# SCHÉMA PLURIANNUEL D’ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE 2025-2027 ET PLAN D’ACTIONS DE L’ORÉAL FRANCE

Date de dernière mise à jour : 18 juin 2025

## Introduction

En application de l’article 47 de la Loi n° 2005-102 du 11 février 2005, relative à l’égalité des droits et des chances, à la participation et à la citoyenneté des personnes handicapées, L’Oréal France publie son schéma pluriannuel pour la période 2025/2027 dédié à ses initiatives pour l’accessibilité numérique (ci-après le « Schéma »).

Il vise à garantir une expérience utilisateur inclusive et équitable pour toute personne, quel que soit le handicap ou le mode d'accès à l'information.

## Définition de l'accessibilité numérique

Le handicap est défini comme toute limitation d’activité ou restriction de participation à la vie en société subie dans son environnement par une personne en raison d’une altération substantielle, durable ou définitive d’une ou plusieurs fonctions physiques, sensorielles, mentales, cognitives ou psychiques, d’un polyhandicap ou d’un trouble de santé invalidant (article L. 114 du Code de l’action sociale et des familles).

L’accessibilité numérique consiste à rendre les services de communication en ligne accessibles, c’est-à-dire :

* Perceptibles : Faciliter la perception du contenu (alternatives textuelles pour les images, descriptions audios pour les vidéos, etc.),
* Utilisables : Faciliter la navigation et l’interaction (navigation au clavier, formulaires accessibles, etc.),
* Compréhensibles : Rendre le contenu et l'interface utilisateur clairs et intuitifs,
* Robustes : Assurer la compatibilité avec différentes technologies d’assistance.

## Engagements de L’Oréal France

L’Oréal France s'engage à faire du numérique un levier d'inclusion et à garantir l'égalité d'accès à l'information et aux services en ligne pour toutes et tous. Cet engagement s'inscrit dans la stratégie du Groupe et reflète ses valeurs d'innovation, d'excellence et de respect.

Ce schéma pluriannuel présente l’organisation et les objectifs fixés pour améliorer la prise en compte de l’accessibilité sur les produits et services numériques.

## Organisation interne pour la mise en place de l’accessibilité et Gouvernance

Pour piloter la mise en accessibilité, L’Oréal Groupe a désigné un Référent Accessibilité au niveau Groupe (« le Référent Accessibilité Groupe ») et un Référent Accessibilité L’Oréal France (« le Référent Accessibilité L’Oréal France »). Pour L’Oréal France, les missions sont notamment les suivantes :

* Être le point de contact sur les sujets d’accessibilité numérique au niveau interne, y compris vis-à-vis de la Direction Générale,
* Être le point de contact sur les sujets d’accessibilité numérique au niveau externe, notamment vis-à-vis des autorités compétentes,
* Travailler avec le Référent Accessibilité Groupe pour déployer localement les recommandations,
* Faire l’inventaire, en lien avec les métiers concernés, les supports digitaux concernés par la mise en accessibilité,
* Piloter le plan de remédiation à la mise en conformité des sites et suivre les audits, en coordination avec les différentes entités impliquées,
* Veiller à la publication des obligations déclaratives sur le périmètre concerné par le présent Schéma,
* Communiquer en interne sur l’état d’avancement du projet,
* Coordonner les équipes concernées pour assurer le suivi des éventuels contacts sur l’adresse email dédiée à l’accessibilité,
* Travailler avec les Centres d’Excellence Digitaux du Groupe en charge notamment de la gestion technique des sites,
* Faire partie d’une communauté se réunissant lors d’un point trimestriel pour partager les bonnes pratiques, présenter des retours d’expérience et permettre d’avoir une vision large des actions menées au sein du Groupe,
* S’informer, en participant aux réunions d’information sur le sujet organisées par différentes fédérations nationales.

En complément du Référent Accessibilité L’Oréal France, plusieurs services clés sont identifiés au sein de la société pour contribuer à la prise en compte de l’accessibilité numérique :

* La Diversité, Équité & Inclusion,
* La Direction Digitale et Marketing,
* La Direction Juridique,
* Le Correspondant Éthique,
* Les Achats,
* Le Département Informatique.

Des instances de gouvernance permettent de coordonner les efforts et partager les avancées :

* Comité de pilotage : Instance stratégique mensuelle réunissant notamment la Direction Digitale et Marketing, la Direction Juridique et la Diversité, Équité & Inclusion,
* Comité opérationnel Accessibilité Numérique : Suivi opérationnel hebdomadaire avec la participation du Référent Accessibilité Groupe et du Référent Accessibilité L’Oréal France,
* Réunion de suivi technique : Atelier hebdomadaire animé par certaines équipes en charge du webmastering, permettant d’approfondir les aspects techniques du projet et de partager l’avancement des correctifs. Les participants sont les Référents Accessibilité Numérique Groupe et L’Oréal France, ainsi que les responsables des sites en cours de mise en conformité.

## Périmètre et planification

L’Oréal France déploie une stratégie d’accessibilité numérique ambitieuse, commençant par couvrir un vaste périmètre de sites internet. A ce titre, en tenant compte de la complexité de l’écosystème et compte tenu de la multitude et de la diversité de ses sites, L’Oréal France a dans un premier temps privilégié l’optimisation des sites internet destinés au grand public.

## Ressources et travaux de mise en conformité

Afin de mieux identifier les points bloquants d’accessibilité et d’établir le plan de mise en conformité le plus complet possible, L’Oréal France s’appuie sur des experts externes, reconnus pour leurs compétences en accessibilité numérique.

L’Oréal France s’engage chaque année à réaliser régulièrement des audits de conformité sur une partie de ses sites. Les audits menés sont partagés dans le plan d’action à la suite de ce schéma pluriannuel.

## Formation des collaborateurs et collaboratrices

Dans un souci d'amélioration continue de l'accessibilité des communications de L’Oréal France, la société investit dans le développement des compétences de ses collaborateurs et collaboratrices, notamment au sein des équipes de communication interne et externe. Ainsi, des formations spécifiques sur la rédaction de documents bureautiques accessibles sont déployées.

Un module de formation en ligne est également disponible pour l’ensemble des collaborateurs et collaboratrices depuis la plateforme de formation dédiée aux salariés. Ce module couvre notamment les fondamentaux de l’accessibilité numérique, les enjeux liés au handicap, ainsi que des premières directives pour intégrer ces principes dans les processus.

Par ailleurs, le Groupe a élaboré et diffusé des bonnes pratiques relatives à la création de contenus e-commerces accessibles.

## Point de contact

Les utilisateurs peuvent faire parvenir toute demande spécifique relative à l’accessibilité d’un site web d’une marque exploitée par L’Oréal France à l’adresse suivante : [accessibilite@fr.oaccare.com](mailto:accessibilite@fr.oaccare.com)

## Plans d’action annuels

En 2024, L'Oréal France a posé les fondations de sa stratégie d'accessibilité numérique avec les actions suivantes :

* Nomination d’un Référent Accessibilité numérique L’Oréal France,
* Définition d’un cadre de gouvernance pour le projet d’accessibilité numérique,
* Cartographie des plateformes à optimiser en matière d’accessibilité,
* Établissement de la roadmap d’audits,
* Communication interne et engagement des équipes : présentation du projet d’accessibilité numérique et sensibilisation des équipes à ses enjeux.

En 2025, L’Oréal France poursuit le déploiement de sa stratégie d’accessibilité numérique dans la continuité des efforts engagés en 2024. Les actions suivantes sont fixées pour cette année :

* Rédaction et publication du schéma pluriannuel d’accessibilité de L’Oréal France,
* Évaluation de la conformité d’accessibilité réalisée sur les plateformes e-commerce de Lancôme et Kérastase par Ideance. Des évaluations similaires sont planifiées pour L’Oréal Paris, ainsi qu’un audit du site éditorial de Garnier par Atalan,
* Validation de la mise en œuvre des recommandations d’accessibilité : deux contre-audits planifiés,
* Partage et promotion des bonnes pratiques en accessibilité numérique par le biais des équipes en charge du webmastering,
* Optimisation de la matrice RACI afin de refléter les rôles et responsabilités actuels en matière d'accessibilité,
* Évaluation des solutions technologiques disponibles (internes et externes) pour optimiser l’accessibilité numérique,
* Mise à jour de l’inventaire des sites,
* Sensibilisation des équipes Achats pour intégrer les critères d’accessibilité numérique dans la sélection des fournisseurs,
* Mise en place d’un processus structuré pour la gestion des demandes et requêtes des utilisateurs concernant l’accessibilité numérique,
* Veille réglementaire continue pour garantir la conformité aux exigences légales en matière d'accessibilité
* Organisation de formations ayant pour objectif de :
  + Connaître les problèmes rencontrés par les personnes en situation de handicap lorsqu'elles consultent un document Word et PowerPoint non accessible,
  + Savoir produire des documents Word et PowerPoint accessibles,
  + Savoir vérifier l'accessibilité des documents Word et PowerPoint.

La publication du Plan d’Action 2026, prévue fin 2025, permettra de dresser un bilan complet des réalisations de l’année écoulée et d’optimiser la stratégie d’accessibilité pour l’année à venir, en se basant notamment sur les apprentissages de cette année.