

La loi Handicap de 2005 imposait aux magasins d'être accessibles aux handicapés au 1<sup>er</sup> janvier 2015. On est loin du compte. L'obligation est maintenue, mais une nouvelle fenêtre de trois ans s'ouvre, avec un dispositif d'engagement et de chiffrage des besoins d'équipement.

# Accessibilité, ce qui va changer en magasins

10  
à 15%

de la population vit  
avec une ou plusieurs  
déficiences

Source: Conseil national  
accessibilité et conception

### CE QUE PRÉVOIT LA LOI

■ **Au 1<sup>er</sup> janvier 2015, tous les commerces devront être accessibles aux personnes handicapées (tout handicap).** Si la mise en conformité est impossible, il faut demander une dérogation. À défaut, des sanctions pénales sont prévues.

■ **Si le commerce n'est pas prêt, il doit déposer un agenda d'accessibilité programmée (Ad'Ap),** avant le 31 décembre 2014, auprès du préfet du département. Sauf dérogation, l'Ad'Ap a une durée de trois ans.

■ **La loi de 2005 a été assouplie, mais de nouvelles obligations émergent:** tenir un registre d'accessibilité dans chaque magasin; généraliser la formation des personnels chargés de l'accueil des personnes handicapées...

**L**a grande majorité des magasins, quelle que soit leur superficie, sera aménagée pour être accessible aux personnes handicapées ces prochaines années. Le principe «d'accessibilité généralisée sans rupture de la chaîne du déplacement», dans les établissements recevant du public (ERP), dont les magasins, établi par la loi Handicap de 2005, est à la fois maintenu et confirmé par le gouvernement. L'agenda, lui, s'est assoupli, devant le manque d'avancées du marché en général, et la prise en compte récente de toutes les formes de handicaps (visuel, auditif, cognitif). Tous les points de vente auraient dû être équipés de rampes d'accès ou de signalétique adaptée, par exemple, au 1<sup>er</sup> janvier 2015, comme l'imposait le texte de 2005. «Les choses ont avancé, mais beaucoup de magasins n'ont encore pris

aucune disposition», confie un auditeur spécialisé sur la question de l'accessibilité. Pas de panique, toutefois: les points de vente qui n'ont pas procédé aux aménagements nécessaires se voient ouvrir une nouvelle fenêtre de tir de trois ans. Un délai bienvenu mais conditionné à un certain nombre d'engagements. Qui vont être gravés dans le marbre d'un nouveau type de document: un agenda d'accessibilité programmée (Ad'Ap).

### Tout magasin érigé avant 2005 concerné

«L'Ad'Ap est un document de programmation financière des travaux d'accessibilité que prévoit le magasin», décrypte Franck Charton, délégué général de Perifem, l'association technique du commerce. Il permettra à ceux qui ne seraient pas en conformité au 1<sup>er</sup> janvier 2015 de s'engager sur un calendrier précis et resserré de travaux d'accessibilité. » Tous les magasins «existants», c'est-à-dire érigés



Outre des aménagements en magasins, la loi demande aux personnels d'accueil de suivre une formation spécifique afin de les sensibiliser au handicap.

# COMBIEN ÇA PEUT COÛTER

## Un ascenseur 50 000 €

Dans les grands magasins à étage, toute la surface de vente doit être accessible.

## Une rampe d'accès permanente 3 000 à 5 000 €

Tous les magasins dont l'entrée n'est pas de plain-pied doivent avoir une rampe d'accès permanente ou amovible.

## Le mobilier adapté 100 €

Il va falloir ajouter une tablette sur la caisse et sur le meuble existant, à une hauteur maximale de 0,80 m

Sources : fabricants, prix HT

avant 2005, sont concernés. Les autres, ayant surtout pris en compte le handicap moteur, devront se mettre à la page sur les autres déficiences.

Les associations professionnelles du commerce avaient pressenti l'ampleur du chantier et, surtout, les points de blocage. Depuis 2011, le Conseil du commerce de France (CDCF), en concertation avec Perifem et la Fédération du commerce (FCD), travaille avec Marie Prost-Coletta, la déléguée ministérielle à l'Accessibilité, pour améliorer la mise en œuvre dans les commerces. C'est dans le cadre de groupes de travail commun, auxquels participaient les associations de handicapés, que sont nés les Ad'Ap. Mais qu'ont aussi été obtenus certains assouplissements, sur des mesures jugées intenables pour le commerce.

« L'objectif était d'aboutir à une interprétation la plus harmonisée possible entre les différents acteurs, afin qu'il n'y ait pas de distorsion pour un commer-

## L'AVIS D'EXPERT

**Zélie  
Gauthier**

RESPONSABLE  
DÉPARTEMENT  
CONSTRUCTION ET  
MAINTENANCE DE C&A

« Nous avons mené un audit accessibilité dans nos 150 magasins en 2009, comme la loi l'imposait. Mais les évolutions réglementaires les rendent obsolètes. De plus, les résultats des audits n'étaient pas cohérents d'un auditeur à l'autre. Nous réalisons aujourd'hui une dizaine de contre-audits et préparons un Ad'Ap, en prévoyant les travaux les plus simples dès cette année. Au final, les magasins seront plus confortables, ce qui profitera à tous. »

çant d'un département à un autre, une enseigne peut ainsi avoir une vision nationale des travaux à envisager», annonce Sofy Mulle, déléguée générale du CDCF. La logique a basculé d'une obligation de moyens en 2005, à une obligation de résultat, désormais, avec plus de latitude pour adapter les magasins. « Plusieurs assouplissements majeurs ont été obtenus », se félicite Sofy Mulle.

Au premier rang desquels un rétropédalage sur une mesure qui inquiétait les enseignes : ■ ■ ■ ■ ■



## ENTRÉE DU MAGASIN Garantir l'accessibilité

**Le principe légal « d'accessibilité généralisée sans rupture dans la chaîne du déplacement »** débute dans le parking (2 % doivent être des places handicapées) et se poursuit à l'entrée du magasin. Il faut prévoir un aménagement lorsque celle-ci n'est pas de plain-pied, ce qui est le cas de 80 % des commerces de proximité, par exemple, selon les chiffres de la FCD. Une marche doit donc être remplacée par une rampe, qui doit présenter une pente inférieure

**2 %**

La part de places de parking à réserver aux handicapés

à 5 %, pour permettre aux handicapés moteurs de pénétrer dans le magasin. Première option, une rampe fixe avec emprise sur la voirie, nécessitant l'obtention d'une autorisation d'occupation du domaine public auprès de la mairie. Après plusieurs atermoiements, et au grand soulagement des enseignes,

les rampes mobiles, c'est-à-dire démontables sont bel et bien autorisées. Sachant qu'elles empiètent temporairement sur la voirie, une autorisation est là encore nécessaire, toujours auprès de la mairie.

**Autre point important, pour les malvoyants** cette fois-ci, les parois vitrées doivent être repérables grâce à des éléments contrastés visuellement.



## EN RAYON Une aire de retournement à prévoir

**C'était la principale pierre d'achoppement de la loi de 2005.**

La largeur des allées secondaires de magasin devait afficher au moins 1,40 m. Un bouleversement pour les commerces de textile ou de centre-ville, dont les allées ne s'étirent en général que sur 0,90 m. Un élargissement dans ces magasins réduirait leur surface de vente de 30 %, selon les calculs de Perifem. Cette doléance, relayée par la FCD, Perifem et le CDCF, a été entendue par les pouvoirs publics, qui ont assoupli le dispositif.

Les magasins non neufs peuvent conserver des allées secondaires de 0,90 m, à condition de prévoir une aire de retournement tous les 6 mètres, qui doit être large de 1,50 m.

**Les allées structurantes**, elles, doivent afficher au minimum une largeur de 1,40 m. Des dérogations sont toujours possibles au cas par cas, mais doivent être justifiées auprès de la préfecture (présence d'un poteau, par exemple) et doivent s'accompagner de contreparties ; le commerçant doit par exemple garantir une assistance utile à son client, pour lui délivrer produits et prestations.

**1,40 m**

La largeur minimale des allées secondaires que les magasins devaient afficher

toutes les allées secondaires devaient initialement s'élargir à 1,40 m, afin que deux fauteuils roulants puissent se croiser. Pas de problème dans les magasins « à chariots » de type hyper ou supermarché. Pour les enseignes de textile ou de centre-ville, en revanche, dont les allées secondaires se situent en général autour de 0,90 m, cela équivalait à ôter une grande partie des rayons. « Concrètement, la perte d'espace correspondait à une chute de 30 % capacité, et donc de chiffre d'affaires », calcule Zélie Gauthier, responsable du département construction et maintenance de C&A. Finalement, il est autorisé de conserver les 0,90 m de largeur, à la condition de prévoir une « aire de retourne-

ment » tous les 6 mètres. Après atermoiements, la réglementation autorise aussi les rampes amovibles pour accéder au point de vente. « Suivant les configurations des magasins et l'espace disponible sur les trottoirs, cela posait d'énormes problèmes de prévoir une rampe « en dur », glisse Franck Charton. D'autant que près de 80 % des commerces de centre-ville, par exemple, n'ont pas d'accès de plain-pied...

### Audits obsolètes

Ces concessions sont contrebalancées par de nouvelles obligations. Il est ainsi imposé de tenir un registre d'accessibilité dans chaque point de



## EN CAISSE ET À L'ACCUEIL Adapter les équipements et le matériel

**Pour être en conformité avec la loi Handicap,** le mobilier doit comporter une partie adaptée qui permet à une personne en fauteuil roulant d'écrire, lire ou utiliser le clavier de la carte bancaire, qui doit par ailleurs intégrer un « pico » sur la touche 5 (pour que les malvoyants repèrent les chiffres au toucher). Elle est réalisée au moyen soit d'un meuble latéral, soit d'une tablette devant. Une aire de rotation de 1,50 m de diamètre doit permettre à une personne en fauteuil roulant ou à poussette d'effectuer un demi-tour pour sortir. Un niveau d'éclairage minimal de 200 lux sur le mobilier est également imposé.

**1,50 m**

L'aire de rotation permettant d'effectuer un demi-tour à un fauteuil roulant ou à poussette

### En option

Les magasins peuvent installer, à l'accueil, une balise sonore pour délivrer des informations aux clients déficients visuels, afin de les orienter et de les informer. Elle est déclenchée par le client équipé d'une commande universelle. Les boucles à induction magnétique (BIM), elles, se destinent aux malentendants appareillés d'une prothèse auditive. Le BIM amplifie les sons. Le personnel d'accueil ou de caisse facilite ainsi les échanges avec ces clients.



PHOTOS: DR

cas d'alerte incendie, n'avait pas été évoquée», regrette Zélie Gauthier. Depuis, le règlement incendie précise qu'il faut prévoir un espace désenfumé à chaque étage. À chaque fois, ce sont autant d'aménagements qu'il faut prévoir, de permis de construire à déposer...

vente, précisant les modalités d'accès aux prestations (produits, services du magasin) des personnes handicapées, tous handicaps confondus. Autres prescriptions: une formation généralisée du personnel à l'accueil des personnes handicapées, ou l'installation de boucles d'induction magnétique, permettant aux malentendants appareillés de mieux percevoir les sons, dans les banques d'accueil des magasins neufs de 1<sup>re</sup> et 2<sup>e</sup> catégories.

Un équilibre dont devront s'accommoder les enseignes, mais qui a le mérite de remettre la réglementation au goût du jour. «La plupart des magasins avaient dû réaliser un audit d'accessibilité avant le 1<sup>er</sup> janvier 2010, dans le cadre de la loi de 2005», rappelle Zélie Gauthier (C&A). Premier problème, le manque de maturité des auditeurs sur le sujet, couplé au flou de la réglementation, a rendu ces audits complètement obsolètes. Résultats, plusieurs centaines de milliers d'euros évaporées pour les enseignes concernées... D'autres règlements connexes, incendie par exemple, ont aussi été repensés entre-temps, rendant encore plus caducs les audits. «La loi de 2005 impose l'accès d'un handicapé à l'étage du magasin, via un ascenseur, par exemple, mais la question de l'évacuation de cet étage, en



«Plusieurs assouplissements majeurs ont été obtenus.»

Sofy Muller, déléguée générale du CDCF

© PATRICK ALVES PHOTOGRAPHY

### Permis de construire

Dans le cas de C&A, une salve de 12 contre-audits dans un échantillon de magasins a été lancée, pour jauger l'écart avec les audits d'origine des 150 magasins. «De nombreux chantiers connexes doivent être menés, rappelle Zélie Gauthier, la mise en accessibilité modifie l'esthétique ou l'implantation des rayons. Il faut donc aussi solliciter le concept, les architectes, ou déposer des permis d'aménager.» L'enseigne textile planche sur un Ad'Ap et prépare une stratégie en deux temps: déployer cette année les mises en conformité rapides à installer, comme les mains courantes dans les escaliers, puis étaler dans l'agenda les travaux plus lourds et leur financement. Car les frais sont loin d'être neutres: hors ascenseur, 5000 à 15000 € par magasin, chez C&A. Quant à l'ascenseur, il mobilise un budget de 50000 € minimum. «Mais l'obligation est la même pour tous, et cela rendra les magasins plus confortables pour tous les clients», assure Zélie Gauthier.

Une évolution d'autant plus nécessaire que les handicapés ne seront pas les seuls à en profiter. «Les clients en général attendent des magasins plus accessibles et pratiques, avec une meilleure signalétique», juge Noël Thorin, président de Norma Concept, spécialiste de l'accessibilité. Ces équipements profiteront aussi aux personnes âgées. Les plus de 65 ans représentent déjà un cinquième de la population française. ■

FLORENT MAILLET