

## **NOUVELLE RÉGLEMENTATION : DÈS 2015 DES MAGASINS ACCESSIBLES À TOUS**

A partir du 1er janvier 2015, les établissements recevant du public, comme les commerces, devront être accessibles à tous, en particulier aux personnes à mobilité réduite. Une contrainte à transformer en atout.

Qu'ils soient indépendants ou en réseau, situés en centre commercial ou en ville, les points-de-vente sont, comme tous les établissements recevant du public (ERP) de 5e catégorie (établissements accueillant moins de 100 clients par étage), concernés par la loi Handicap. Celle-ci a fixé un premier cadre, et des annexes l'ont complétée et précisée depuis, avec des normes très détaillées qui concernent aussi bien les accès extérieurs que l'intérieur du magasin (...).

Des contraintes demandeuses d'espace et de moyens financiers, qui conduisent certains propriétaires, surtout chez les petits indépendants, à repousser le début des travaux. Pourtant la loi existe et l'obligation existe. Autant anticiper donc, ce que confirme Eléonore Golovanoff, présidente de BRIO : *"depuis près de six ans déjà, nous préparons nos clients à cette exigence, et nous intégrons ces contraintes dès le départ afin de ne pas aboutir à la situation paradoxale de créer un concept très beau mais qu'il faudra ensuite casser pour rentrer dans les normes !"*. Une démarche à appliquer également en cas de reprise, quitte à renoncer à ce local charmant...mais qui sera impossible à mettre aux normes. Dans ce contexte complexe, recourir à un professionnel apparaît comme un réel atout, car les agences ont l'avantage de bien connaître les règles, d'apporter un regard opérationnel sur les projets des clients et de les aider à séquencer les travaux (...).

De fait, le premier point réglementé - et celui sur lequel les commissions qui délivrent les autorisations sont particulièrement vigilantes - concerne l'entrée principale, qui doit être accessible en extérieur, sans marche ni ressaut de plus de 2 cm. Or l'écart en centre-ville peut atteindre 70 cm ! Dans ce cas, la solution peut-être la mise en place d'une rampe, avec un plan fixe incliné lorsque c'est possible. À défaut une rampe actionnable à la demande peut-être intégrée aux marches. La porte d'entrée est également soumise à une norme (au moins 90 cm pour une porte simple) et doit disposer d'un espace de manœuvre s'il s'agit d'une porte pivotante. Mais le choix retenu par de nombreux magasins est la porte télescopique ou coulissante - de 10 000 à 15 000 euros - qui peut demander une modification de façade nécessitant l'accord de l'architecte des Bâtiments de France. Dans tous les cas les portes vitrées doivent comporter des éléments contrastés afin d'être repérés par les personnes malvoyantes, en général des bandes positionnées horizontalement.

Le merchandising doit lui aussi être adapté. Une fois entré, le client handicapé doit pouvoir se déplacer aisément, ce qui se traduit, selon le cas, par des installations très réglementées en matière d'ascenseur, d'escalier, de signalétique, d'éclairage et même de revêtement de sol et de taille des poignées de porte. Sa circulation doit être facilitée grâce à des cheminements larges : 1,40m minimum pour les allées, avec une tolérance ponctuelle de 1,20m entre deux angles de mobilier. Une réelle difficulté pour les locaux étroits mais aussi une contrainte en matière de merchandising (...). Un défi pour les magasins de 70-80m<sup>2</sup> et un exploit pour les mini-surfaces comme les Beauty Box de l'enseigne COLORII réalisés par l'agence BRIO : *"Nous préconisons une double implantation, qui place le cœur de l'offre entre 80cm et 1,40m de haut, et double le rayon au dessus"*, conseille Eléonore Golovanoff. Ceci étant le commercial reprend parfois le dessus, et il n'est pas rare de voir fleurir - occasionnellement ou de façon pérenne - des meubles en milieu de zone théoriquement dégagées. L'espace caisse doit aussi être adapté, soit à l'aide d'une tablette escamotable, soit par une caisse abaissée, soit encore en ajoutant une demi-tablette à mi-niveau.

Au final un programme parfois important de travaux "imposés" qu'il importe de positiver en considérant ces aménagements comme des éléments de différenciation. Car si l'essentiel des réglementations concerne les personnes à mobilité réduite, les consommateurs "en situation de handicap" temporaire ou permanent au sens large représentent une part non négligeable de la clientèle actuelle ou potentielle : femmes enceintes ou avec poussette, personnes de très grande ou de petite taille, de forte corpulence, souffrant d'un handicap visuel, auditif ou mental, et surtout personnes âgées, de plus en plus nombreuses. Outre le confort global qu'offriront ces installations à tous les visiteurs, elles peuvent contribuer à créer un effet d'appel vers telle ou telle catégorie de clients via les réseaux associatifs, où s'effectuent beaucoup d'échanges d'informations. "Ici, on nous accueille bien !" pourrait ainsi drainer une nouvelle clientèle.

## **LES DEMARCHES A SUIVRE**

### **Législation :**

La loi du 11/02/2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées énonce le principe du "tout accessible pour tous". Les commerces existants ont jusqu'au 01/01/2015 Pour se mettre en conformité.

### **Demande d'autorisation de travaux :`**

Elle doit être déposée auprès de la mairie, qui soumet le dossier à l'avis de la Commission consultative départementale de sécurité et d'accessibilité

### **Les 3 dérogations prévues :**

Empêchement lié à la structure du bâtiment, respect du patrimoine architectural, impact disproportionné sur l'activité économique.

*Article paru dans CosmétiqueMag n°133 - Rédaction Christine Deloye*

*Cet article est disponible en ligne sur le site de Brio [www.brioretail.com](http://www.brioretail.com)*