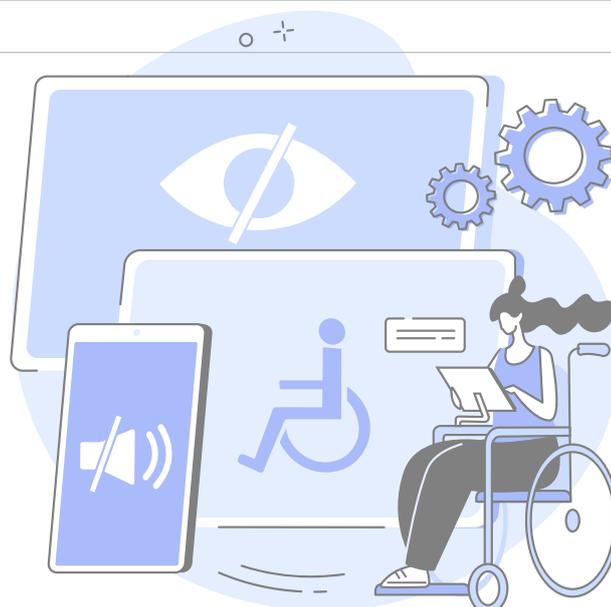


Schéma pluriannuel de mise en accessibilité numérique

MetLife France - Période 2025-2027
Version complète

Schéma pluriannuel de mise en accessibilité numérique	1
1. Présentation de l'entreprise	2
2. Contexte réglementaire	3
3. Périmètre du schéma	4
4. Objectifs du schéma	5
4.1 Conformité réglementaire	5
4.2 Inclusion et expérience utilisateur	5
4.3 Intégration dans la culture d'entreprise	5
5. État des lieux initial	6
6. Plan d'action triennal détaillé	8
Année 1 (2025)	8
Année 2 (2026)	8
Année 3 (2027)	8
7. Gouvernance de la démarche	9
8. Suivi et indicateurs	10
9. Communication et sensibilisation	11
10. Engagement et perspectives	12



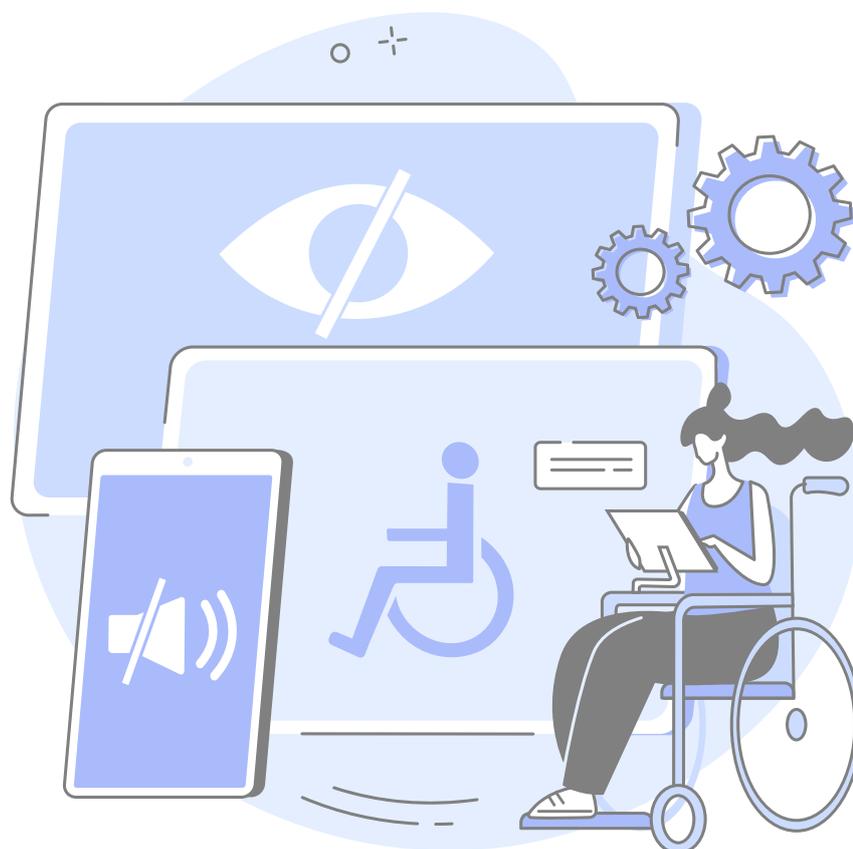
1. Présentation de l'entreprise

MetLife France est une succursale française de MetLife Europe d.a.c., un acteur du secteur de l'assurance, notamment dans les domaines de la prévoyance. Implantée sur le territoire national depuis plusieurs décennies, MetLife France accompagne ses clients particuliers, professionnels et entreprises à travers des solutions personnalisées et innovantes.

Le chiffre d'affaires de MetLife France est inférieur à 250 millions d'euros, mais elle fait partie d'un groupe international dont le chiffre d'affaires consolidé dépasse les 250 millions d'euros.

L'entreprise compte un peu moins de 200 collaborateurs en France, répartis entre les fonctions commerciales, techniques, supports et direction. Son site internet principal, <https://www.metlife.fr>, constitue la vitrine digitale et le principal point d'accès aux services proposés.

Dans un contexte de transformation digitale rapide, MetLife France inscrit la démarche d'accessibilité au cœur de sa stratégie de responsabilité sociale, d'inclusion et de conformité réglementaire.



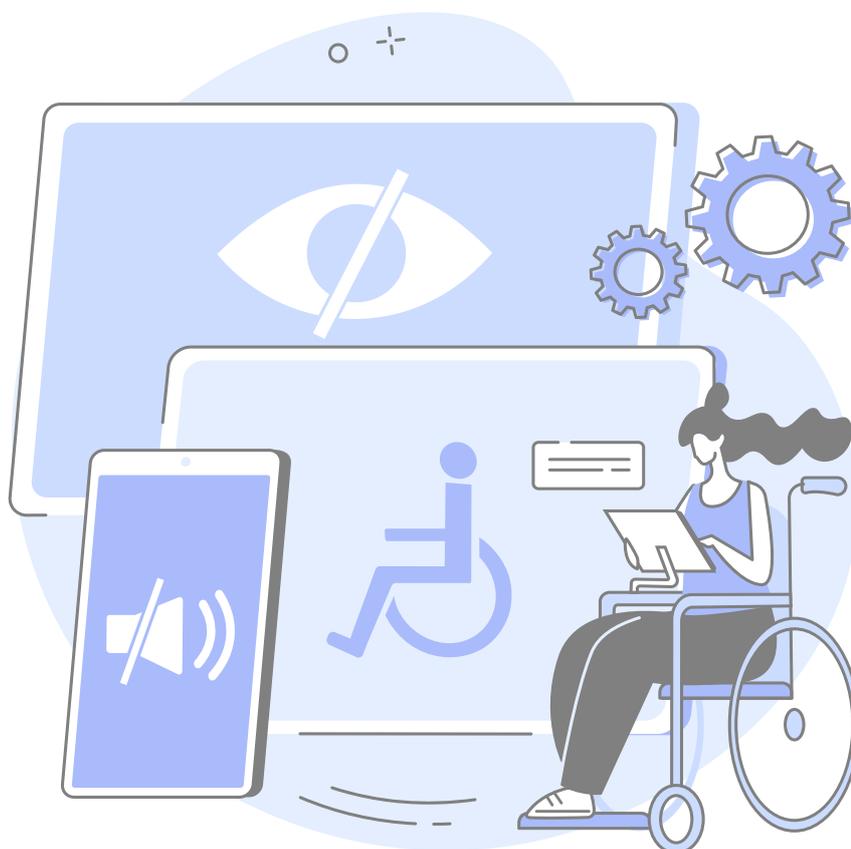
2. Contexte réglementaire

L'accessibilité numérique est une obligation légale encadrée par la loi n°2005-102 du 11 février 2005, relative à l'égalité des droits et des chances, renforcée par le décret n°2019-768 du 24 juillet 2019. Ces textes imposent aux entités publiques et privées dont le chiffre d'affaires dépasse certains seuils de rendre leurs services numériques accessibles à tous, notamment aux personnes en situation de handicap.

MetLife France, bien que réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 250 millions d'euros sur le territoire national, est assujettie à ces obligations du fait de son appartenance à un groupe international dépassant ce seuil, conformément aux dispositions légales en vigueur.

Le RGAA (Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité) constitue le référentiel technique national pour assurer cette conformité. La version actuellement applicable, RGAA 4.1, liste 106 critères techniques obligatoires pour garantir une expérience accessible et inclusive.

Ce schéma pluriannuel vise à assurer une mise en conformité progressive et maîtrisée, conciliant exigences légales, contraintes techniques et moyens humains et financiers disponibles.



3. Périmètre du schéma

Le périmètre de ce schéma porte sur :

- Le site web public principal : <https://www.metlife.fr>
- Les éventuels sous-domaines dédiés à des campagnes ou services spécifiques
- Les applications mobiles publiques, si elles existent ou sont développées durant la période

Sont exclus, dans un premier temps, les outils internes non exposés au public, sauf si une évolution réglementaire ou organisationnelle impose leur prise en compte.

Ce périmètre est revu annuellement afin de s'adapter à l'évolution des systèmes d'information et des besoins des utilisateurs.



4. Objectifs du schéma

Ce schéma pluriannuel s'appuie sur trois grands axes d'objectifs :

4.1 Conformité réglementaire

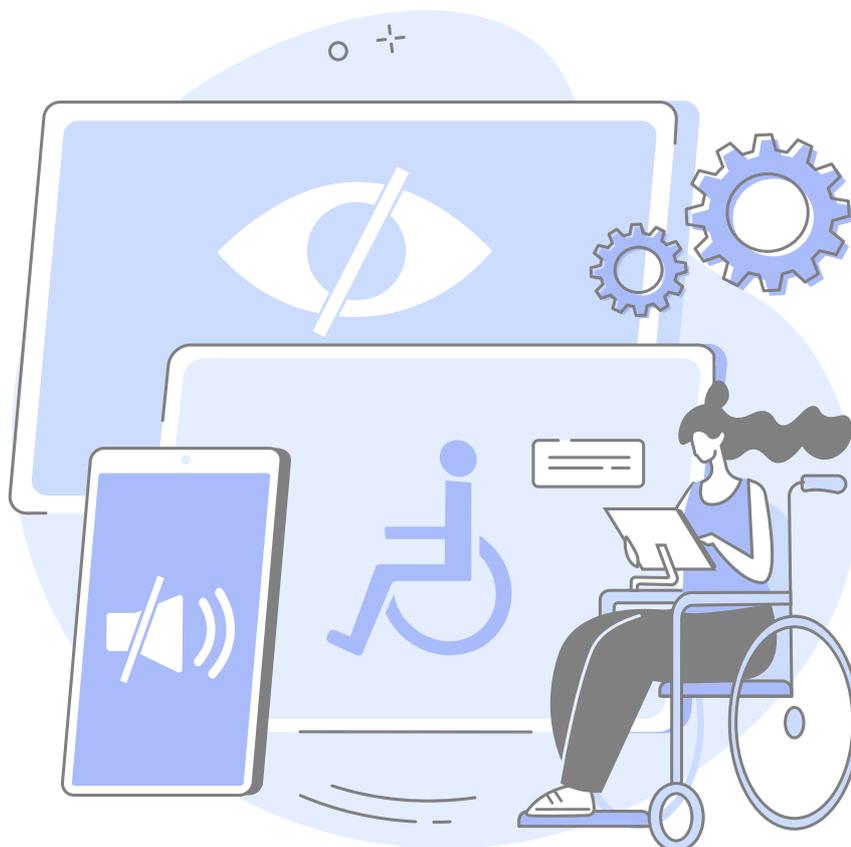
- Répondre pleinement aux exigences de la loi de 2005 et du décret 2019-768
- Respecter la totalité des critères RGAA 4.1 dans les délais impartis
- Publier une déclaration d'accessibilité transparente et actualisée régulièrement
- Éviter les sanctions administratives et risques juridiques

4.2 Inclusion et expérience utilisateur

- Garantir un accès fluide, simple et complet aux services numériques pour tous les utilisateurs, quels que soient leurs handicaps
- Réduire les obstacles techniques et ergonomiques identifiés lors des audits
- Recueillir les retours des utilisateurs et améliorer continuellement l'accessibilité

4.3 Intégration dans la culture d'entreprise

- Former et sensibiliser les équipes à l'accessibilité numérique
- Intégrer les critères d'accessibilité dans les projets, cahiers des charges et validations techniques
- Impliquer les différents métiers (IT, marketing, juridique, RH) dans la démarche



5. État des lieux initial

Un audit d'accessibilité réalisé le 23 juin 2025 par un prestataire externe a permis de faire un état des lieux précis des services numériques :

Le taux de conformité global : 90 %.

Par ailleurs, 70,67% des critères RGAA sont respectés.

Les pages auditées étaient les suivantes :

- [Homepage](#)
- [Page catégorie - Assurance prevoyance](#)
- [Page produit - Assurance emprunteur](#)
- [Mentions légales](#)
- [Connaitre MetLife](#)
- [Devenir partenaire](#)
- [Articles du site](#)
- [Espace client \(Assistance\)](#)
- [Contact](#)
- [Rapporter une fraude](#)

43 non-conformités ont été relevées, dont :

- 1 non-conformité bloquante
- 12 non-conformités majeures
- 5 non-conformités moyennes
- 18 non-conformités mineures

Les principaux éléments non conformes révélés lors de l'audit sont les suivants :

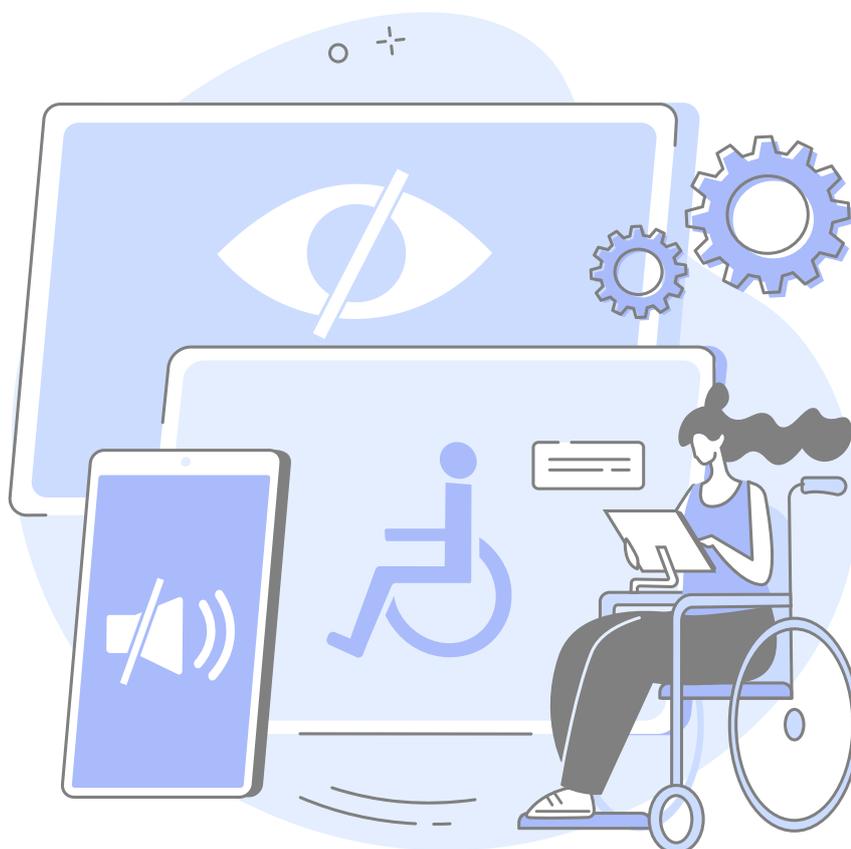
- Certaines images de décoration ne sont pas correctement ignorées par les technologies d'assistance.
- Certains cadres ayant un titre de cadre, ont un titre de cadre non pertinent.
- Pour certaines pages web, le contraste entre la couleur du texte et la couleur de son arrière-plan n'est pas suffisamment élevé.
- Pour certaines pages web, les couleurs utilisées dans les composants d'interface ou les éléments graphiques porteurs d'informations ne sont suffisamment contrastées
- Pour certains tableaux de mise en forme les éléments propres aux tableaux de données ne doivent pas être utilisés.
- Certains liens ne sont pas explicites.
- Certains scripts ne sont pas compatibles avec les technologies d'assistance.
- Certains scripts ne sont pas contrôlables par le clavier et par tout dispositif de pointage.
- Pour certaines pages web ayant un titre de page, ce titre est non pertinent.
- Pour certaines pages web, certains changements de langue n'est pas indiqué dans le code source.
- Pour certaines pages web, les balises ne doivent pas être utilisées uniquement à des fins de présentation.
- Pour certaines pages web, l'information n'est pas structurée par l'utilisation appropriée de titres.

- Pour certaines pages web, la structure du document n'est pas cohérente.
- Pour certaines pages web, certaines listes ne sont pas correctement structurées.
- Dans le site web, des feuilles de styles ne sont utilisées pour contrôler la présentation de l'information.
- Pour certaines pages web, l'information ne reste pas compréhensible lorsque les feuilles de styles sont désactivées.
- Pour certaines pages web, le texte n'est pas lisible lorsque la taille des caractères est augmentée jusqu'à 200%, au moins.
- Pour certaines pages web, les déclarations CSS de couleurs de fond d'élément et de police ne sont pas correctement utilisées.
- Certains champs de formulaire n'ont pas d'étiquette.
- Certaines zones de regroupement de contenus présentes dans plusieurs pages web (zones d'en-tête, de navigation principale, de contenu principal, de pied de page et de moteur de recherche) ne pas peuvent être atteintes ou évitées.
- Pour certaines pages web, un lien d'évitement ou d'accès rapide à la zone de contenu principal n'est pas présent.
- Pour certaines pages web, certains documents bureautiques en téléchargement ne possèdent pas une version accessible.

Points positifs :

- Beaucoup de ces erreurs se retrouvent sur toutes les pages, ou sur des composants que l'on utilise de façon récurrente, ce qui signifie qu'une seule correction pourra engendrer un gain d'accessibilité sur l'ensemble de l'échantillon.
- L'audit a révélé un certain effort envers l'accessibilité numérique qui nécessite malgré tout d'être approfondi.

Ce diagnostic constitue la base du plan d'action pour la période 2025-2027.



6. Plan d'action triennal détaillé

Année 1 (2025)

- Mise en place d'un référent accessibilité dédié.
- Correction des points critiques bloquants (navigation, alternatives textuelles, liens et label).
- Formation initiale des équipes digitales et marketing.
- Mise à jour de la déclaration d'accessibilité sur le site.
- Sensibilisation de la direction et intégration dans la gouvernance.

Année 2 (2026)

- Audit de suivi intermédiaire à mi-parcours.
- Accessibilisation progressive des formulaires complexes.
- Développement d'outils intégrant l'accessibilité dès la conception (« accessibilité by design »).
- Extension de la formation aux équipes marketing.
- Début de l'intégration des critères dans les appels d'offres et cahiers des charges.

Année 3 (2027)

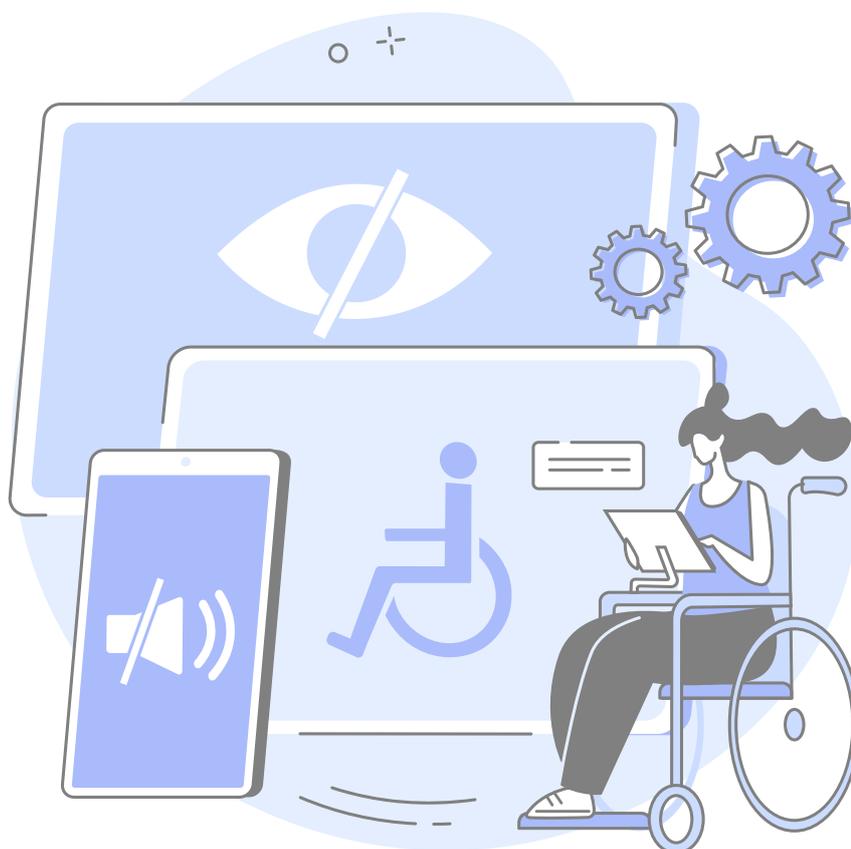
- Evaluation de la mise en conformité RGAA sur l'ensemble du périmètre.
- Accessibilisation des applications mobiles si présentes.
- Publication d'une nouvelle déclaration d'accessibilité et d'un rapport d'avancement complet.
- Évaluation de la maturité accessibilité et planification d'un schéma de suivi au-delà de 2027.



7. Gouvernance de la démarche

La gouvernance s'appuie sur :

- Un référent accessibilité chargé de la coordination quotidienne et du suivi des actions.
- Un suivi transversal comprenant la Direction Digitale, la Direction Juridique et la Direction Marketing et Communication.
- Des réunions semestrielles pour faire le point sur l'avancement, les difficultés et les priorités.
- Le recours à un partenaire expert externe pour les audits et la formation.
- Un canal de communication interne pour la remontée des problématiques et le partage des bonnes pratiques.

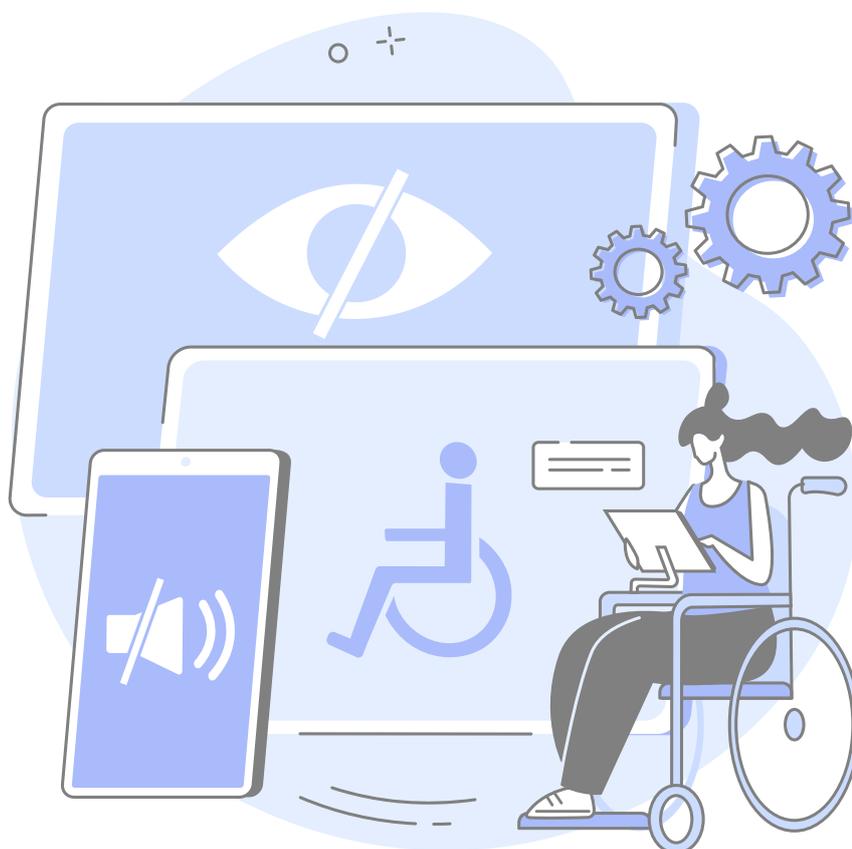


8. Suivi et indicateurs

Plusieurs indicateurs sont mis en place pour mesurer la progression :

- Taux de conformité RGAA global, par service et par critère.
- Nombre et nature des non-conformités détectées et corrigées.
- Pourcentage de documents accessibles sur le site.
- Nombre de collaborateurs formés et sensibilisés.
- Temps moyen de traitement des signalements utilisateurs.
- Nombre de retours positifs ou négatifs sur l'accessibilité via les outils de feedback.

Un rapport annuel est produit et communiqué aux instances concernées.



9. Communication et sensibilisation

Une politique de communication est mise en œuvre afin d'ancrer l'accessibilité dans la culture d'entreprise :

- Formation régulière des équipes (présentiel et e-learning).
- Communications internes dédiées à l'accessibilité.
- Mise à disposition de guides, checklists et outils pratiques.
- Organisation d'ateliers et de retours d'expérience avec des utilisateurs en situation de handicap.
- Mise en place d'une adresse e-mail pour le recueillement des signalements liés à l'accessibilité



10. Engagement et perspectives

[retour »](#)

MetLife France affirme son engagement en faveur de l'accessibilité numérique, dans une logique d'amélioration continue et d'exemplarité.

Ce schéma pluriannuel traduit cette volonté en plan d'actions concret et mesurable, à travers la mobilisation des ressources humaines, techniques et financières.

Au-delà de 2027, la démarche sera poursuivie en intégrant les évolutions réglementaires, technologiques et les retours d'expérience, afin d'assurer une expérience numérique toujours plus inclusive, respectueuse des droits et attentes de tous.

