



ACCESSIBILITÉ DES GRANDES SURFACES COMMERCIALES

La présente fiche décrit les principales mesures pour rendre plus facilement accessibles les grandes surfaces commerciales aux personnes sourdes ou malentendantes.

FORMATION DU PERSONNEL D'ACCUEIL

Il est inutile d'enseigner au personnel la LSF (langue des signes) ou la LPC (langue française parlée complétée). En effet cette langue et ce code ne sont pratiqués que par une minorité de personnes sourdes (sur quatre millions de sourds ou malentendants, 115.000 environ pratiquent la LSF, environ 200.000 pratiquent la LPC). Ainsi le personnel ne rencontre que rarement un signeur (personne pratiquant la LSF) ou un codeur (pratiquant la LPC) et comme il ne pratique pas régu-

lièrement la langue, il l'oublie rapidement.

En revanche, il est indispensable d'initier le personnel à la communication non verbale avec les personnes sourdes ou malentendantes : écrire, faciliter la lecture labiale, s'exprimer gestuellement, utiliser des plans...). Cette formation de base suffit généralement à faire face aux besoins commerciaux et améliore les capacités générales du personnel à mieux communiquer.

ZONES D'ACCUEIL ET DE COMMUNICATION

La principale difficulté est de communiquer en cas de difficultés (service après-vente, erreurs de caisse, demande de renseignements...).

Les malentendants sont très gênés

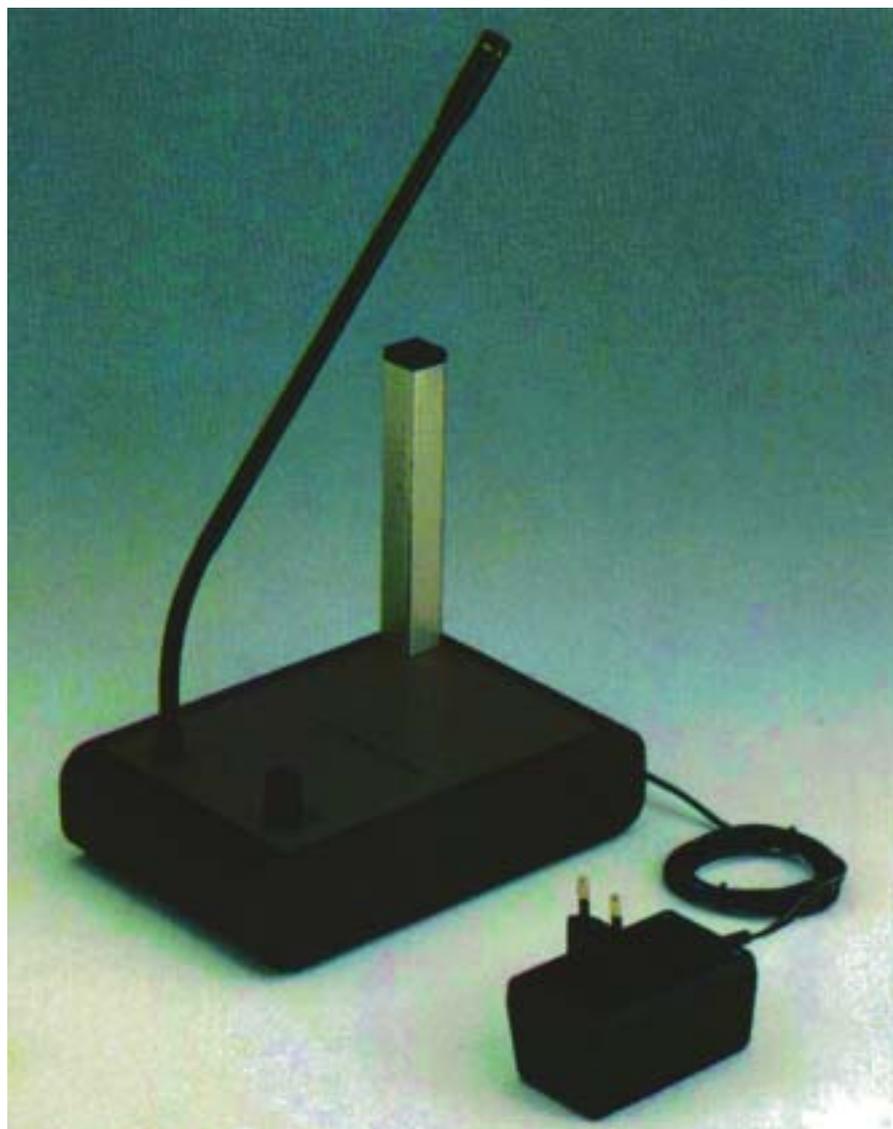
2-AS
Association pour
l'Accessibilité
du cadre de vie aux
personnes Sourdes,
devenues sourdes
ou malentendantes
12, rue d'Auffargis
78690 Les Essarts-le-Roi
www.2-As.org
Fax 01 30 41 55 17

par le bruit de fond. Ces zones seront donc :

- avantageusement isolées du magasin par des cloisons partiellement vitrées afin de limiter le bruit de fond, un plafond acoustique, des cloisons absorbantes et un mobilier en bois sont de nature à améliorer la qualité acoustique de ces zones de communication ;

- équipées d'une induction magnétique pour guichet (type ouvert ou fermé s'il s'agit d'une caisse). Ces équipements sont disponibles auprès des fournisseurs spécialisés et d'usage courant aux guichets de la RATP et de la SNCF. Ils doivent être signalés par un pictogramme « Oreille barrée + T » (« T » étant le symbole de l'induction magnétique).

Les caisses standards réservées aux personnes handicapées pourraient être également équipées d'induction magnétique. Il n'existe pas de produit standard disponible dans le commerce, mais un équipement peut être réalisé avec un « coussin magnétique » placé sous la caisse (produit SMS).



Inducteur magnétique pour guichet ou comptoir ouvert

SIGNALÉTIQUE

Un sourd ne peut pas demander son chemin à un client ou au personnel lorsqu'il ne trouve pas un produit ou un rayon. Il ne perçoit évidemment pas les avis par haut-parleurs et n'est pas informé des promotions commerciales éventuelles.

Un plan général du magasin doit indiquer la position des différents rayons et services. Ce plan doit être conçu pour être facilement mis à jour (réorganisation fréquente des rayons). Il doit en exister au moins deux : un à l'entrée et un dans le magasin (pour ne pas être obligé de franchir la ligne de caisses pour consulter le plan).

Un PMV (panneau à messages variables) électronique sera avantageusement associé à ces plans pour traduire les annonces sonores commerciales et les messages de sécurité (enfant perdu à l'accueil, alerte incendie, etc.). Ces PMV (parfois commandés par un PC) sont disponibles dans le commerce et d'usage courant.

Le personnel d'accueil devrait disposer d'un plan schématique du magasin (format A4, photocopie ou impression à partir d'un PC) de façon à pouvoir visualiser un itinéraire pour une personne sourde à laquelle on remet le plan qui lui permet de mieux s'orienter dans le magasin et de trouver plus



Pictogramme signalant un guichet équipé d'une boucle magnétique (disponible sur www.2-as.org)



Exemple de point d'accueil équipé d'un PMV (cliché : Porte SA)

facilement le rayon qu'elle cherche.

Il va de soi qu'une signalétique claire et à jour est appréciée de tous.

SÉCURITÉ

les personnes sourdes et bon nombre de malentendantes n'entendent pas les sirènes d'alerte (incendie), même très puissantes. Ces personnes ont l'habitude de se guider sur le comportement du public (si tout le monde sort du magasin en courant, les personnes sourdes devinent qu'il y a un problème et suivent le mouve-

ment). Il y a aussi de bonnes chances qu'elles soient accompagnées par une personne entendante ou prévenues par les clients ou le personnel. Donc elles ne courent guère de risques aussi longtemps qu'elles sont dans le public.

Toutefois, pour les établissements de type « hangar » non cloisonné, l'ensemble de la surface peut être facilement couverte par quelques gyrophares (couleur rouge) placés en plafond au dessus des principaux croisements d'allées. Ces gyrophares confirment et amplifient l'alerte.

En revanche, les lieux où la personne sourde est isolée sont

POUR EN SAVOIR PLUS

Bibliographie

Accessibilité du cadre de vie pour les personnes sourdes ou malentendantes

Etablissements recevant du public

Marc Renard
Editions du Fox

Fournisseurs

DEAF SA (VPC)

Z.A. des Quatre Chemins
83340 Flassans

Tél.-Mntl : 04 94 69 82 03 -

Télécopie : 04 94 67 77 80

www.deaf.fr

SMS Audio-électronique
(produits Humantechnik)

138138, Grandre-Rue
68170 Rischeim

www.humantechnik.com

Sté citée

Porte SA

WWW.porte-sa.com

très dangereux, c'est principalement le cas des sanitaires et cabine d'essayage ; parfois de certaines zones commerciales presque closes. Il convient d'équiper ces lieux d'avertisseurs lumineux (flashes ou gyrophares de couleur rouge).

Une bonne conception des cloisons limite le nombre d'avertisseurs lumineux (exemple : l'absence de linteaux ou des linteaux vitrés sur les WC évite d'équiper chaque WC d'un avertisseur).

TÉLÉCOMMUNICATIONS

En cas de difficultés avec un produit, il peut être nécessaire de téléphoner au magasin, ce qu'un sourd ne pourra pas faire. Il faut donc toujours donner, sur tous les documents commerciaux, publicités, factures, tickets de caisse, un

numéro de fax et une adresse e-mail et organiser les services de façon à répondre à ces faxes ou courriels dans les meilleurs délais. Si l'établissement offre habituellement au public un accès aux télécommunications, alors :

- les téléphones publics seront équipés de boucle magnétique (équipement standard chez France-Télécom);
- il sera apprécié de fournir une possibilité de texte téléphoné (Publifax et/ou borne Internet).

ZONES DE REPOS

Certaines personnes sourdes ont des difficultés d'équilibre et peuvent avoir besoin de se reposer dans une grande surface qui est un lieu fatigant (beaucoup de marche, lumières agressives...). Ces dispositions sont également très utiles aux personnes âgées, femmes enceintes, etc.

Il est donc suggéré :

- d'équiper les caisses réservées aux personnes handicapées d'appuis ischiatiques en zone d'attente ;
- de ménager une ou des aires de repos dans le magasin (deux bancs et une fontaine).

Ces zones pourraient également être des points d'information avec PMV et plan du magasin.

LABEL

« TOURISME ET HANDICAPS »

Dans la mesure où les surfaces commerciales peuvent être considérées comme une activité de loisirs, les établissements peuvent demander à bénéficier du label « Tourisme et handicap »

Consulter voir le site du Secrétariat d'État au Tourisme pour les conditions d'obtention de ce label.



AVIS D'EXPERT

LOI 2005-102

Son incidence devra être appréciée après parution des textes d'application de cette loi qui prévoit l'accessibilité des lieux publics, dont les commerces, à tous les types de personnes à besoins spécifiques.

Parution des textes annoncée pour août 2005.