

Modèle de politique d'accessibilité pour le service à la clientèle

**« Le problème, ce ne sont pas nos différences,
c'est notre réaction aux différences. »**
~ Anonyme

La nouvelle norme d'accessibilité du Manitoba prévue par la Loi sur l'accessibilité pour les Manitobains signifie un très bon service à la clientèle pour tous.

Le présent guide offre des conseils pour éliminer les barrières auxquelles vos clients pourraient faire face lorsqu'ils ont accès à vos biens et services. En apprenant ces conseils et en les utilisant, vous aiderez à répondre aux exigences du Règlement sur les normes de service à la clientèle.

Vous acquerrez des connaissances sur les sujets suivants :

1. les attitudes qui créent ou éliminent les barrières;
2. la façon de mettre l'accent sur la barrière et non le handicap;
3. la façon d'éliminer les barrières à la communication;
4. les dispositifs d'assistance et la façon de servir les clients qui les utilisent;
5. la façon d'aider les personnes accompagnées par une personne de confiance;
6. les droits des personnes qui ont recours à un animal d'assistance.

Vos clients sont la meilleure source de renseignements sur les besoins qu'ils pourraient avoir. La plupart des solutions seront simples, et les clients apprécieront votre attention et votre considération.

Si vous remarquez qu'un client a de la difficulté à accéder à vos services, vous pouvez commencer par simplement demander : **comment puis-je vous aider?**

1. Attitudes qui créent ou éliminent les barrières

Attitudes : Une des barrières les plus difficiles à éliminer à laquelle font face les personnes handicapées est l'attitude. Vos clients handicapés viennent se procurer des biens et services. Traitez-les de la même manière que les autres clients et ne vous fiez pas à ce que vous croyez qu'une personne peut ou ne peut pas faire. Faire des remarques sur leur incapacité, les prendre en pitié ou leur dire qu'ils sont une source d'inspiration les singularise, ce qui n'est pas apprécié ou approprié.

Conseils généraux de courtoisie à l'égard des personnes handicapées

- Ne faites pas de suppositions sur les capacités ou les limitations d'une personne; le handicap de chaque personne est différent. Efforcez-vous d'éliminer la barrière et non de déterminer l'incapacité.
- Posez des questions si vous n'êtes pas sûr de savoir ce dont une personne a besoin. Ne demandez pas « quel est votre handicap? » Demandez plutôt « comment puis-je vous aider? »
- Adressez-vous à tous vos clients, y compris les clients handicapés, avec respect. Le contact visuel et un sourire font beaucoup d'effet.
- Tenez compte des signaux donnés par votre client. Par exemple, si une personne est aveugle, ça ne veut pas dire qu'elle est aussi malentendante.
- Faites preuve de patience – les personnes handicapées peuvent avoir besoin de plus de temps pour s'exprimer ou pour se déplacer.
- Pour appuyer les clients qui sont très anxieux, pensez à des façons de rendre votre salle de réception apaisante ou offrez un espace tranquille distinct, dans la mesure du possible.
- Parlez à votre client et non à la personne qui l'accompagne. Un handicap n'empêche pas une personne de décider elle-même quels produits acheter et quels services demander.
- Utilisez un langage respectueux qui fait passer la personne en premier. (Exemple : « personne ayant un problème de santé mentale »)

2. Mettez l'accent sur la barrière et non sur le handicap.

Les **barrières physiques** créent des obstacles qui rendent l'accès à un lieu difficile pour certaines personnes. Les barrières physiques comprennent les couloirs obstrués, les portes étroites, les étagères très hautes, les courbes, les escaliers, etc. Ces barrières peuvent nuire énormément aux aînés et aux personnes ayant un problème de santé temporaire ou permanent, des blessures ou une incapacité.

Les barrières physiques créent non seulement des défis pour se déplacer, elles ont également un effet sur la capacité de la personne à manipuler les objets, comme une boîte, un guichet automatique ou une poignée de porte. Un rayonnement élevé est une barrière évidente pour une personne de petite taille. D'autres barrières peuvent être moins évidentes, comme lorsqu'un client a de la difficulté à manipuler des objets en raison de douleur, d'engourdissement ou de spasmes.

CONSEILS :

- Ne présumez pas qu'un type d'aide en particulier est nécessaire. Demandez plutôt comment vous pouvez aider.
- Ayez un endroit où les clients peuvent s'asseoir lorsqu'ils attendent pour être servis par exemple. Pendant une longue conversation, pensez à inviter tous les participants à s'asseoir.
- Organisez l'espace (allées, bureaux, tables) pour qu'il y ait de la place pour les fauteuils roulants, les scooters et les déambulateurs.
- Indiquez aux clients où ils peuvent demander de l'aide et assurez-vous qu'une personne est disponible pour les aider.
- Si on vous demande d'aider à pousser une personne en fauteuil roulant, ne la laissez pas dans un endroit gênant, comme face à un mur, dans un corridor achalandé ou sur le trajet de l'ouverture d'une porte.

Les **barrières technologiques** découlent du fait que les technologies ou la façon dont on les utilise ne sont pas accessibles à tout le monde.

- Permettez aux clients de communiquer avec vous de diverses façons (par exemple : si vous offrez habituellement l'inscription en ligne uniquement, donnez également des renseignements sur l'inscription par téléphone ou courriel.)
- Offrez toujours une option qui ne dépend pas de la technologie pour avoir accès aux biens ou services.
- Soyez prêt à converser avec une personne qui utilise un téléphone cellulaire, une tablette ou un ordinateur pour communiquer.

Les **barrières systémiques** sont des politiques, des pratiques ou des procédures qui font que certaines personnes ont un moins bon accès que les autres ou sont exclues. Parlez à votre employeur si vous pensez que certaines politiques nuisent à l'accès aux biens ou aux services.

- Si vous organisez habituellement des rencontres avec les clients le matin, mais que vous avez des clients atteints d'insomnie ou d'autres troubles nuisant au sommeil, faites des exceptions.
- Si vous avez une politique interdisant les animaux, sachez qu'elle ne s'applique pas aux animaux d'assistance.

3. Comment éliminer les barrières à la communication

Les barrières à la communication surviennent quand la façon dont l'information est présentée ne peut être perçue ou comprise par tout le monde (par exemple lorsque la bonne réception des messages dépend de la qualité de la vue, de l'ouïe, de l'élocution et de la compréhension).

Les barrières à la communication qui concernent les personnes aveugles ou qui ont une déficience visuelle se révèlent lorsqu'on s'attend à ce que les clients lisent des panneaux, des formulaires et des renseignements généraux, qu'ils comprennent des gestes, reconnaissent des points de repère ou voient les dangers.

CONSEILS :

- Ne présumez pas que seules les personnes utilisant une canne blanche ou accompagnées d'un animal d'assistance sont aveugles ou ont une déficience visuelle.
- Si vous réalisez qu'une personne a une déficience visuelle, présentez-vous en approchant et parlez-lui directement.
- Donnez toujours à vos clients l'occasion de vous dire ce dont ils ont besoin.
- Si une personne demande à être guidée, offrez-lui votre coude ou votre épaule. Soyez détendu et marchez à un rythme normal. Informez le client si vous approchez d'un obstacle (pilier), d'une ouverture étroite ou d'escaliers.
- Si quelqu'un demande de l'aide pour la lecture ou des instructions, parlez clairement et donnez des instructions précises et détaillées, loin des autres clients.
- Proposez d'autres formats, en gros caractères ou en version électronique. De nombreuses personnes aveugles utilisent des logiciels de lecture d'écran sur leurs ordinateurs pour lire divers éléments.
- Certaines étiquettes sont trop petites pour que la plupart d'entre nous puissent les lire. Pensez à avoir une loupe disponible sur place.
- Voyez également « les droits des personnes qui ont recours à un animal d'assistance ».

Lorsqu'il n'y a pas d'autre possibilité que la communication orale, **les personnes malentendantes ou sourdes (de naissance ou non) se heurtent à des barrières à la communication.** Les personnes malentendantes ou sourdes (de naissance ou non) utilisent généralement un amplificateur (p. ex. : appareils auditifs), parlent ou peuvent lire sur les lèvres. Les personnes ayant une déficience auditive grave peuvent utiliser une combinaison de formes de communication, dont le langage ASL, les documents imprimés et le langage parlé.

CONSEILS :

- Si vous savez qu'un client a une déficience auditive, vous pouvez vouloir attirer son attention avec un commentaire accueillant, en le touchant délicatement ou en faisant un signe de la main.
- Donnez toujours à vos clients l'occasion de vous dire ce dont ils ont besoin.
- Assurez-vous de faire face à votre client et de parler à un débit normal. Ne criez pas et n'exagérez pas non plus les mouvements de vos lèvres. Si nécessaire, déplacez-vous vers un endroit bien éclairé, loin des fenêtres, ou vers un endroit plus tranquille.
- Vous pouvez vouloir demander si une autre forme de communication serait utile. Les options comprennent papier et crayon ou les messages textes.
- 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.
- Certains sujets abordés avec les personnes sourdes peuvent nécessiter le recours à un interprète professionnel. Regardez le client, et non l'interprète, et parlez-lui directement. Communiquez avec le Bureau de l'accessibilité du Manitoba pour obtenir plus d'information.
- Si vous communiquez avec vos clients à l'aide d'un système de diffusion publique, offrez-leur un moyen visuel, par exemple, un écran d'affichage.
- En cas d'urgence, avertissez la personne sourde en lui touchant l'épaule pour avoir son attention. Utilisez des gestes pour indiquer l'urgence, le besoin d'évacuer, etc.

Les barrières à la communication qui concernent les personnes ayant des problèmes d'élocution se révèlent lorsque le client doit parler clairement pour obtenir un service en personne ou au téléphone.

Certaines personnes ont une élocution difficile, ce qui vous amène à demander de répéter ou d'écrire l'information requise. D'autres peuvent utiliser un tableau de communication, un synthétiseur de voix par ordinateur ou d'autres dispositifs d'assistance pour communiquer.

CONSEILS :

- Ne faites pas de suppositions sur les motifs pour lesquels une personne a de la difficulté à parler ou à articuler. Un accident vasculaire cérébral, une blessure, un handicap ou une récente visite chez le dentiste peuvent tous nuire à l'élocution de votre client.
- Ne présumez pas qu'une personne qui ne peut parler clairement est incapable de comprendre.
- Donnez toujours à vos clients l'occasion de vous dire ce dont ils ont besoin, ainsi que la façon dont ils désirent communiquer.
- Faites preuve de patience. Trouvez un endroit tranquille. Ne coupez pas la parole à votre client et ne finissez pas ses phrases pour lui.
- Si vous n'êtes pas sûr de ce qui a été dit, répétez pour confirmer ou demandez poliment au client de répéter l'information. Dans la mesure du possible, posez des questions auxquelles le client peut répondre par oui ou par non.
- Si vous ne pouvez pas comprendre une personne qui communique avec vous par téléphone, informez-la que vous avez de la difficulté à la comprendre et demandez s'il pourrait y avoir un autre moyen de communiquer. Ne raccrochez pas!

Les barrières à la compréhension peuvent survenir lorsque le client doit se concentrer pour comprendre, apprendre, organiser ou retenir des renseignements.

CONSEILS :

- Ne faites pas de suppositions sur les raisons pour lesquelles une personne a des difficultés à comprendre ou sur ce qu'elle peut comprendre. Une lésion cérébrale, une déficience intellectuelle, un trouble de l'apprentissage, un trouble de santé mentale, la démence et une journée très chargée peuvent tous avoir un effet sur la compréhension ou la mémoire.
- Ayez un ton respectueux et donnez toujours l'occasion aux clients de vous dire ce qu'ils veulent.
- Adressez-vous directement à votre client, et non à la personne qui pourrait l'accompagner.
- Utilisez un langage simple et facilement compréhensible. Il peut être utile de donner les renseignements un par un.
- Si vous êtes dans une zone achalandée avec beaucoup de distractions, pensez à vous déplacer dans un lieu plus tranquille où il y a moins de distractions.
- Faites preuve de patience : certaines personnes peuvent prendre un peu plus de temps pour traiter les renseignements, pour comprendre et pour répondre.
- Écrivez les renseignements importants afin que la personne n'ait pas à se fier à sa mémoire.
- Gardez les renseignements écrits clairs et simples. Le fait de laisser de l'espace blanc sur le papier (ne pas encombrer la page), l'utilisation de puces ou d'images peuvent tous aider à la bonne transmission du message.
- Utilisez une signalisation simple dans les zones de circulation clé pour aider à l'orientation.
- Si un client semble anxieux ou en situation de crise, demandez-lui de vous dire quelle est la meilleure façon de l'aider. Soyez confiant, calme et rassurant.

4. Dispositifs d'assistance et façon de servir les clients qui les utilisent

Les dispositifs d'assistance permettent aux personnes handicapées de faire leurs tâches et activités quotidiennes et de surmonter de nombreuses barrières. Les dispositifs d'assistance comprennent les fauteuils roulants, les déambulateurs, les appareils auditifs, les cannes blanches et parfois les ordinateurs ou les téléphones cellulaires.

CONSEILS :

- Demandez la permission avant de toucher ou de manipuler tout dispositif d'assistance.
- Ne déplacez pas les aides à la mobilité hors de la portée ou du champ visuel du client.
- Informez les clients des dispositifs d'assistance que vous offrez. Par exemple, certains organismes disposent d'ordinateurs dotés de grands écrans.
- Si vous avez des dispositifs d'assistance, sachez comment aider votre client à les utiliser (par exemple, comment augmenter la police de caractères à l'écran).
- N'hésitez pas à utiliser un téléphone cellulaire à des fins de communication pour qu'un client puisse lire ce qu'il ne peut entendre.
- Informez toujours les clients si certaines installations d'accessibilité, comme un ascenseur ou une salle de toilette accessible, sont temporairement fermées. Indiquez le nom d'une personne avec qui communiquer pour plus de renseignements ou proposez une autre forme d'arrangement, dans la mesure du possible.

5. Comment aider les clients accompagnés par une personne de confiance

Un client peut être accompagné par une personne de confiance qui l'aide pour sa mobilité, ses soins personnels ou sa compréhension.

La norme d'accessibilité pour le service à la clientèle exige que votre entreprise ou votre organisme permette à vos clients handicapés d'être accompagnés par une personne de confiance en tout temps. Si la personne de confiance doit payer pour être admise, la norme exige que l'organisme donne un préavis.

CONSEILS :

- Accueillez les personnes de confiance dans votre milieu de travail ou dans votre lieu d'affaires.
- Parlez directement à votre client, et non à la personne de confiance qui l'accompagne. Ne présumez pas que la personne accompagnée ne comprendra pas.
- Si possible, évitez d'exiger des droits d'entrée ou d'autres frais à la personne de confiance. S'il y a des frais à payer, informez les clients à l'avance.

6. Droits des personnes qui ont recours à un animal d'assistance

Selon le Code des droits de la personne (Manitoba), un animal d'assistance est un « animal qui a été dressé pour fournir à une personne ayant une incapacité de l'aide... » (par exemple les chiens guides sont formés pour aider les personnes aveugles). Les animaux d'assistance aident les personnes ayant une vaste gamme de handicaps et de maladies, dont l'autisme, le diabète, l'épilepsie, l'anxiété et le trouble de stress post-traumatique.

CONSEILS :

- Les animaux d'assistance sont les bienvenus partout où l'on accueille des gens.
- Les animaux d'assistance sont des animaux qui travaillent, et non des animaux de compagnie. Le fait de caresser l'animal ou de s'adresser à lui peut causer de la confusion ou de la distraction.
- Les chiens-guides portent généralement un harnais. Les autres chiens d'assistance peuvent porter des vestes.
- S'il est difficile de déterminer si le client est accompagné d'un animal de compagnie ou d'un animal d'assistance, le personnel peut demander s'il a été dressé pour aider relativement à une incapacité. Ne demandez pas au client quelle est la nature de son incapacité.
- N'appliquez pas les politiques concernant les animaux de compagnie aux animaux d'assistance.
- N'exigez pas de frais supplémentaires pour la présence d'un animal d'assistance.

- Le maître d'un animal d'assistance doit en prendre soin et le contrôler en tout temps. Le personnel peut rappeler au maître que l'animal d'assistance ne peut aboyer, s'éloigner ou avoir d'autres comportements incorrects. Si le maître ne contrôle pas l'animal d'assistance, le personnel peut leur demander de quitter les lieux.

7. Maintenir le plein accès

La norme d'accessibilité pour le service à la clientèle exige que votre entreprise ou votre organisme maintienne des caractéristiques d'un bâtiment ou d'un espace qui aident à créer un plein accès (par exemple des corridors larges). Si des caractéristiques d'accessibilité, comme un ascenseur, ne sont pas disponibles de façon temporaire, les clients doivent en être avertis, préférablement à l'avance.

- Demandez aux clients si vous pouvez aider (par exemple, en offrant d'ouvrir une porte ou de l'aide pour atteindre un produit).
- Organisez les présentoirs ou les tables en laissant beaucoup d'espace pour le passage des fauteuils roulants, des scooters et des déambulateurs.
- Favorisez l'accès aux biens en les plaçant à portée de la main ou en cataloguant vos produits.
- Dégagez la neige des trottoirs et appliquez du gravier aux endroits glissants autour de votre immeuble.
- Placez une affiche pour aviser vos clients lorsqu'une caractéristique d'accessibilité n'est pas disponible de façon temporaire et indiquez le nom d'une personne avec qui communiquer pour plus de renseignements.

8. Demandez à recevoir de la rétroaction.

La norme d'accessibilité pour le service à la clientèle exige que votre entreprise ou votre organisme offre aux clients la possibilité de donner de la rétroaction afin d'aider à repérer et à éliminer les barrières ou de commenter la qualité des initiatives et des services. Votre entreprise ou votre organisme doit faire le suivi des mesures prises en conséquence de la rétroaction. En tant qu'employé, vous pouvez aider.

- Parlez aux clients du processus de rétroaction de votre organisme et de la façon dont ils peuvent commenter par écrit.
- Prenez en note la rétroaction que vous recevez en personne et transmettez-la à votre gestionnaire.
- Si la rétroaction comprend une demande de suivi, indiquez aux clients quelle est la période d'attente prévue avant qu'une personne les appelle pour discuter des mesures à prendre.

En conclusion :

Un service à la clientèle accessible est un bon service à la clientèle pour tous.

Si vous n'avez pas encore reçu de formation sur l'accessibilité du service à la clientèle, demandez à votre gestionnaire quelles sont les options offertes ou visitez la section des ressources du site <http://www.accessibilitymb.ca/index.fr.html> pour connaître les services d'accessibilité, y compris la formation.

Pour obtenir de plus amples renseignements ou demander le document en d'autres formats :

Consultez le site **AccessibiliteMB.ca** ou communiquez avec l'organisme suivant :

Bureau de l'accessibilité du Manitoba

240, avenue Graham, bureau 630

Winnipeg (Manitoba) R3C 0J7

Téléphone : 204 945-7613 (à Winnipeg)

Sans frais : 1 800 282-8069, poste 7613 (à l'extérieur de Winnipeg)

Télécopieur : 204 948-2896

Courriel : MAO@gov.mb.ca

Désaveu de responsabilité : Le présent document ne contient pas de conseils juridiques et devrait être lu en parallèle avec les règlements pris en application de la Loi sur l'accessibilité pour les Manitobains.