

## reportage



© Florence Baumann  
CLAUDE OSMONT, LE PATRON D'HADJIRA



© Florence Baumann  
HADJIRA EN PLEINE ACTION

# JEUNES SOURDS en salons : pas si différents...

Ils sont jeunes, sourds ou malentendants, et ont choisi la coiffure. Un des métiers où la parole et l'écoute tiennent une place prépondérante. **COURAGEUX, DOTÉS SOUVENT D'UN BON SENS ARTISTIQUE, IL LEUR FAUT NÉANMOINS UNE GRANDE DÉTERMINATION POUR DÉPASSER LEUR HANDICAP.** Pour eux, les choses évoluent doucement. Mais il reste encore à faire du côté des patrons pour insérer ces jeunes dont on parle peu.

**S**elon le Ministère du Travail, 6,6 % de Français auraient un déficit auditif. Soit environ 4 millions de personnes, dont 211 100 ont moins de 20 ans. Parmi eux, des apprentis coiffeurs en CFA spécialisés, qui travaillent en alternance chez un patron. Claude Osmont, patron d'un salon dans le 12<sup>ème</sup> arrondissement de Paris, fait partie de ces maîtres d'apprentissage qui intègrent dans leur salon des jeunes sourds. Hadjira, en deuxième année de BP, est sa troisième recrue. Elle est arrivée en octobre 2010 par le biais de l'INJS de Paris (Institut des Jeunes Sourds) et ses débuts n'ont pas été faciles. Elle a dû faire preuve de pugnacité face aux difficultés : communiquer avec la cliente derrière le bac, pour s'enquérir de la bonne température de l'eau, posait par exemple problème. Pour y remédier, Claude Osmont avait mis en place un système de plaquettes rouge et bleue, abandonné depuis car trop

contraignant. Hadjira va désormais utiliser une simple ardoise, un moyen plus convivial. Claude Osmont pense que « tous ces jeunes bénéficient d'une très bonne formation technique. Hadjira réalise de magnifiques brushings sur cheveux longs, mais elle a besoin de davantage de temps que les autres pour aller au bout de ses tâches. Comme beaucoup de jeunes qui sortent de l'école, elle n'était pas vraiment préparée à la réalité du monde du travail.

**DÉPASSER LA DIFFÉRENCE**  
C'est encore plus dur pour les sourds et les malentendants car ils doivent gérer leurs problèmes de communication. Hadjira ne savait pas, par exemple, comment affronter la mauvaise humeur d'une cliente, mais tout s'apprend. A nous de les encourager à surmonter leurs peurs ». Même constat pour Patrick Lagré, directeur associé de Toni&Guy France. « Lorsque Jordann, malentendant, en première année de CAP, est arrivé au

salon, il se tenait en retrait, expliquait-il. Je n'ai jamais su si cette timidité était due à son handicap. Cependant, on ne l'a pas considéré comme un handicapé, je ne voulais pas qu'il se sente diminué. Je pense qu'il s'en est trouvé renforcé. Il se débrouillait bien, il était motivé ; les clientes ne remarquaient pas sa différence. Les autres coiffeurs savaient qu'ils devaient s'adresser à lui de face, afin qu'il puisse lire sur les lèvres. Avec le temps, il deviendra un bon coiffeur ». Malheureusement, Jordann n'a pas fait faire sa carte de travailleur handicapé à temps. Il n'a pas pu rester travailler dans le salon. Patrick Lagré est néanmoins prêt à reprendre le jeune homme lorsqu'il sera à jour avec l'administration. Qu'est ce qui motive ces patrons ? Claude Osmont veut « agir en bon chrétien pour aider son prochain » et souhaite « donner aux jeunes les armes pour se battre dans la vie ». Deux cousins sourds lui ont permis de prendre conscience, dès son enfance, des difficultés

d'insertion professionnelle qui découlent de ce handicap : « Je sais par quoi ils doivent passer pour devenir autonomes, et cela me touche. Mes cousins sont devenus peintres, mais d'autres n'ont pas cette chance, j'ai envie de les aider », confie-t-il. Patrick Lagré, lui, respecte toutes les différences : « De nombreuses cultures et religions sont représentées au salon. Je fais partie de ceux qui pensent que la différence est une richesse et qu'il faut la cultiver ». La loi du 10 juillet 1987 oblige tout employeur du secteur privé et tout établissement public à caractère industriel et commercial occupant 20 salariés ou plus à employer, dans une proportion de 6 % de son effectif salarié, des travailleurs handicapés. Le patron du salon touche une subvention de 3 400 euros par année de contrat. En coiffure, pourtant, nombreux sont ceux qui préfèrent encore y renoncer et payer une amende. Le plus souvent, ces réticences résultent d'une connaissance insuffisante de la surdité. Il existe manifestement un certain nombre d'idées reçues sur ce handicap. En salon, alors que la communication est cruciale, la surdité dérange parfois, et peut faire peur. Pourtant, selon Inès Goncalves, coordinatrice des projets de mécénat pour L'Oréal Produits Professionnels, « ces gamins sont doués, ils ont un grand sens artistique et beaucoup de patience ».

## DES PARRAINS COMME PORTE-PAROLE

Pour le prouver, elle a mis en place un réseau de parrainage pour faciliter leur insertion en salons. En lien avec l'INJS, elle charge des chefs de vente régionaux de placer et de suivre ces jeunes. Ils deviennent ainsi leurs porte-paroles sur le terrain et informent les coiffeurs sur la réalité du handicap. Un principe qui porte ses fruits, comme en témoigne Yannick Hamnard, chef des ventes pour la région nord-est de la France, et parrain depuis 3 ans. Il a déjà placé 6 jeunes en salon : « Embaucher un jeune sourd, ce n'est pas qu'un acte de générosité de la part du patron. Le jeune peut apporter beaucoup au salon. J'ai placé une jeune femme malentendante dans un salon, dans lequel 5 personnes étaient en conflit.



AVEC KATHY, LA RESPONSABLE DU SALON

© Florence Baumann

## reportage

### IDÉES REÇUES

## Mieux connaître la surdité

- Même appareillée, une personne sourde ou malentendante ne perçoit pas les sons comme une personne « entendante ». La prothèse auditive amplifie autant les sons parasites (bruit de la rue par exemple) que la voix de l'interlocuteur.
- Plus la surdité est profonde, moins l'apport de la prothèse est efficace pour la compréhension de la parole. C'est pourquoi de nombreuses personnes sourdes ne portent pas d'appareils auditifs : entendre des bruits sans comprendre ne sert à rien.
- La perception auditive est permi-

se par des prothèses ou un implant cochléaire. Mais la compréhension est apportée par l'utilisation du canal visuel.

- Les bruits gênent les personnes sourdes ! Elles y sont très sensibles, car elles sentent les vibrations.

- La lecture sur les lèvres ne restitue pas l'intégralité des messages. Seulement 30 à 35% de l'information est ainsi reconstituée. C'est pourquoi les personnes sourdes ont besoin d'informations complémentaires : le contexte, les gestes, les sous-titres...

« Ces gamins sont doués, ils ont un grand sens artistique et beaucoup de patience. »

(Inès Goncalves, L'Oréal Produits Professionnels)

C'est elle qui a ressoudé l'équipe. Chacun a joué un rôle à ses côtés pour lui apprendre son métier et les liens se sont renoués. En retour, elle est entrée dans leur vie par des petites attentions, comme offrir des chocolats. Personne ne s'est plaint de sa surdité dans son travail et lorsqu'elle a obtenu son BP et qu'elle est partie à la recherche d'un autre salon, tous pleuraient ! ». Le parrain tient bien son rôle. Il n'hésite pas à recadrer les jeunes quand il le faut : « Une fois placés, je les suis par mail ou par sms. Je leur répète qu'ils ont des droits, mais aussi des devoirs. Ils doivent donner autant qu'ils reçoivent. » Pour Inès Goncalves, « la motivation de ces jeunes et leurs compétences sont

une valeur ajoutée pour le salon ». Il est vrai qu'embaucher une personne handicapée contribue à enrichir les relations sociales et l'image de l'entreprise. Au 1<sup>er</sup> janvier 2015, les commerces devront être accessibles pour les personnes à mobilité réduite. Le temps est venu d'apprendre à ne plus craindre les différences et à penser autrement. D'autant qu'embaucher de jeunes sourds, ce peut être aussi un moyen de conquérir une nouvelle clientèle, malentendante elle aussi, ou handicapée. Et pour les coiffeurs qui aiment transmettre leurs connaissances, c'est un beau moyen de renforcer leur fibre pédagogique. ■

Florence Baumann