

Les foires et les salons sont souvent des événements de grande envergure, qui communiquent beaucoup et **attirent énormément de public**. Pour n'en citer que quelques-uns : Batibouw, BatiBois, la foire du livre, le salon de l'auto, les foires au vin, le salon Valériane, Creativa, le salon du mariage, celui des vacances, les salons du cheval, les foires agricoles,... Certains engagent des sommes d'argent colossales (y a qu'à voir ce que coûte un espace de stand) et sont **très sponsorisés** et ils sont pourtant **presque toujours inaccessibles** au public sourd et malentendant.

Et pourtant, les personnes qui ont une déficience auditive représentent près de 9 % de la population belge, ce qui en fait **une niche commerciale** très intéressante ! Il serait temps de s'en rendre compte.

D'ailleurs, les plus petites foires, de quartier par exemple, ou encore les brocantes et les fêtes foraines, ont souvent aussi des objectifs économiques. En plus, ils **créent du lien social** et font partie des loisirs investis par les gens **dont tout le monde veut profiter**.

Voyons un peu ce que chacun à son niveau, peut faire, à petite ou à large échelle.

Le programme des foires et des salons peut prévoir des rencontres et des échanges entre exposants, avec des artistes, des experts, des commerciaux..., des parcours thématiques, des signatures d'autographes ou des séances de dédicaces, des expositions, des projections,... Au vu de cette variété possible, nous vous conseillons de parcourir les autres pages de ce site pour trouver différentes pistes d'adaptations.

De façon générale, on accordera une attention particulière à la **diffusion de l'information** sur ce qui est accessible ou non. L'important n'est pas la quantité mais la qualité de l'accessibilité.

AGENCEMENT DES LIEUX

La signalétique

Tout le monde profitera d'une **signalétique claire et simple**, d'un **plan de tous les stands, conférences, événements et services proposés** sur place. Ils seront idéalement basés sur des **pictogrammes** et des **couleurs**, aisément compréhensibles par tous.

Si quelque chose doit être spécialement adapté, au niveau de la structure organisatrice elle-même ou au niveau du stand d'un exposant ou d'un forain, le mieux, c'est qu'il soit directement **renseigné, par une indication visuelle**. **Il faut que l'endroit où la personne sourde peut trouver des renseignements** ou poser des questions soit clairement indiqué.

On peut aussi envisager que la foire intègre d'autres équipements visuels dont **un système de sécurité adapté**. Cela peut se concevoir dès la construction des bâtiments qui accueillent ce type d'événements.

SOLUTIONS TECHNOLOGIQUES

Les sous et sur-titrages

Tous les films et bornes interactives aux stands doivent être accessibles par le biais d'un **sous-titrage** dans la langue du public du salon (proposée d'emblée ou au choix), et les informations sonores doivent être couplées d'une information visuelle, textuelle ou dessinée.

Le **sur-titrage**, lui, en revanche, peut être envisagé pour toutes les tables rondes, **conférences** et autres débats avec le public.

Les boucles à induction magnétique

Chaque stand peut théoriquement disposer de sa propre [boucle à induction magnétique](#) portable. Si chaque exposant dispose de la sienne c'est idéal. Dans le cas échéant, pourquoi ne pas renseigner, dès l'accueil, un ou plusieurs espaces où on peut aller la chercher ?

Une boucle à induction magnétique fixe peut aussi être prévue dans tous les espaces de conférence et de projection de films.

Prévoir des boucles à induction magnétique pourrait être un réflexe, d'autant que les environnements des foires et salons sont souvent très bruyants.

Le système FM

Chaque visiteur peut venir équipé de son [système FM](#) pour entrer en conversation avec les exposants ou pour demander aux intervenants des conférences de se munir du micro.

La communication écrite

Il est toujours possible de communiquer avec les personnes sourdes/malentendantes en se **munissant d'un bloc-notes et d'un crayon**. On peut aussi **utiliser des brochures, un smartphone ou une tablette pour montrer** ce que l'on veut expliquer. Parfois, ces petits réflexes suffisent à établir un bon contact ! Il faudra peut-être alors prévoir une connexion WIFI sur place.

La connexion wifi

Les foires et les salons sont souvent des endroits où on vient pour se renseigner, négocier, acheter et vendre. Il serait profitable à tous d'offrir l'accès à une connexion haut-débit, surtout si le réseau mobile offert par les opérateurs classiques est un peu faible à cet endroit. Cela permet aux exposants de se connecter facilement pour **fournir des explications à l'aide de supports en ligne** et cela permet aux personnes sourdes/malentendantes de **vérifier des informations bien ou mal comprises** avant de continuer leur visite.

Les écrans numériques

On peut mettre en place, sur la foire/le salon, des écrans numériques qui sont visibles de tous et qui renseignent la suite du programme et les points forts de l'événement, mais aussi qui transcrivent par écrit les [annonces qui sont faites par haut-parleur](#), par exemple une telle « petite fille s'est perdue et attend ses parents à la billetterie à la porte C ». Ils peuvent être couplés d'une lampe clignotante qui attire l'attention du public à chaque changement d'information.

SOLUTIONS HUMAINES

Les organisateurs

Ils peuvent **prendre le parti, dès la conception de la foire ou du salon, d'être accessible ou non**. Après, en fonction de ce qui sera mis en place, il faut penser à le [communiquer avec le plus de précision que possible](#), sur place mais aussi sur les brochures, le site Internet, avec ou sans l'aide des réseaux associatifs... On peut trouver [quelques conseils à ce sujet ici](#).

Les organisateurs peuvent aussi envisager d'**intégrer des personnes sourdes/malentendantes dans les équipes** employées ou volontaires de la foire et du salon. Ces personnes pourront aussi jouer le rôle de conseillères, de [référentes accessibilité](#) ou de guides. **Le recours à un signe distinctif pour identifier les membres de votre équipe ne sera pas de trop** (T-shirt, brassière, costume). Vous éviterez ainsi aux

personnes sourdes et malentendantes de devoir tenter d'interagir avec un tas de gens, avec le risque de se tromper plusieurs fois d'interlocuteur.

Les foires et les salons grand public peuvent aussi inclure des **thématiques qui abordent la surdité**. Par exemple, pourquoi pas, à la Foire du livre et autour de la jeunesse, aborder la question de l'accès à la langue française pour les sourds/malentendants ? C'est un moyen d'attirer ce public mais aussi d'aller plus loin dans les questions de société car une société inclusive est plus saine.

Ou encore, ils peuvent aussi demander à des organisations représentatives de la surdité **d'organiser des sensibilisations sur place**. Il ne faut pas que les sensibilisations ne se fassent que dans les salons dédiés au handicap ! Car le handicap est partout, touche à tous les domaines de la vie et cela permet de sensibiliser un public qui n'aurait pas été spontanément à un salon dédié.

Les exposants / forains / vendeurs

Toute leur attitude et leurs capacités de communication vont être déterminantes sur l'expérience de la personne sourde/malentendante sur la foire ou le salon.

Ils peuvent coupler leurs annonces et explications orales et sonores **d'écrits, de gestes ou de mimes, de sourires et d'une attitude bienveillante** envers tous, au-delà des enjeux commerciaux.

Il est extrêmement mal vécu par une personne sourde/malentendante de ne pas se faire accueillir, conseiller et écouter parce que la communication avec elle prend plus de temps qu'avec une autre personne. Les exposants doivent s'assurer qu'ils sont **suffisamment nombreux et sensibilisés** pour **permettre le temps de la communication** avec chacun de leur public. Et si un accueil peut être fait en langue des signes c'est encore mieux !

Le personnel d'accueil et les référents accessibilité

Lorsqu'on organise une foire ou un salon on peut envisager de faire appel à du **personnel d'accueil** qui soit un minimum **sensibilisé** à la **communication** avec le public sourd/malentendant même si, dans ce contexte son rôle est souvent limité à l'achat ou à la vérification de billets et éventuellement à la gestion des vestiaires.

Maintenant, on peut aussi mettre en place un « **point info** » **pour toute personne à besoins spécifiques** (personnes à mobilité réduite, âgées, sourdes/malentendantes ou malvoyantes et aveugles, et d'autres encore.). Là, on peut avoir une personne **capable d'accueillir et de renseigner en langue des signes**.

A ce point, info, on pourra aussi mettre **un interprète** à la disposition du visiteur sourd/malentendant qui a besoin de communiquer par le biais d'une langue signée. Ce point peut aussi être **un lieu de rendez-vous** pour des visites du salon ou de la foire menées ou interprétées en langue des signes.

On pourrait aussi envisager que **la visiophonie** permette aux publics sourds/malentendants d'entrer en communication avec les personnes de l'accueil pour demander des informations ou une interprète à distance ou sur place qui puisse assurer les échanges avec les exposants.

Les interprètes

Les interprètes en langues signées/langues orales peuvent être dépêchés pour **interpréter les demandes d'information et les échanges** divers qui peuvent avoir lieu entre les exposants et les personnes sourdes/malentendantes signantes. Pour ne pas qu'un interprète reste en fonction toute la journée « juste pour le cas où », on peut aussi rentabiliser l'investissement en organisant des visites de la foire ou du salon, spécifiques pour le public sourd/malentendant. Il suffit alors de communiquer une

plage horaire ou une **heure de rendez-vous précise**, soit tous les jours soit le jour où le plus de monde est susceptible de se libérer.

On peut faire ces visites de deux façons. Soit l'interprète se déplace avec le groupe de personnes sourdes/malentendantes dans la foire/le salon et interprète les échanges qu'elles veulent avoir avec les exposants, soit elle interprète les propos d'un guide qui donne toutes les explications sur tout ce qui est présenté/exposé. Cette dernière option est un peu moins intéressante pour le public mais permet de faire une visite plus rapide. On peut aussi prévoir les deux ensemble.

L'interprète peut aussi être dépêchée pour interpréter **des conférences, des ateliers ou des tables rondes** qui ont lieu pendant la foire/le salon. On veillera, là aussi, à **bien communiquer** à l'avance et sur place, ce qui est accessible et quand ça l'est. Il faut alors penser à fournir, à l'avance, le contenu de l'activité au service d'interprétation auquel on a fait appel.

Les intervenants et les conférenciers

Ils doivent **être informés** de la possibilité qu'il y ait du public sourd/malentendant à leur conférence ou leur atelier, surtout si c'est inédit. Ils doivent aussi faire un effort pour être intelligibles, clairs et se renseigner sur **la façon dont on communique avec une personne sourde/malentendante**. On peut aussi leur expliquer quel est **le rôle de l'éventuel interprète qui sera sur place** et leur expliquer la nécessité de lui **fournir les contenus à l'avance**.

RÉFÉRENCES

- Vous pouvez faire appel à des interprètes des services d'Interprétation de Wallonie et de Bruxelles ([SISW](#) et [SISB](#)).
- Si vous connaissez des foires ou salons accessibles aux sourds et malentendants, n'hésitez pas à renseigner leur existence sur [le site Access-I](#) pour renforcer leur visibilité.