3
ENJEUX : .....	3
MÉCÉNAT TERRITORIAL : les entreprises locales, premiers soutiens de proximité .....	3
Chiffres clés : .....	5
INNOVATION .....	5
AUDIOSPOT : UN SERVICE RESPONSABLE ET SOLIDAIRE POUR LES LIEUX PUBLICS .....	5
LE WEB ACCESSIBLE À TOUS S’APPELLE LE LOCALISATEUR !.....	6
BONNES PRATIQUES.....	6
Idées reçues sur le web accessible .....	6

### EN BREF :

#### LE MOT DE CHRISTIAN D’ABOVILLE, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LA FONDATION

« Aujourd’hui, on parle de 17 millions d’Européens empêchés d’accéder à l’information. Principale raison de ce frein : l’inaccessibilité des contenus numériques. »

L’accessibilité numérique est une nécessité de la société de l’information. Au même titre que les normes architecturales qui assurent l’accessibilité physique des bâtiments à tout public, les contenus d’information doivent suivre des règles de conception les rendant utilisables par tous et sur toutes sortes d’interfaces. Qui plus est, cela présente des avantages techniques et économiques indéniables : en garantissant la pérennité du service dans un contexte d’évolution technologique permanente, en améliorant l’ergonomie générale des services en ligne, en diminuant les coûts de maintenance, etc. Ce sujet constitue un élément central de la politique d’intégration pour près de 50 millions de personnes handicapées, en facilitant leur autonomie scolaire, professionnelle ou personnelle, ainsi que pour un nombre croissant de personnes âgées. Rendre un site accessible est donc véritablement un choix citoyen vertueux pour les institutions et, pour la Fondation Valentin Haüy, un enjeu concret au cœur de notre stratégie d’actions.

#### À QUAND LE NUMÉRIQUE ACCESSIBLE POUR TOUS ?

La première conférence sur l’accessibilité numérique se tenait le 14 mars dernier dans les locaux de Google France et était co-organisée par la Réserve civique, l’Association et la Fondation Valentin Haüy et Webassoc. Plus de 200 participants issus du secteur solidaire, de grandes entreprises privées

et publiques et des administrations ont répondu présents à cet événement visant à sensibiliser et à promouvoir l'accessibilité numérique pour tous, et surtout pour les publics en situation de handicap. Le web est plus que jamais au cœur de toutes les activités quotidiennes, qu'elles soient personnelles ou professionnelles, et son usage en devient incontournable. Il est donc urgent de considérer l'accessibilité de toutes les interfaces numériques. Pour les personnes handicapées, c'est une condition indispensable pour mener une vie autonome. C'est ce grand enjeu que les intervenants ont porté lors de cette conférence.

Dans le même esprit que l'exposition « Lagaffe » réalisée l'an dernier, la Fondation Valentin Haüy a invité le mercredi 13 juin 2018 ses donateurs et ses entreprises mécènes à une visite privée des roseraies de Bagatelle, au cœur du bois de Boulogne. Ce parc est l'un des quatre pôles du Jardin botanique de la Ville de Paris qui accueille deux roseraies de 9 000 rosiers et 1 200 variétés, étendues sur 17 000 m<sup>2</sup>. Lors de cette visite, un point d'honneur a été mis sur l'accessibilité culturelle des lieux, grâce à l'application mobile AudioSpot, soutenue par la Fondation Valentin Haüy. AudioSpot propose un service de diffusion d'informations géopersonnalisées et est disponible gratuitement sur smartphones.

#### LISTE DE SITES ÉQUIPÉS AVEC LE PROFIL DÉFICIENT VISUEL :

- Jardin botanique de la Ville de Paris : arboretum, parc floral, serres d'Auteuil, parc de Bagatelle
- Mairie du 14e et points d'intérêt dans cet arrondissement parisien
- Pavillon d'accueil du Château de Versailles
- Musée national du Sport, à Nice
- Var Culture
- Musée du radar de Douvres-la-Délivrande
- Ville de Trouville-sur-Mer

EN SAVOIR PLUS : [www.audiospot.fr](http://www.audiospot.fr)

CONTACT : Arnaud Meneux, directeur associé,  
mail : [arnaud@audiospot.fr](mailto:arnaud@audiospot.fr)

#### **RGPD : NOUS PROTÉGEONS VOS DONNÉES**

Dans le cadre de la nouvelle réglementation européenne concernant le traitement et la circulation des données à caractère personnel et du règlement général sur la protection des données (RGPD), la Fondation réitère son souci de gérer et protéger de façon optimale les informations personnelles qu'elle possède. Ainsi, nous vous rappelons que vous pouvez à tout moment consulter ou modifier vos informations en notre possession en nous contactant au 01 44 38 72 90 ou par e-mail à [fondation@fondationvalentinhauy.fr](mailto:fondation@fondationvalentinhauy.fr)

EN SAVOIR PLUS : [www.cnil.fr/professionnel](http://www.cnil.fr/professionnel)

## **LUCIE CARE, NOUVEAU MÉCÈNE POUR LA MUSIQUE !**

Lucie Care est un fonds de dotation créé par l'UNADEV, l'Union Nationale des Aveugles et Déficients Visuels. Son but principal est de venir en aide aux jeunes déficients visuels pour leur offrir les mêmes chances de développement et de réussite que les autres enfants. C'est dans cet esprit que Lucie Care a choisi de soutenir l'expertise de transcription des partitions musicales brailles dispensées par l'association Valentin Haüy. Laëtitia Cousin, étudiante, pratique le chant, le piano, le violon. « La musique, c'est une passion pour moi, une façon de vivre aussi légèrement que possible le handicap. L'équation me semble simple pour comprendre toute l'importance d'une partition adaptée : musique égale solfège, solfège égale lecture, lecture égale braille. CQFD. Dans un instrument à cordes, l'âme est une petite pièce qui, placée sur la caisse de résonance, influe sur la qualité du son. Chaque nouvelle partition est mon supplément d'âme. »

## **ENJEUX :**

### **MÉCÉNAT TERRITORIAL : les entreprises locales, premiers soutiens de proximité**

Que seraient les territoires sans les réseaux des associations ? Comment les acteurs de la solidarité locale peuvent-ils valoriser l'apport de leurs missions, trouver des soutiens financiers pour les développer et répondre aux nouvelles exigences des mécènes ? Éclairage sur les bonnes pratiques et des collaborations symboliques.

L'étude de Recherches & solidarités, « L'association au cœur du territoire » (mars 2018)\*, pointe clairement que les premières contributions des associations locales sont le développement des échanges et du lien social, puis l'animation et l'attractivité du territoire d'implantation. Le Rameau, observatoire national des innovations partenariales, souligne que les résultats de cette étude confirment leur forte capacité à être à l'écoute de leur territoire et à savoir y répondre en cohérence avec les besoins qu'elles y captent. Cependant, on observe une forte corrélation entre leurs moyens financiers et leur capacité à agir qualitativement et à multiplier leurs efforts auprès de leurs bénéficiaires. Dès lors, comment initier et développer une politique partenariale avec les entreprises locales, théoriquement les plus concernées par les actions de proximité dont les effets sont visibles dans les domaines de la solidarité, du sport, de la culture, de la santé... ?

### **PROFIL, MOTIVATION, RELATION, CONTREPARTIES**

Premier fait notable : 97 % des mécènes sont des TPE et PME et elles représentent 40 % du budget mécénat global des entreprises, quand le reste est porté par des grands groupes. Leur motivation est avant tout de contribuer à l'amélioration de la qualité de vie et au dynamisme du territoire. Objectif final : de l'impact ! Ce qui intéresse les mécènes est, qu'à travers leurs actions, ils agissent de façon humaine et qu'ils développent des liens avec des opérateurs (maires, fournisseurs, élus, etc.). Dans le développement d'une relation de mécénat territorial, il est primordial de proposer des moments de rencontre tant avec les personnes qui offrent un mécénat qu'avec les porteurs du projet. L'enjeu de la quête est vraiment l'implantation sur le territoire. Il y a une souplesse dans la façon d'approcher les gens : s'il n'y a pas de Responsable de mécénat, c'est le Directeur des Ressources humaines, le Directeur de la Communication ou le Directeur régional qui peut être le bon contact. Le mécénat est

un acte très humain et dans lequel les personnes vont s'engager par conviction. C'est cette conviction – et la relation de personne à personne – qui va permettre de décrocher le financement.

#### COMMENT NOUER UN PARTENARIAT LOCAL SUR LE LONG TERME ?

Plus l'entreprise est grande, plus elle peut s'engager sur la durée. Elle a une visibilité qui est plus importante et une capacité de vision stratégique plus forte. Les petites entreprises vont s'engager sur un an ou sur des actions qui vont être rapides. Selon l'étude d'Admical, le don moyen d'une TPE est de 1 800 euros, et le don moyen d'une PME est de 10 800 euros par an. Il faut donc prendre en compte certains critères de budget lors d'une demande de financement auprès des entreprises. Ensuite, c'est grâce à la relation créée que l'on peut les emmener sur du long terme.

\* « L'association au cœur du territoire », Recherches & Solidarités, mars 2018. À télécharger sur [www.recherches-solidarites.org](http://www.recherches-solidarites.org)

#### CONSEILS POUR TRANSFORMER LE QUOTIDIEN EN PROJET

Joël Chevalier, bénévole, référent levée de fonds locale à l'AVH :

Dans les comités locaux de l'AVH, les bénévoles s'investissent prioritairement pour accompagner concrètement les bénéficiaires déficients visuels reçus sur place, en apportant une aide, un soutien. Entamer une démarche de recherche de fonds n'est donc pas naturel ; la démarche peut parfois être jugée triviale, si l'on considère que l'État et les collectivités locales doivent subvenir aux besoins des personnes handicapées. Mais la donne économique a changé : développer des partenariats avec des acteurs privés locaux devient donc nécessaire pour assurer le bon fonctionnement d'un comité, en partie conditionné par ces financements extérieurs.

Voici quelques conseils de terrain :

- J'invite les bénévoles qui ont une fibre commerciale à suivre nos formations à la prospection, qui délivrent des conseils simples, pragmatiques et accessibles ; elles permettent aussi l'échange de bonnes pratiques, le retour d'expériences.
- En amont de la prospection, il faut analyser les besoins du comité en ressources matérielles, humaines, financières, et dresser un budget. C'est ce que j'appelle « transformer le quotidien en projet » !
- Ensuite, il faut lister les entreprises susceptibles de soutenir les actions des comités : quels sont leurs profils : PME ou TPE ou implantations locale d'un grand groupe ? Ont-elles une politique de solidarité ? Un point d'entrée est-il identifié : Direction générale ou ressources humaines ? Y connaît-on quelqu'un, ou peut-on être recommandé ?... Enfin, la phase de prise de contact peut démarrer !

Thérèse Lemarchand, présidente et cofondatrice de COMMEON :

Depuis peu, on note une très forte croissance du nombre d'entreprises mécènes en local. En tant qu'acteurs économiques forts du territoire, elles sont extrêmement intéressées par les projets solidaires qui se réalisent autour d'elles et voient le mécénat comme une contribution concrète à l'amélioration de la qualité de vie et au dynamisme du territoire. Quand une entreprise locale soutient un projet – et peu importe sa nature –, elle en attend une valeur ajoutée concrète, un impact mesurable. Le rayonnement d'une région, l'inclusion des personnes en difficulté, la solidarité

de proximité au sens large... autant de bénéfiques qu'elles souhaitent constater. Enfin, 69 % \* des Français considèrent qu'il existe un « devoir d'alliance » pour inventer des solutions face à l'accroissement des fragilités sur les territoires et donnent une place structurante aux associations. Les premiers leviers d'actions de ces dernières sont donc aujourd'hui les entreprises.

#### COMMEON, LA MARKETPLACE DE LA PHILANTHROPIE

Plate-forme de référence dédiée au mécénat participatif, Commeon est dédiée aux citoyens et aux entreprises engagées en faveur du bien commun. Chaque donateur y dispose d'un « portefeuille philanthropique », véritable innovation dans le secteur de la générosité. Depuis son lancement en 2014, Commeon a accompagné plus de 400 projets d'intérêt général dans leur recherche de financement et compte une communauté de plus de 16 000 membres actifs.

\* « L'association au coeur du territoire », Recherches & Solidarités, mars 2018.

EN SAVOIR PLUS : [www.commeon.com](http://www.commeon.com)

CONTACT : [mecenes@commeon.com](mailto:mecenes@commeon.com)

#### Chiffres clés :

Profil des mécènes en France : 97% des entreprises mécènes sont des entreprises de petite ou moyenne taille, et elles comptent pour 40% du budget. Parmi elles, les TPE représentent 72 % des mécènes et les PME, 25 %. Les entreprises de plus de 250 salariés sont les plus engagées, puisque 47 % d'entre elles sont désormais mécènes.

Baromètre du mécénat d'entreprise en France – Admical /CS – 2016

ESTIMATION DU DON MOYEN EN 2015

Micro-entreprises : 1 800 €

PME : 10 800 €

ETI : 133 700 €

Grandes entreprises : 3 740 000 €

#### INNOVATION

Direction générale des Finances publiques – données entreprises soumises à l'impôt sur les sociétés – Recherches & Solidarités – 2015

Des solutions innovantes d'accès aux contenus numériques

#### AUDIOSPOT : UN SERVICE RESPONSABLE ET SOLIDAIRE POUR LES LIEUX PUBLICS

La Fondation Valentin Haüy a un rôle d'incubateur, procède à une veille permanente des tendances pour identifier un potentiel de partenaires. Objectif : satisfaire les attentes des personnes déficientes visuelles en matière de nouvelles technologies digitales, comme le Localisateur ou l'appli AudioSpot®.

UNE SOLUTION SIMPLE À METTRE EN PLACE POUR LES ERP ET IOP

AudioSpot® offre une solution de signalétique audio pour les établissements recevant du public (ERP) et les installations ouvertes au public (IOP). Les informations de proximité deviennent accessibles gratuitement sur les smartphones des personnes déficientes visuelles, sans nuisance sonore pour les autres usagers. Localisation, direction, obstacles à proximité, informations pratiques, mais également informations touristiques ou culturelles, sont autant de fonctionnalités intégrées à cet audioguide innovant, géolocalisé et multilingue. Les contenus sont mis à jour en ligne et diffusés en temps réel, via le gestionnaire de contenus qui offre une administration facile et autonome.

EN SAVOIR PLUS : [www.audiospot.fr](http://www.audiospot.fr)

CONTACT : 01 41 90 66 59 / [contact@audiospot.fr](mailto:contact@audiospot.fr)

## **LE WEB ACCESSIBLE À TOUS S'APPELLE LE LOCALISATEUR !**

Le Localisateur est un logiciel agrégateur d'informations accessible depuis un PC ou un Mac, un smartphone ou une tablette, mis au point par Philippe Léon, ingénieur Java/ J2EE et expert accessiWeb chez IBM. À l'origine de cet outil innovant, il y a donc un homme, un besoin personnel, une idée et l'envie de partager avec le plus grand nombre. Concrètement, le Localisateur va récupérer et synthétiser les informations figurant dans une page d'un site internet donné, par exemple les brèves de la version en ligne du média Le Monde ou les fiches horaires de celui de la SNCF... Il va ensuite les restituer dans une nouvelle présentation, plus synthétique et, surtout, accessible.

### **UN PROCESSUS EN QUATRE TEMPS**

- Il filtre les éléments inutiles et perturbants (menus, publicités, liens...) pour ne se concentrer que sur l'essentiel.
- Il structure les contenus via une arborescence simplifiée en moins de cinq niveaux.
- Il les rend accessibles par le choix de textes et de contrastes améliorant la lisibilité, sans aucune image.
- Il vocalise l'information via une synthèse vocale de haute qualité.

EN TÉLÉCHARGEMENT GRATUIT SUR : [www.localisateur.org](http://www.localisateur.org)

CONTACT : [contact@localisateur.org](mailto:contact@localisateur.org)

## **BONNES PRATIQUES**

### **Idées reçues sur le web accessible**

Il reste encore beaucoup à expliquer et à réaliser en matière d'accessibilité numérique, condition sine qua non de l'autonomie des personnes empêchées de lire en raison d'un handicap. Sur un sujet qui ne devrait plus en être un, balayons quelques idées reçues.

1. « Réaliser un site accessible augmente les coûts »

L'accessibilité d'un site web ne doit pas être perçue comme un coût supplémentaire, surtout quand elle est intégrée en amont des développements. Elle permet souvent d'ouvrir un marché dont le

potentiel ne s'adresse pas qu'aux personnes déficientes visuelles, mais aussi aux personnes souffrant d'un handicap auditif, moteur ou même cognitif.

2. « Un site accessible ne peut pas être graphiquement beau »

Accessibilité et créativité sont deux problématiques différentes mais en aucune façon contradictoires ou incompatibles. Concevoir un site web accessible implique de réfléchir prioritairement à l'utilisation des couleurs de contraste, de fournir des contenus alternatifs pour les images et les éléments graphiques qui nécessitent d'être audiodécrits.

3. « Un site accessible ne permet pas un bon référencement »

L'effort de structuration et de sémantisation accru bénéficie au contraire au référencement par les moteurs de recherches.

4. « Un site accessible aux personnes déficientes visuelles est un site de niche »

Les personnes en situation de handicap ne demandent pas à ce que soient conçus des produits stigmatisant. Elles veulent consommer comme tout le monde. D'autre part, en intégrant la notion d'accessibilité dès la conception et dans la production des contenus au fil du temps, cela permet d'enrichir facilement des adaptations futures, plutôt que d'installer des systèmes fermés donc peu ou pas évolutifs.

CONTACT PÔLE ACCESSIBILITÉ : Manuel Pereira : [m.pereira@avh.asso.fr](mailto:m.pereira@avh.asso.fr)