

Vous souhaitez faire savoir que vous êtes accessible aux personnes sourdes et malentendantes ? Rien de plus facile, mais il y a **quelques ficelles à connaître**.

Le premier réflexe des organisations qui souhaitent faire savoir qu'elles sont devenues accessibles est souvent de **se tourner vers les associations** représentatives ou de personnes sourdes et malentendantes. C'est un bon réflexe, mais **il a ses limites** et il ne faut pas négliger l'inclusion de l'information dans les réseaux de communication habituels de l'organisation.

Comment dois-je penser mes outils de communication ?

Votre organisation a un **site Internet** : mettez l'information sur l'accessibilité de celle-ci en ligne !

Attention, le public sourd ne sait pas que votre organisation est accessible et si l'information ne lui parvient pas par un autre canal, il risque de ne jamais le savoir... à moins qu'il n'aille sur votre site Internet et trouve **l'information clairement et directement dès la page d'accueil** !

Trop souvent, on voit que l'information est reléguée au fin fond du site Internet dans une section dont le **nom de rubrique** n'invite pas les personnes sourdes à s'y identifier, du style « besoins spécifiques », « publics fragilisés », « publics éloignés ». « Personnes à mobilité réduite » est déjà plus précis comme information, mais les personnes sourdes ne considèrent pas avoir une mobilité réduite, et elles risquent, en voyant ces termes, d'imaginer que cela ne concerne que les personnes qui éprouvent des difficultés à se déplacer. Mal choisir la formulation d'accueil du public sourd, c'est prendre le risque de voir les efforts de communication réduits à néant.

Le mieux est de renseigner directement le type d'adaptation mis en place, soit via un [système de label intelligent](#), soit en annonçant directement « **adapté aux personnes sourdes et malentendantes** » ou en indiquant directement le type d'adaptation proposé « [sous-titrage](#) en français » ou « [interprétation en LSFB](#) prévue ». Faites preuve de bon sens.



Si vous souhaitez toucher un public de personnes sourdes signantes, pensez systématiquement à faire, ou à faire faire, **une vidéo en langue des signes**. Il y a encore beaucoup de personnes sourdes signantes qui sont peu familières avec l'écrit, même le plus simple. C'est la meilleure façon d'attirer ce public.

DIFFUSION visualmundi.be

Dernière mise à jour : 30/06/2017 - Avant de partager ce document, vérifiez s'il n'y a pas une version plus récente.

Ces vidéos ont, certes, un coût. Vous devrez probablement faire appel à un traducteur, bénévole ou professionnel. Pensez-y dès la mise en place du projet et dites-vous bien que **cette vidéo sera la carte de visite de l'adaptation que vous aurez mise en place** au sein de votre organisation. Au plus la vidéo sera professionnelle, et au mieux la personne qui s'exprime à l'écran aura une [LSFB](#) langue des signes de Belgique francophone juste, de bon niveau et un certain dynamisme, au plus vous aurez de chances d'attirer ce type de public, ou même que la vidéo soit facilement partagée sur les réseaux sociaux. **Soyez pro.**

Les personnes sourdes, qu'elles sachent lire ou non, sont très attachées au **visuel**, encore davantage que les personnes entendant, qui le sont déjà beaucoup elles-mêmes. C'est le visuel qui garantit, en quelque sorte, que l'activité à laquelle la personne se rendra sera suffisamment visuelle pour qu'elle puisse y voir et y apprendre quelque chose.

La conception des affiches et des dépliants doit être pensée dans cette optique. **Attention aux jeux de mots dans les titres, ils sont souvent mal compris** par le public sourd illettré.

Les vidéos en **LSFB** sont facilement partagées sur les réseaux sociaux, plus encore si elles sont **sous-titrées en français**. Aujourd'hui, sous-titrer une vidéo en français ne prend que quelques minutes avec les éditeurs offerts par les plateformes d'hébergement de vidéos en ligne, comme celle de *Vimeo*. C'est très simple et cela permet de toucher un public plus large. Si par malheur vous n'avez pas le budget suffisant pour élaborer une vidéo en LSFB, **faire sous-titrer votre vidéo tout-public** aura déjà énormément d'impact, vous toucherez encore plus de public si vous pensez à la sous-titrer en anglais ou en néerlandais en plus.



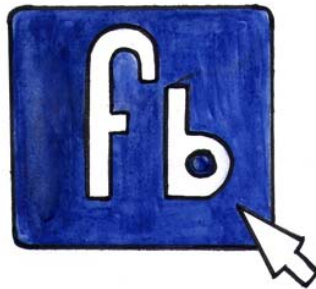
La presse peut vous aider à faire savoir que votre organisation est accessible. Insistez pour, qu'à l'occasion d'un événement presse de votre part, cela se sache. Pour ne pas dire « **le bouche à oreille** », « les mains aux yeux » feront le reste !

Comme pour toute action de communication, il faut veiller à ce que la confiance soit établie ou puisse facilement s'établir entre l'organisation et le public. Cette confiance passe par **l'adéquation entre le service annoncé et le service offert**.

Quels réseaux dois-je utiliser ?

Il vaut mieux envisager la communication en réseaux sous forme de partenariat. Précisez toujours **quelles sont les adaptations que vous avez mises en place**. Un excellent moyen de profiter du réseau des associations ou

des organisations qui sont déjà accessibles, est **d'utiliser la page Facebook de votre organisation** et de partager l'information comme quoi vous êtes accessible. Faites-le aussi, si vous le pouvez, **sur les pages des associations ou dans les groupes qui ont des intérêts communs avec vous.**



Les associations de et pour personnes sourdes/malentendantes sont peu nombreuses et la quantité d'informations que l'on leur demande de partager est très grande, parfois, elle excède largement leurs propres actions. Il faut donc rester vigilant à **établir des partenariats solides ou à s'adresser aux associations qui poursuivent les mêmes buts que vous.**

Par exemple, si vous êtes un lieu culturel, adressez-vous à une association qui organise des visites guidées pour le public sourd et malentendant. Si vous êtes une entreprise, faites-vous connaître auprès des agences d'intérim et des associations spécifiques qui accompagnent les personnes sourdes dans leur recherche d'emploi, ou auprès des organisations qui favorisent l'emploi des personnes handicapées en général.



Si vous êtes un service d'intérêt public, c'est encore plus important que votre adaptation soit mise en place correctement. N'hésitez pas à **vous faire accompagner par la Fédération Francophone des Sourds de Belgique qui suivra votre projet et/ou vous mettra en contact avec des partenaires adéquats. Si votre projet final est bien adapté, elle le cautionnera et elle vous aidera ensuite à diffuser l'information.** Elle attendra de vous en retour que vous **ayez une démarche inclusive**, c'est-à-dire que vous pensiez à long terme et que vous preniez vous-même en charge le processus de communication. Que vous soyez en mesure de le faire en toute **autonomie** et que vous développiez **votre propre réseau**, conformément à la philosophie de la Convention de l'ONU relative aux droits des personnes handicapées.

Encore, une fois, car on ne le répète jamais assez : **utilisez vos canaux d'information tout public et vos campagnes d'affichage !** Même si elles sont minoritaires, les personnes sourdes fréquentent aussi les bus, les gares, les réseaux sociaux, ... Pensez aussi à vous faire connaître des **agences régionales pour les personnes handicapées, des mutuelles et des services communaux.**

Quels labels puis-je avoir ? Quels pictogrammes puis-je mettre ?



En Région de Bruxelles-Capitale et en Région wallonne, il existe maintenant un label qui prend en compte tous les handicaps et qui labellise tous types d'organisations. Il s'agit du **label Access-i**. www.access-i.be. C'est tout d'abord un portail en ligne qui permet d'identifier, d'un seul coup d'œil, le niveau d'accessibilité d'un bâtiment, d'un site ou d'un événement par rapport à chaque type de handicap.

Chaque catégorie de personnes à besoins spécifiques est identifiée par un pictogramme. Celui-ci est placé dans une case dont la couleur varie selon le niveau d'accessibilité de l'espace évalué.

Si la case est **verte**, le site est accessible en autonomie.

Si elle est **orange**, le site est accessible avec un coup de main ponctuel.

Si elle est blanche, une fiche informative est disponible, pour permettre au public d'évaluer les conditions de la visite.

Pour obtenir le label, il faut demander à l'équipe d'Access-i de venir **faire un audit** pour votre bâtiment.

La Fédération Francophone des Sourds de Belgique a accompagné et cautionné les critères qui prévalent pour l'octroi du label Access-i en matière d'accès, d'une part, aux personnes sourdes et d'autre part, aux personnes malentendantes. Le processus de labellisation d'Access-i part du principe que chaque personne, qu'elle soit sourde, ou malentendante, du point de vue de la perte auditive, s'identifie elle-même soit comme étant malentendante soit comme étant sourde, et qu'elle va elle-même choisir la catégorie à laquelle elle appartient. En règle générale, les personnes qui s'identifient comme étant malentendantes sont moins en recherche d'information en LSF, ce qui ne veut pas dire qu'elles n'en tireraient pas profit.



Que vous envisagiez ou non l'obtention du label Access-i, voici **ce qu'il faut savoir sur l'usage courant des pictogrammes.**



- Le pictogramme oreille barrée : Ce pictogramme ne signifie seulement que quelque chose est aménagé pour les personnes sourdes ou malentendantes. Il ne précise pas quoi, ni comment, ni dans quelles limites. Il doit être assorti d'une information complémentaire sur le type d'aménagement mis en place.
- Le pictogramme oreille barrée + T : Ce pictogramme indique la présence d'une boucle à induction magnétique. Le lieu où il est apposé signifie généralement qu'à cet endroit, il est possible d'utiliser la boucle à induction magnétique, autrement, il faut le préciser.
- Le pictogramme « mains qui signent » : Ce pictogramme indique que de l'information est fournie en LSF. Il ne précise pas si c'est par le biais d'une personne qui s'exprime directement en LSF ou si c'est par le biais d'un interprète. A lui seul, il ne précise pas quoi non plus. S'agit-il de l'accueil ? Du contenu culturel ?
- Le pictogramme « interprète » : Ce pictogramme est peu utilisé mais il indique précisément que l'information sera fournie par le biais d'un interprète en LSF. Comme le précédent, il ne précise pas non plus de quoi il s'agit. Par exemple, pour un

festival du film, s'agit-il de vidéos interprétées en LSFB à l'écran ou s'agit-il des rencontres avec les artistes qui sont interprétées ? Le préciser est important.

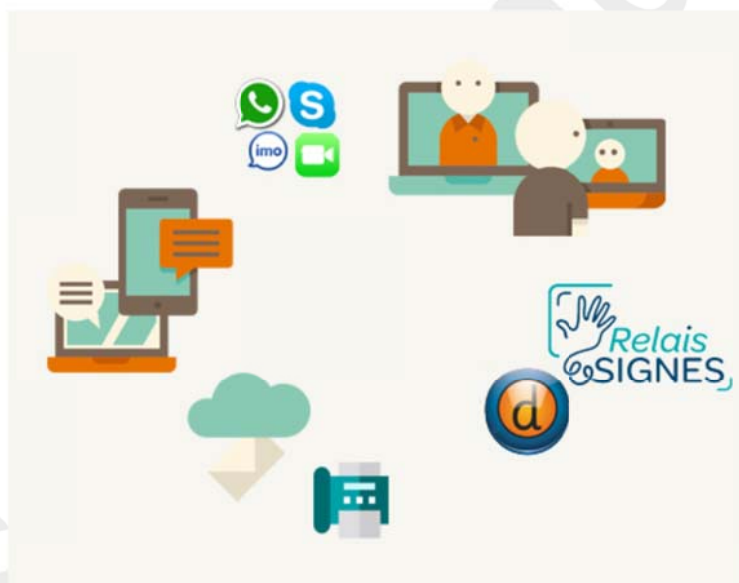
- Le pictogramme « closed captions » ou le pictogramme représentant les « sous-titres » : Ces pictogrammes sont tous les deux très répandus à travers le monde. Ils indiquent que du sous-titrage est disponible. De manière générale, il est toujours utile de préciser de quel sous-titrage il s'agit. S'agit-il d'un sous-titrage uniquement pour les propos en langue étrangère ? S'agit-il d'un sous-titrage complet du début à la fin du film, tous propos confondus ? S'agit-il d'un sous-titrage spécifique pour les personnes sourdes et malentendantes avec des informations sur les bruits d'ambiance ?



Comment les personnes sourdes/malentendantes peuvent-elles me/nous contacter ?

Il y a plusieurs façons d'entrer en contact direct avec une personne sourde ou malentendante, ou de l'amener à se mettre en contact avec vous.

Toutes ces façons présentent chacune des avantages et des inconvénients.



- **L'e-mail est très répandu** et il est facilement utilisable par tous. Il est idéal pour la prise de rendez-vous simple, mais pour les personnes sourdes illettrées, il n'est pas le canal d'expression idéal. Il faut savoir que beaucoup de personnes sourdes et malentendantes utilisent aussi l'envoi d'e-mails dans des situations où elles préféreraient avoir une réponse rapidement, là où des personnes entendant utiliseraient le téléphone. Sachant que la personne qui vous contacte est sourde, c'est aimable de votre part de répondre rapidement ou d'au moins indiquer que la demande a été lue et qu'une réponse y sera apportée sous tel ou tel délai.
- **Le SMS est également très pratique.** Néanmoins il faut savoir que les personnes sourdes illettrées risquent d'être peu claires dans leurs demandes, encore moins même que par l'e-mail. Cette solution est idéale pour la réception de notifications, pour la communication instantanée courte et l'envoi d'informations brèves.

- **Le fax est de moins en moins utilisé** et les personnes sourdes qui continuent à l'utiliser sont souvent âgées et ne disposent pas des moyens de communication modernes. Certaines utilisent même encore **le courrier postal** comme système d'échange.
- Aujourd'hui, le développement **d'applications mobiles** permet de penser des systèmes de communication tout à fait adaptés au public sourd, voire d'y intégrer des systèmes d'appel en visiophonie et des services de messagerie instantanée. En Belgique francophone, les applications les plus répandues au sein de la communauté sourde sont **WhatsApp, Skype, Imo, Facetime et Oovoo**. Tous permettent l'échange de vidéos et de messages textes. Skype, Facetime et Oovoo permettent la conversation vidéo en direct. Votre organisation peut aussi envisager de développer sa propre application. Néanmoins nous vous recommandons de développer votre projet en collaboration avec le Relais Signes pour qu'ils soient technologiquement compatibles.
- **Le Relais Signes et Djanah** : le centre relais visiophonie avec interprétation permet à la personne sourde de vous contacter au moyen d'un numéro de téléphone ordinaire via le logiciel Djanah. Néanmoins, cette solution est encore souvent utilisée « en dernier recours ». Pour plus de renseignements à ce sujet, consultez [cette page](#).
- **Les systèmes de réservation ou de prise de rendez-vous en ligne** : très pratiques, ils ne doivent cependant pas être le seul moyen de contact et il doit toujours être possible de recontacter l'organisation à posteriori de la prise d'un rendez-vous pour pouvoir poser des questions ou annuler le rendez-vous.

Évitez à tout prix les hotlines téléphoniques qui contraignent à de longs temps d'attente, elles sont totalement inaccessibles, très pénibles et désagréables pour tout le monde, elles mobilisent aussi les services d'interprétation pendant de longues minutes. Ceux-ci refusent même parfois d'appeler de tels numéros.

Quelle politique tarifaire puis-je appliquer ?

La diffusion implique aussi de faire connaître votre politique tarifaire, si vous en avez une. Le choix d'une politique tarifaire dépend de nombreux facteurs.

Le tarif que vous allez appliquer au public sourd ou malentendant **ne doit pas être calculé en fonction de ce que la mise en place de l'aménagement vous a coûté.**

Il doit plutôt **prendre en compte l'égalité d'accès du service par rapport au tout-public** entendant. Si toutes les informations sont accessibles, si l'offre de service est égale et totalement équivalente en qualité de prestation, il n'est pas nécessaire d'appliquer une politique tarifaire spécifique. Sauf si vous voulez davantage encourager les personnes sourdes et malentendantes à utiliser votre service. Attention, ça se peut que les personnes sourdes et malentendantes soient meilleures juges que vous en matière d'égalité d'accès au service.



En revanche, si malgré les adaptations mises en place, l'accessibilité du service n'est pas garantie à 100%, de l'accueil à l'offre complète de service, il vaut mieux penser à une **politique compensatoire**, que ce soit au travers du tarif (gratuité ou tarif réduit) ou d'une autre manière.

Pour justifier leur handicap, en Belgique francophone, les personnes sourdes et malentendantes pourront disposer d'une **carte handicap européenne dès 2020** (date précise indéterminée). En attendant, le bon sens prime. On s'invente rarement un handicap, même si les abus sont toujours possibles.