

Explication concernant les visuels d'« Offre d'accès »

La plupart des handicaps étant invisibles, les entreprises n'ont aucun moyen d'identifier parmi leur clientèle les personnes qui sont confrontées à des obstacles pour ce qui a trait à l'accès aux produits et services.

L'apposition d'une image d'« **Offre d'accès** » sur un comptoir, au mur ou dans une brochure informe vos clients que votre entreprise ou votre organisation agira pour accueillir correctement tous ses clients, y compris les personnes handicapées. Ces symboles contribuent au respect de la Loi sur l'accessibilité pour les Manitobains. Les conseils donnés ci-après qui sont précédés d'un astérisque (*) sont des obligations découlant des normes de service à la clientèle.



Sur une aire de stationnement, cette image indique aux clients handicapés qu'un espace répond à leurs besoins d'accès physique. Dans une aire d'accueil, elle informe la clientèle que le personnel aidera les personnes qui ont des problèmes pour se déplacer ou se tenir debout ou qui sont confrontées à d'autres obstacles limitant le service. Voici quelques conseils :

- Parlez directement au client et demandez-lui « Comment puis-je vous aider? » au lieu de faire des suppositions sur ce que cette personne est capable de comprendre ou de faire.
- Ayez des sièges disponibles, par exemple lorsque la clientèle doit attendre pour être servie ou à l'occasion de conversations prolongées.
- Créez suffisamment d'espace dans les allées et les bureaux pour les fauteuils roulants, les ambulateurs et les planches roulantes.
- *Acceptez l'usage d'« appareils fonctionnels » comme les fauteuils roulants ou les ambulateurs; ne les touchez pas et ne les écartez pas des utilisateurs sans la permission de ces derniers.

- Lorsqu'on vous demande d'aider en poussant une personne dans un fauteuil roulant, suivez les instructions. Ne laissez pas la personne dans un endroit inapproprié, face à un mur, dans l'espace d'ouverture d'une porte ou dans un couloir très fréquenté.
- Informez votre clientèle des options d'accessibilité, par exemple un ascenseur ou une rampe d'accès, et veillez à ce que ces options soient disponibles. *Si ce n'est pas le cas, informez la clientèle à l'avance (sur votre site Web) et proposez une solution de remplacement.



Cette image illustre une communication face à face. Elle indique à votre clientèle que *le personnel communiquera de la manière la plus efficace pour les personnes ayant des handicaps touchant la parole ou la communication (malentendants, sourds ou autres). Voici quelques conseils :

- Parlez directement au client et demandez-lui « Comment puis-je vous aider? » au lieu de faire des suppositions sur ce que cette personne est capable de comprendre ou de faire.
- Au besoin, pour attirer l'attention d'une personne qui ne vous entend pas, touchez-lui doucement l'épaule ou faites un signe de la main. Ne criez pas.
- Si vous n'êtes pas sûr de ce qui a été dit, répétez pour confirmer ou demandez poliment au client de répéter l'information. Un papier et un stylo peuvent être utiles.
- Si vous n'êtes pas sûr que le client vous ait compris, répétez ou reformulez ce que vous avez dit. Demandez-lui de confirmer qu'il vous a compris.
- Utilisez le langage corporel, des gestes et des expressions faciales pour faciliter la communication.

- *Acceptez l'usage d'« appareils fonctionnels » facilitant la communication, comme les prothèses auditives, les ordinateurs ou même les téléphones cellulaires.
- Si quelqu'un demande de l'aide pour des instructions ou des formulaires, parlez clairement et trouvez un espace privé pour les questions confidentielles.



Cette image représente les handicaps touchant le cerveau. Elle fait savoir à la clientèle que le personnel aidera les personnes atteintes de déficiences intellectuelles, de démence ou d'un traumatisme crânien nuisant à l'apprentissage et à la compréhension ou de handicaps psychologiques anxiogènes. Voici quelques conseils :

- Parlez directement au client et demandez-lui « Comment puis-je vous aider? » au lieu de faire des suppositions sur ce que cette personne est capable de comprendre ou de faire.
- *Soyez accueillants envers les personnes de soutien, elles sont là pour aider votre client. Demandez au client s'il souhaite que la personne de soutien assiste aux échanges concernant des questions confidentielles.
- Si des droits d'entrée sont imposés, ne les facturez de préférence qu'à votre client. Informez à l'avance votre clientèle si les personnes de soutien doivent elles aussi payer des droits d'entrée.
- Faites preuve de patience. Certaines personnes ont besoin d'un peu plus de temps pour répondre.
- *Communiquez de manière efficace pour le client : utilisez un ton normal, parlez clairement et écartez-vous des lieux bruyants et achalandés.
- Utilisez un langage simple et facilement compréhensible. Donnez des instructions précises. Il peut être utile de donner les renseignements un par un.

- *Réservez un bon accueil aux animaux d'assistance, qui aident les personnes ayant toutes sortes de handicaps invisibles, dont l'anxiété. Voir les détails donnés ci-après.



Cette image représente une personne aveugle. Elle indique à votre clientèle que le personnel aidera les personnes aveugles ou ayant une basse vision. Voici quelques conseils :

- Présentez-vous lorsque vous vous approchez d'une personne aveugle ou ayant une basse vision.
- Parlez directement au client et demandez-lui « Comment puis-je vous aider? » au lieu de faire des suppositions sur ce que cette personne est capable de comprendre ou de faire.
- Si un client aveugle ou ayant une vision très basse demande à être guidé, offrez-lui votre coude pour servir de guide.
- *Faites un bon accueil aux animaux d'assistance, qui aident les personnes aveugles ou ayant une vision basse ou d'autres sortes de handicaps.
- Le *Code des droits de la personne* du Manitoba stipule que les animaux d'assistance peuvent accompagner une personne handicapée dans tous les lieux publics. Le client doit contrôler l'animal d'assistance.
- Ne distrayez pas les animaux d'assistance en leur parlant, en les caressant ou en leur donnant à manger. Ce sont des animaux de travail, pas des animaux de compagnie.
- Si vous n'êtes pas sûr qu'il s'agisse d'un animal d'assistance, demandez s'il a été dressé pour aider la personne handicapée. Ne demandez pas à la personne qui a un animal d'assistance quel est son handicap.
- Proposez de l'aide, par exemple lire ou remplir un formulaire avec la personne dans un espace privé.

- *Acceptez l'usage d'« appareils fonctionnels » facilitant la communication comme les téléphones cellulaires, les iPad ou les ordinateurs.
- Proposez de fournir l'information dans des médias substitués (par exemple, en gros caractères ou par courriel).
- *Rendez les communications plus faciles à voir et à lire en utilisant des couleurs contrastées (noir sur blanc), un lettrage clair (ici, une police Arial), une grande taille de police (ici, 14). Évitez les *italiques*, le soulignement et les **caractères gras**.



Le gouvernement du Manitoba et d'autres services du secteur public peuvent avoir sur leurs visuels d'« offre active » une cinquième image représentant la langue des signes. Même si les textes et les notes manuscrites sont utiles, certaines discussions avec des clients sourds nécessiteront des services professionnels d'interprétation en ASL (langage gestuel américain).

- Si une consultation ou une discussion est nécessaire, prenez des dispositions avec le client pour réserver les services d'un interprète professionnel.
- * **Demandez de la rétroaction** pour mieux savoir comment répondre aux besoins de votre clientèle en matière d'accessibilité. Informez-la de votre processus de rétroaction et conservez des notes.



Pour en savoir plus, visitez le site

<http://www.accessibilitymb.ca/index.fr.html>