

SCHEMA
PLURIANNUEL
DE MISE EN
ACCESSIBILITÉ
NUMERIQUE

Juin 2025

AIRFRANCE 

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES	2
DÉCLARATION D'ACCESSIBILITÉ	3
1. INTRODUCTION	3
1.1 CONTEXTE	3
1.2 LES ENGAGEMENTS D'AIR FRANCE	3
2. LES COMMUNICATIONS CLIENTS ET LA COLLECTE DES RETROACTIONS	4
2.1 LA COLLECTE DES RETROACTIONS	4
2.2 LES FORMATS DE COMMUNICATION ALTERNATIFS	4
3. L'ACCESSIBILITE DIGITALE	5
3.1 LA DECLARATION D'ACCESSIBILITE DIGITALE	5
3.2 DES AMELIORATIONS EN CONTINU SUR LES PLATEFORMES DIGITALES	5
4. LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS	6
4.1 LE SITE INTERNET ET L'APPLICATION MOBILE	6
4.2 LES CENTRES D'APPEL DEDIES ET LES RESEAUX SOCIAUX	6
5. Les interactions avec le client	6
5.1 Les actions de sensibilisation et de formation de tout le personnel	6
5.2 LES CAMPAGNES DE COMMUNICATION PERSONNALISEE A CHAQUE ETAPE DU PARCOURS CLIENT	7
6. LA CONCEPTION ET LA PRESTATION DE PRODUITS ET SERVICES	7
6.1 A l'aéroport	8
6.2 Pendant le vol	8
6.3 La cocréation avec les partenaires	9

DÉCLARATION D'ACCESSIBILITÉ

1. INTRODUCTION

1.1 CONTEXTE

Depuis 1933, Air France porte haut les couleurs de la France à travers le monde entier.

Avec des activités réparties entre le transport aérien de passagers, le fret, la maintenance et l'entretien aéronautique, Air France est un acteur majeur du secteur aérien et propose à tous ses clients la meilleure expérience de voyage possible, confortable, attentionnée et fiable.

Air France accueille toutes les personnes en situation de handicap, sous condition de respect des exigences de sécurité des vols et s'engage à les faire bénéficier d'une prise en charge adaptée à leurs besoins dans le respect des réglementations européennes et mondiales.

Air France leur propose des produits et services afin de rendre leur voyage sûr, confortable et le plus accessible possible.

Une attention particulière est apportée à ces clients afin de répondre à leur besoin d'assistance et leur apporter l'aide nécessaire tout en respectant leur autonomie. Cette offre se conforme aux exigences réglementaires locales pour l'ensemble du parcours client au travers notamment du service de centres d'appels dédiés, du transport d'équipements spécifiques, du service d'assistance à l'aéroport, de l'aménagement adapté de la cabine et de la formation et sensibilisation de tout le personnel.

En 2024, 690 000 passagers en situation de handicap déclarés ont voyagé avec Air France et 65% des vols accueillaient au moins un client handicapé à bord.

Avec la programmation à Paris des jeux olympiques et jeux paralympiques, Air France a eu l'opportunité unique de transporter des athlètes, des officiels, et des supporters du monde entier vers le lieu de cette grande célébration du sport.

Pour les Jeux Olympiques, ce sont ainsi plus de 10 200 athlètes, délégations sportives et journalistes, transportant plus de 25 000 bagages qui ont voyagé sur les lignes d'Air France.

Pour les jeux paralympiques, 1 athlète sur 3 a voyagé avec Air France !

A cette occasion, Air France a travaillé de façon concertée avec le groupe ADP pour faire en sorte que les fauteuils roulants des athlètes leur soient remis directement à la porte de l'avion. Ce process, qui demande une coordination opérationnelle complexe, est en cours de pérennisation et d'extension pour nos clients.

1.2 LES ENGAGEMENTS D'AIR FRANCE

Avec un réseau international de transport de passagers vers près de 190 destinations desservies dans 74 pays à l'été 2025, Air France est soumise à de nombreuses exigences réglementaires nationales.

Fondement du contrat entre les compagnies aériennes et leurs clients, la sécurité des vols est une priorité pour toute compagnie aérienne et, à ce titre, fait l'objet de nombreux contrôles et certifications.

Air France satisfait ainsi pleinement aux normes extrêmement strictes et aux standards les plus élevés du transport aérien : au niveau mondial, avec l'OACI (Organisation de l'aviation civile internationale) et avec l'IATA (association internationale du transport aérien), européens avec l'AESA (Agence Européenne de la Sécurité Aérienne) et national avec la DGAC (Direction Générale de l'Aviation Civile, son autorité de tutelle).

Le Règlement Européen (CE) n° 1107/2006 du Parlement Européen et du Conseil du 5 juillet 2006 concernant les droits des personnes handicapées et des personnes à mobilité réduite s'applique aux états membres de l'Union Européenne et encadre le traitement et l'accessibilité des passagers.

D'autre part, l'accessibilité numérique vise à rendre possible l'accès à l'information numérique quelle que soit la nature du handicap des personnes et la façon dont chacun consulte l'information. Il s'agit de respecter des règles fonctionnelles, graphiques, techniques et éditoriales qui permettront à tous d'accéder à l'information et aux services quels que soient leurs outils de consultation.

En ce qui concerne l'accessibilité numérique, Air France vise à proposer à ses clients un site internet et une application mobile accessibles en se conformant aux exigences RGAA (Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité) et WCAG (Web Content Accessibility Guidelines).

En France, c'est le décret d'application du 24 juillet 2019 relatif à la loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances qui fixe les obligations en matière d'accessibilité numérique et les délais de mise en conformité.

Les livrables de cette loi sont les suivants : un document stratégique qu'est le Schéma Pluriannuel d'Accessibilité Numérique ; un document décrivant le plan d'action annuel ; une déclaration d'accessibilité de tous les sites et applications mobiles ; enfin une mention « non conforme/partiellement conforme/conforme » qui doit prendre place dès la page d'accueil des pages web.

Par ailleurs, la directive (UE) n° 2019/882 du Parlement Européen, qui vise à harmoniser les normes d'accessibilité des états membres en fixant des exigences communes, entre en vigueur le 28 juin 2025 par une phase transitoire jusqu'au 28 juin 2030.

2. LES COMMUNICATIONS CLIENTS ET LA COLLECTE DES RETROACTIONS

2.1 LA COLLECTE DES RETROACTIONS

Air France met tout en œuvre pour atteindre ses objectifs en matière d'accessibilité, et travaille en permanence à l'amélioration de certains critères.

Pour cela, Air France encourage toute personne en situation de handicap à lui faire part d'éventuelles difficultés rencontrées pour accéder à un contenu ou à un service, que ce soit sur son site ou sur l'application et à lui proposer des suggestions d'amélioration.

Ces retours sont à adresser à l'adresse suivante : [**mail.digital.accessibility@airfrance.fr**](mailto:mail.digital.accessibility@airfrance.fr)

Le responsable des relations clients sur les plateformes digitales reçoit et traite ces remontées et en informe les services impactés, pour assurer leur bonne prise en compte dans les plans d'actions.

Au-delà de cette proposition de collecte des rétroactions relatives à l'accessibilité, Air France recueille quotidiennement les différents comptes-rendus et réactions des clients à travers tous ses outils numériques.

En complément des éventuelles rétroactions transmises par les personnes en situation de handicap, Air France analyse ainsi les retours initiés sur les enquêtes post vol ou sur les rapports des escales et des personnels de cabine. Ces verbatims sont étudiés pour apporter une réponse aux clients et éventuellement alimenter le plan d'action à venir.

Par ailleurs, Air France associe des clients en situation de handicap à ses travaux d'amélioration de l'accessibilité numérique. Ces clients, recrutés dans des associations couvrant une large gamme de handicaps, sont volontaires pour nous aider à répondre au mieux à leurs besoins spécifiques.

2.2 LES FORMATS DE COMMUNICATION ALTERNATIFS

Air France met ses déclarations d'accessibilité à la disposition de ses clients sous des formats alternatifs : que ce soit le format numérique (PDF) ou le format grandes lettres, et ce sur son site internet.

Air France met également tout en œuvre pour fournir la déclaration du plan d'accessibilité ainsi que le processus de rétroaction sous des formats braille ou support audio sur demande du client.

Ces requêtes sont satisfaites dès que possible après réception de la demande et au plus tard 45 jours après leur réception pour le braille ou le support audio et 15 jours suivant la réception de la demande pour d'autres supports.

3. L'ACCESSIBILITE DIGITALE

3.1 LA DECLARATION D'ACCESSIBILITE DIGITALE

Air France s'engage à offrir à tous ses passagers la meilleure expérience de voyage, en commençant par une expérience digitale accessible pour tous les passagers, quel que soit leur handicap.

Pour cela Air France met tout en œuvre pour rendre ses sites internet, applications mobiles et infrastructures accessibles à tous.

Pour assurer l'accessibilité digitale, Air France suit les règles pour l'accessibilité des contenus web, critère de niveau AA de la Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2.

Air France s'engage par ailleurs à respecter l'article 47 de la loi n°2005-102 du 11 février 2005.

Une équipe dédiée est en charge de l'accessibilité sur les canaux digitaux.

Elle est notamment chargée d'identifier les axes d'amélioration et accompagner les équipes dans la résolution des défauts d'accessibilité, tout en pilotant les résultats de mesures d'accessibilité en s'appuyant sur les tests automatisés et audits menés sur le site. Elle relève également les retours des clients, tels que décrits dans le paragraphe 2.1.

3.2 DES AMELIORATIONS EN CONTINU SUR LES PLATEFORMES DIGITALES

Air France a lancé un plan d'action pour sensibiliser les équipes de conception et de développement à la nécessité d'intégrer l'accessibilité dès la conception des fonctionnalités et tout au long du processus de développement de nos sites web et applications.

Un accompagnement dédié des équipes digitales a été mis en place pour renforcer les compétences et ainsi améliorer continuellement la conformité et l'expérience client.

Air France sollicite par ailleurs des consultants en accessibilité et organise des sessions de test avec des personnes en situation de handicap, afin d'identifier les axes d'amélioration les plus appropriés à chaque handicap.

En juillet 2025, Air France bénéficiera de l'expertise d'un audit, qui lui permettra de qualifier le niveau d'accessibilité de son site internet France selon le Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité et d'assurer la mise en conformité du site dans toutes ses composantes d'accessibilité.

Au cours de l'année écoulée, Air France a apporté des mises à jour importantes à ses plateformes numériques, notamment en renforçant les fonctionnalités de sécurité du système de demande en ligne afin de protéger les informations personnelles des passagers.

Air France a également amélioré la navigation et les fonctionnalités d'accessibilité du site web afin de garantir une expérience utilisateur fluide à tous les passagers et a actualisé sa déclaration d'accessibilité.

Air France poursuit le développement de l'application mobile, qui permet aux voyageurs de pouvoir réaliser de façon autonome les différentes réservations de voyage avant de contacter le service d'assistance pour les personnes en situation de handicap.

Depuis le début de l'année 2025, les passagers nécessitant une assistance simple peuvent réserver directement leur voyage et demander un service d'assistance à partir de l'application, sans avoir à recourir à l'aide des centres d'appels dédiés.

4. LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS

4.1 LE SITE INTERNET ET L'APPLICATION MOBILE

Depuis 2023, Air France a engagé une démarche qui vise à améliorer en continu l'information publiée sur son site, pour apporter plus de clarté et de transparence aux réponses aux multiples questions que peuvent se poser les clients et pour leur fournir des conseils qui facilitent leur voyage. Air France travaille en permanence à offrir une plus grande lisibilité de ses informations.

Des actions sont également engagées de façon constante pour améliorer le cheminement sur les pages internet, que ce soit lors des étapes de demande d'assistance ou de renseignement de formulaires simplifiés.

Une démarche de simplification des formulaires de demandes d'assistance et déclaration de handicap mis à la disposition des clients est également en cours, qui associe professionnels de la compagnie et clients pour garantir une meilleure appropriation et compréhension de l'information à fournir.

4.2 LES CENTRES D'APPEL DEDIES ET LES RESEAUX SOCIAUX

Air France propose à ses clients de bénéficier d'un service gratuit de centres d'appels dédiés aux personnes ayant un besoin d'assistance ; ce service appelé « Saphir » et disposant de numéros d'appels spécifiques est disponible dans 20 pays.

Les équipes dédiées apportent des réponses personnalisées aux besoins des clients en situation de handicap, les aident lors des réservations et lors de la demande d'assistance, fournissent des conseils et des informations complémentaires et collaborent avec le service médical et le service des transports exceptionnels pour les demandes d'accord spécifiques.

Par ailleurs, Air France est présente pour ses clients sur les réseaux sociaux ; ses équipes répondent à toutes les questions des clients, notamment sur WhatsApp et sur Messenger, à condition qu'ils communiquent leurs informations personnelles (référence de dossier, numéro Flying Blue, etc.) et par message privé uniquement.

5. LES INTERACTIONS AVEC LE CLIENT

5.1 LES ACTIONS DE SENSIBILISATION ET DE FORMATION DU PERSONNEL

Tous les personnels en contact avec la clientèle sont sensibilisés aux attentes des personnes en situation de handicap ; ils reçoivent des formations ciblées pour adapter leur comportement, leur dialogue et leur langage.

Le contenu de la formation a été adapté pour les personnels en charge des opérations de vente et après-vente et déployé dans les centres d'appel dédiés, afin d'intégrer en particulier les valeurs de communication attentive.

Par ailleurs, les personnels en escale, les sous-traitants en charge de l'assistance et les personnels navigants, reçoivent une formation correspondant à leur domaine d'intervention.

Certains membres du personnel navigant et agents commerciaux de la compagnie pratiquent la langue des signes française (LSF) et portent une épinglette (pin's) afin d'être facilement identifiables.

A Roissy Charles de Gaulle, une sensibilisation particulière au handicap a été déployée par Air France à l'été 2024, afin de garantir le meilleur service d'accueil des clients pendant les Jeux Paralympiques.

Une revue de l'ensemble de toutes les formations dispensées a été réalisée, afin de garantir la cohérence de l'ensemble et assurer le même niveau d'informations qualitatives aux centres d'appel, personnels d'escales et personnels navigants.

Ces formations spécifiques viennent en complément des formations comportementales qu'Air France déploie à tous ses personnels en contact avec les clients, dans le cadre de la démarche de « la relation attentionnée » qui est sa signature de service en déclinaison des valeurs de la marque Air France.

5.2 LES CAMPAGNES DE COMMUNICATION PERSONNALISEE A CHAQUE ETAPE DU PARCOURS CLIENT

Air France poursuit sa politique de communication digitale permettant de faciliter l'accessibilité aux personnes en situation de handicap.

Dans le processus de réservation, les demandes d'assistance peuvent être émises durant toutes les phases de préparation au voyage, à savoir en simultané avec la réservation ou ultérieurement, jusqu'à la date du vol prévu.

En 2025, Air France revoit l'intégralité du contenu des messages électroniques adressés à ses clients en situation de handicap lors des différentes étapes d'interaction.

Pour les demandes d'assistance simple (où la confirmation d'assistance est automatique), formulées en simultané avec la réservation, le client reçoit un message complet lui récapitulant les détails de sa réservation et de sa demande d'assistance.

Pour les demandes d'assistance nécessitant des confirmations de service support, le client recevra plusieurs messages lui confirmant les détails de sa demande et les traitements en cours ou réalisés.

Pour les demandes d'assistance formulées dans une phase ultérieure à la réservation, une confirmation de la prise en compte de sa demande est également adressée au client.

Par ailleurs, la communication générique d'Air France envoyée quelques jours avant le voyage sera personnalisée pour les clients en situation de handicap et enrichie de toutes les informations importantes à prendre en compte pour leur futur voyage.

6. LA CONCEPTION ET LA PRESTATION DE PRODUITS ET SERVICES

Dans le cadre de ses appels d'offres en vue de l'achat ou du déploiement de solutions technologiques ou physiques, Air France respecte les différentes normes concernant l'accessibilité des personnes en situation de handicap.

La Direction de l'Expérience Client, responsable des processus relatifs au traitement des personnes en situation de handicap, définit le cahier des charges.

Elle propose le plan d'action global visant à améliorer le produit pour les clients et les salariés, avec comme souci majeur et permanent la qualité et la pertinence du service.

En coordination avec les pôles clients des diverses entités, elle s'assure de la conformité des produits et services, en intégrant les nouvelles exigences réglementaires.

Dans le cadre de son programme de relation attentionnée, Air France est associée au programme « Hidden Disability Sunflower © », qui vise à sensibiliser les agents et les aider à reconnaître et mieux comprendre le handicap invisible.

Les passagers portant le cordon « Hidden Disabilities Sunflower © » pourront ainsi obtenir tout au long de leur parcours un soutien ou une aide supplémentaire de la part du personnel au sol et à bord.

6.1 A L'AEROPORT

Dans l'Union Européenne, les gestionnaires de l'aéroport ont la responsabilité de l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap dans les environnements bâtis.

A l'aéroport, Air France se fait toujours le porte-parole des personnes en situation de handicap auprès des gestionnaires d'aéroport afin d'améliorer les conditions de leur voyage.

En collaboration avec les gestionnaires responsables du bâti et des cheminements aéroportuaires, Air France participe aux projets d'amélioration des infrastructures, afin de faciliter la circulation des personnes en situation de handicap.

Le client est invité à se signaler au minimum 48 heures avant son départ à la compagnie aérienne, afin de pouvoir bénéficier d'une prise en charge.

Toutes les demandes transmises moins de 48 heures avant le départ seront néanmoins traitées au moment de leur expression, en tenant compte au mieux des possibilités immédiates. Air France fera toujours de son mieux pour permettre cette prise en charge.

Les personnes en situation de handicap peuvent s'enregistrer de façon autonome sur les bornes libre-service (Common-Use Self-Service « CUSS »).

De nouvelles bornes libre services ont été déployées par Air France en 2023, offrant des équipements plus performants en termes de visibilité écran, clavier et d'accessibilité.

En 2025, Air France poursuit son engagement à rendre les bornes libre-service toujours plus accessibles aux personnes en situation de handicap et à aménager des comptoirs adaptés.

Par ailleurs, Air France travaille en continu sur l'agencement de ses salons privés, afin d'améliorer l'accès à l'offre pour les personnes en situation de handicap.

En 2025, Air France a travaillé sur l'édition d'un menu « papier » consultable par les clients malvoyants ; Ce nouveau menu « grand format », publié avec une taille plus grande de caractère, une police adaptée et un contraste élevé pour assurer sa lisibilité, vient donc remplacer l'existant.

En 2024, Air France et Aéroport de Paris ont lancé pour les Jeux Olympiques et Paralympiques un dispositif de gestion des fauteuils roulants permettant aux clients en situation de handicap de garder leur fauteuil roulant personnel jusqu'à l'embarquement et de le récupérer à la porte de l'avion à l'atterrissage. Les retours positifs ont permis de pérenniser ce processus à toutes les escales disposant des infrastructures adéquates. Il est dorénavant proposé de façon proactive aux clients qui voyagent avec leur fauteuil roulant manuel.

La prochaine étape vise à inclure l'offre de mise à disposition en porte des fauteuils roulants électriques.

Ce service répond à une attente forte relayée par les diverses associations de personnes à mobilité réduite, car il facilite leur voyage et leur garantit une autonomie maximale tout au long de leur parcours.

6.2 PENDANT LE VOL

Les personnels navigants commerciaux s'assurent de la sécurité et du confort des passagers et recueillent à bord les commentaires ou réclamations des passagers en situation de handicap.

Les aménagements cabine intègrent dès leur conception les exigences liées au transport des clients en situation de handicap, plus particulièrement à mobilité réduite, en tenant compte des contraintes liées au respect des règles de sécurité des vols.

Les Responsables produits d'Air France sont associés en amont aux projets de modification et collaborent avec les constructeurs afin de définir la meilleure offre d'accessibilité.

Air France s'assure de proposer une offre de divertissements à bord accessibles à l'ensemble de ses passagers, tant en termes d'interface qu'en termes de contenu proposé.

En ce qui concerne les fonctionnalités de divertissement en vol, Air France est attentif aux nouveaux développements d'équipements comportant une accessibilité augmentée.

En ce qui concerne la navigation sur écran vidéo de la cabine, Air France suit et encourage la trajectoire d'amélioration de l'accessibilité développée par les fabricants.
Sur les équipements fournis par Panasonic, il est désormais possible de régler individuellement les filtres, le contraste des couleurs et la taille du texte.
Sur les équipements fournis par Safran, une interface améliorée a été proposée en avril 2025, qui sera progressivement déployée sur la flotte d'Air France, en fonction des priorités retenues par flottes d'avion et du planning des immobilisations.

En ce qui concerne son offre de divertissement, Air France met à la disposition des malentendants la possibilité de disposer de sous-titres en français et en anglais pour une grande partie des contenus et à la disposition des malvoyants la fonctionnalité d'audio description, si celle-ci est disponible sur le marché des produits audiovisuels.

Par ailleurs, Air France étudie la possibilité d'utiliser l'intelligence artificielle pour couvrir l'intégralité de l'offre de divertissements dans toutes les langues en matière de sous-titrage automatique.

Enfin l'application Air France Press permet d'adapter la taille de la police sur la plupart des publications, d'activer la lecture audio des articles et de choisir un affichage en mode clair ou sombre pour s'adapter à chacun.

6.3 LA COCREATION AVEC LES PARTENAIRES

Air France s'associe à différents partenaires et associations communautaires, pour recueillir leur expérience et développer des projets d'accessibilité.

Depuis plusieurs années, Air France est partenaire avec de nombreuses associations de référence dans le domaine du handicap. La compagnie a développé des liens étroits avec des instances nationales et européennes dans ce domaine, qui nous permettent de concevoir et développer ensemble toutes les améliorations nécessaires.

Les représentants de ces structures sont ainsi invités à nous faire part de leurs commentaires.

Ces groupes de travail permettent dès lors de mieux comprendre les attentes des personnes en situation de handicap et d'échanger sur leurs expériences de voyage, pour ainsi identifier de nouvelles pistes d'amélioration de l'accessibilité.

AIRFRANCE 