



# « Bonjour, je voudrais un... »

Le petit guide participatif qui aide à mieux vivre avec l'aphasie dans les commerces de proximité



Cette activité est offerte dans le cadre du LAIR  
Laboratoire sur l'Aphasie, l'Innovation et la Réadaptation  
Animée par Carole Anglade, PhD, facilitée par Élodie Joyal, M.Sc. candidate

# Plan de la présentation

01

Introduction

02

Interactions de service

03

Projet de recherche

04

Explication guide

05

Mise en situation



01

# Introduction

---

# Présentation & discussion



Votre nom

Profession  
et milieu  
d'exercice

02

# Interactions de service

---



# Participation des personnes vivant avec une aphasie : ces dernières rapportent ...

Exposition à des interactions réussies avec  
des personnes non familières



## Qualité de vie réduite

- Difficulté à communiquer avec des personnes de la communauté
- Communiquent surtout avec la famille et les proches
- Insatisfaction dans les activités sociales

Cruice et al., 2006, 2010;  
Dalemans et al., 2010 a et b;  
Harmon, 2020;  
Johansson et al., 2012;  
Mazaux et al., 2013



## Qualité de vie améliorée

- Moins de sentiments négatifs en lien avec l'aphasie
- Meilleure participation sociale

Booth et al., 2019;  
McVicker et al., 2009;  
Turner & Whitworth, 2006;

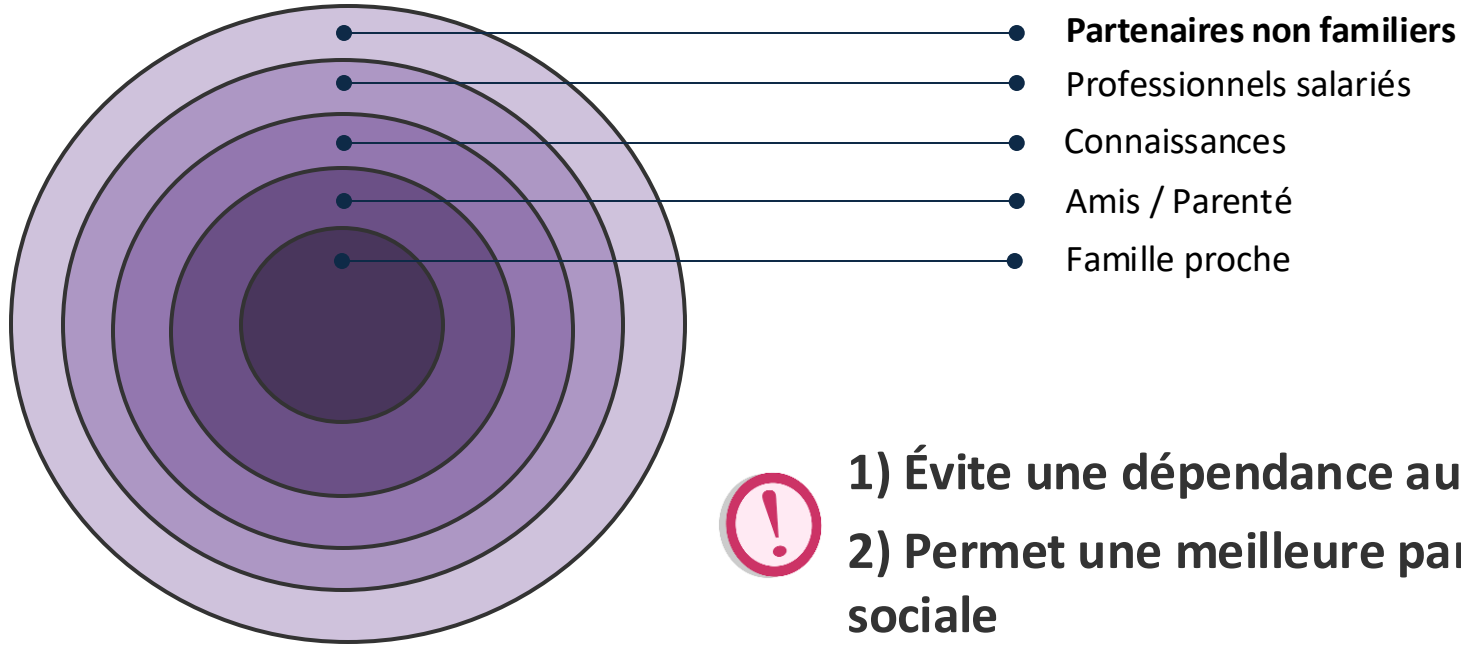
# Thématiques

Besoins v.à.v  
des activités  
sociales en  
dehors du  
domicile

Satisfaction  
v.à.v. des  
rôles sociaux

# Types d'interactions

Les interlocuteurs de la vie quotidienne (Blackstone et Hunt Berg, 2003)



- 1) Évite une dépendance aux autres
- 2) Permet une meilleure participation sociale





# 03

## Projet de recherche

---

# Objectifs de recherche



Comprendre comment les personnes vivant avec une aphasie participent à des interactions de service dans leur communauté

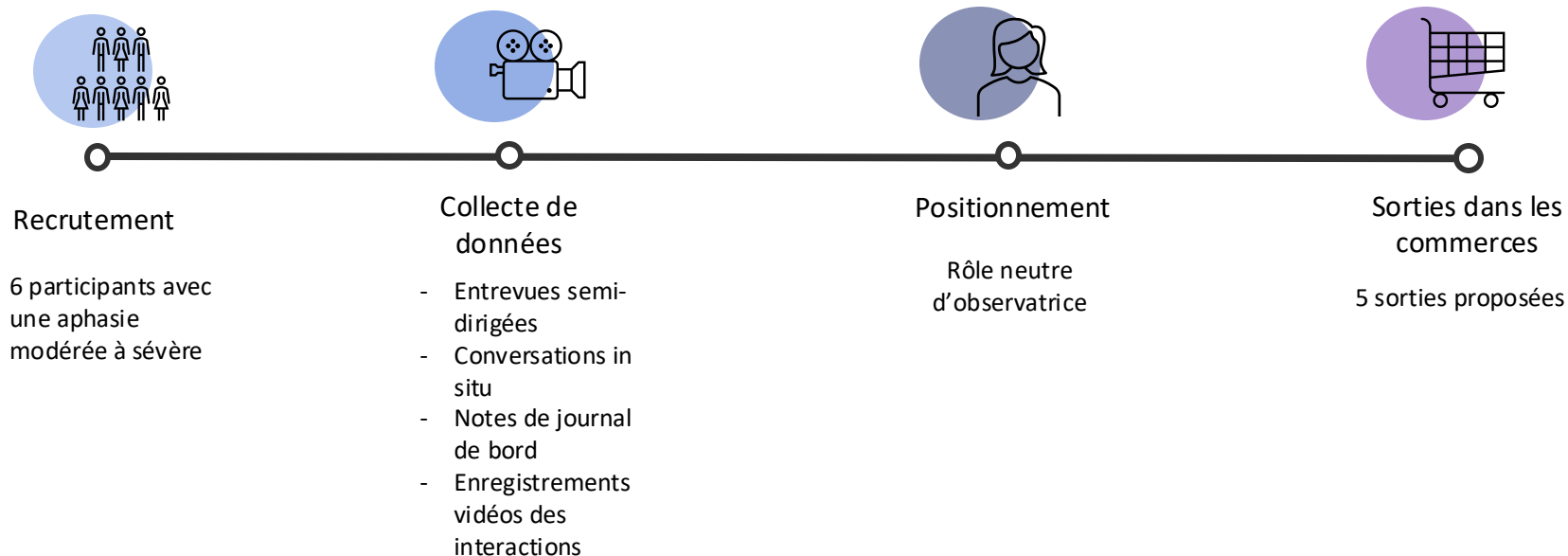
Décrire la structure des interactions

Comment les personnes ayant de l'aphasie font comprendre leurs requêtes

Comprendre comment une personne ayant une aphasie expressive sévère vit l'expérience d'interaction de service

# Méthodologie

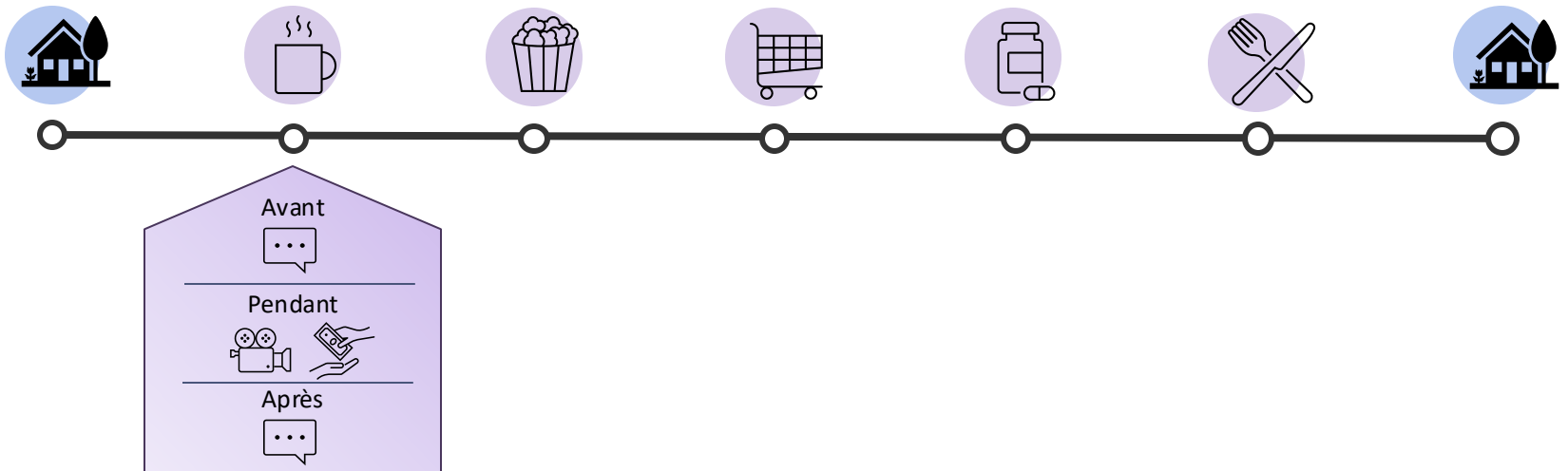
## Étude qualitative inspirée de l'analyse de conversation et du Go-Along



# Méthodologie

## Procédure type

7 rencontres : 2 entretiens semi-dirigés + 5 sorties



# Les résultats importants pour la clinique

1. Les 4 étapes clés dans l'interaction commerciale
  - Certaines sont plus faciles que d'autres pour les personnes vivant avec une aphasie
2. Malgré les défis rencontrés, 100% des interactions observées ont été conclues par un succès : tous les participants ont réussi à faire comprendre leurs requêtes (même avec aphasie expressive sévère)
  - Les facilitateurs sur lesquels le succès de l'interaction repose
3. Les impacts des interactions commerciales réussies sur la confiance de la personne ayant une aphasie, et vice-versa.

1



LEUR DISPONIBILITÉ  
SIMULTANÉE

2



L'OBJET DE LA  
TRANSACTION

3



LE PRIX DE  
L'OBJET

4



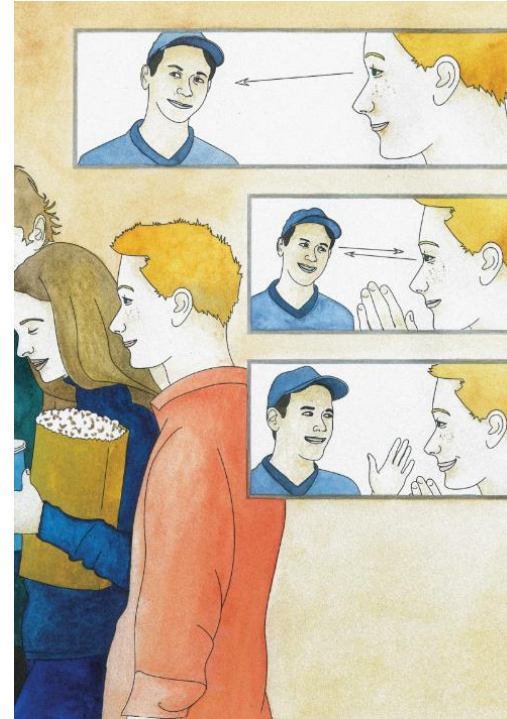
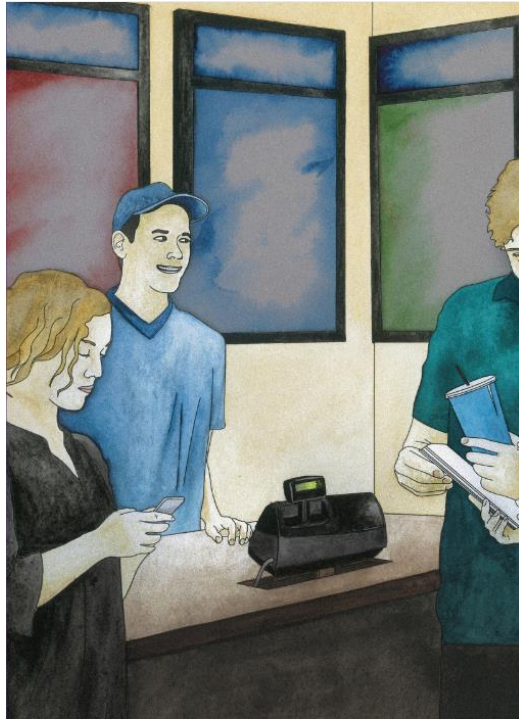
LA FIN DE LA  
TRANSACTION

13

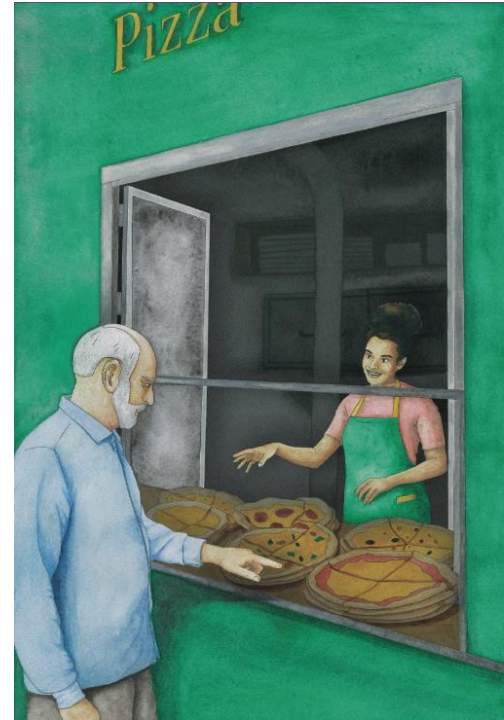
1

Les 4 étapes clés  
dans l'interaction  
client - vendeur

# Étape 1 : Disponibilité simultanée



## Étape 2 : S'entendre sur l'objet de la transaction





# Étape 3 : Prix



# Étape 4 : Fin de la transaction

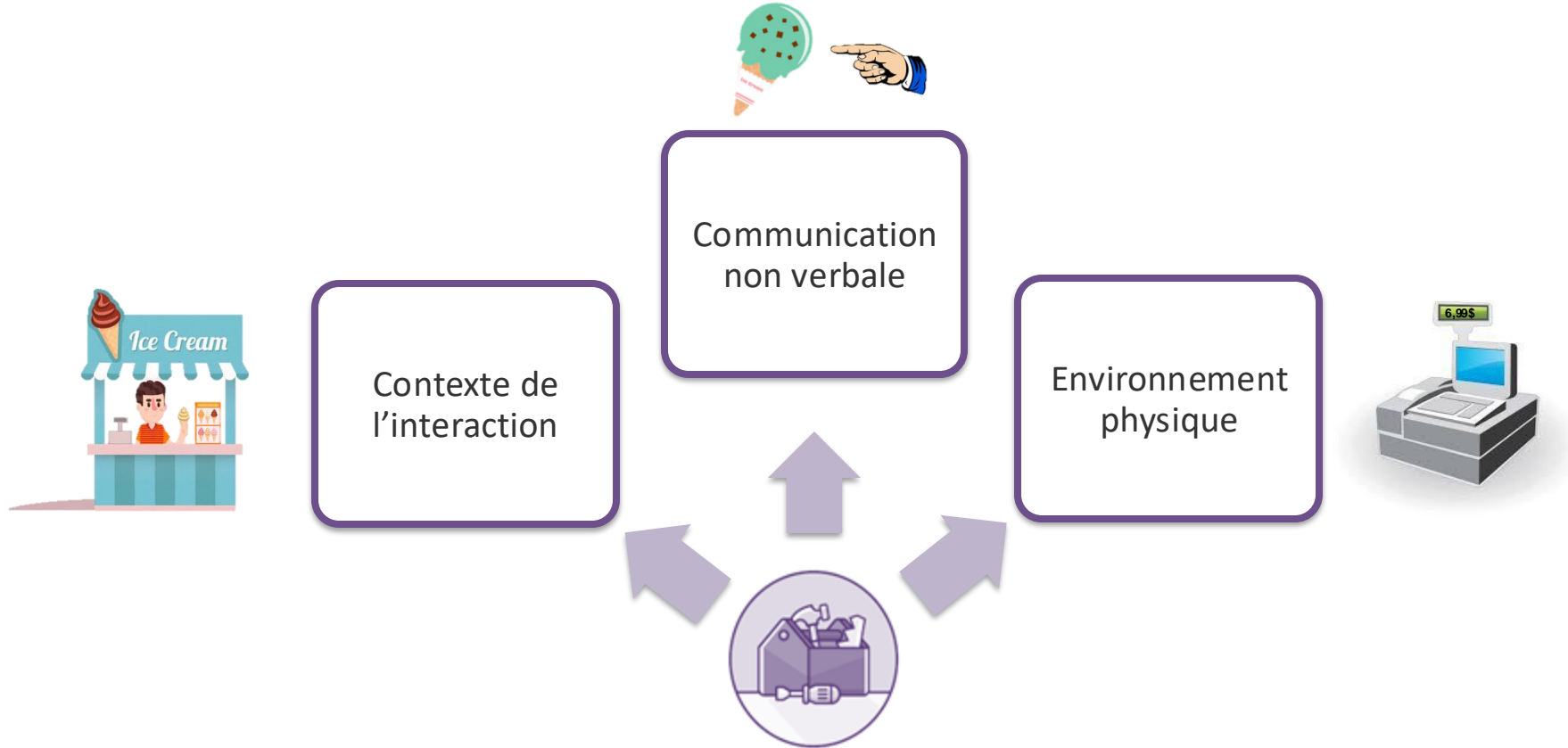




2

Les éléments du  
succès des  
interactions  
commerciales

# 3 outils à utiliser

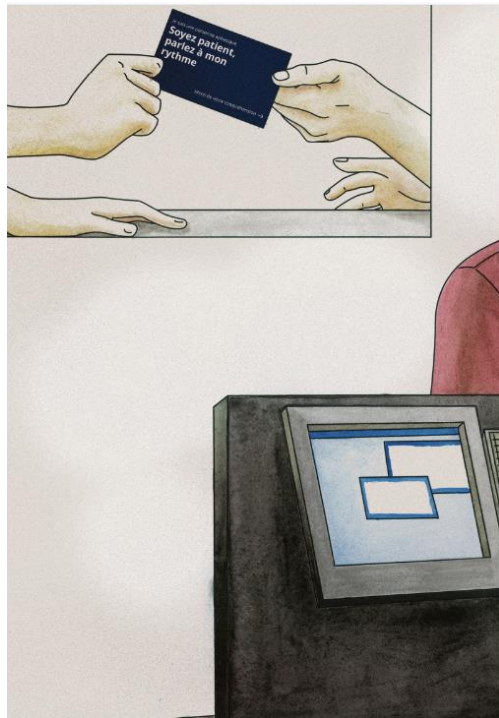


3

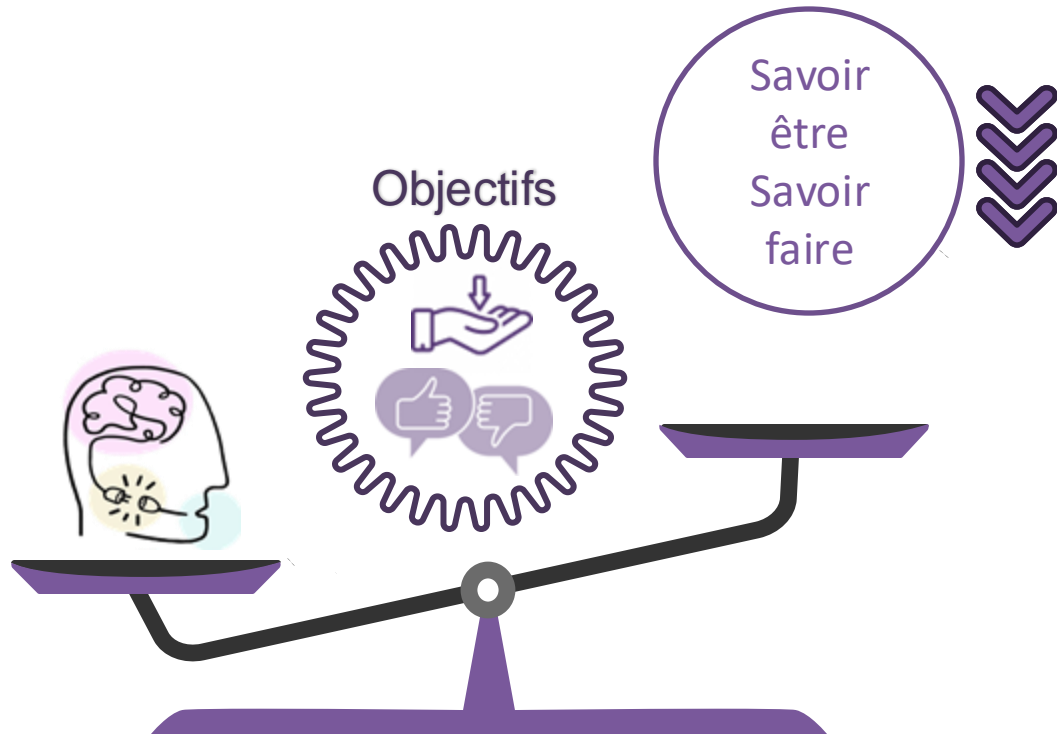


Les interactions  
commerciales réussies et  
la confiance de la  
personne ayant une  
aphasie, et vice-versa.

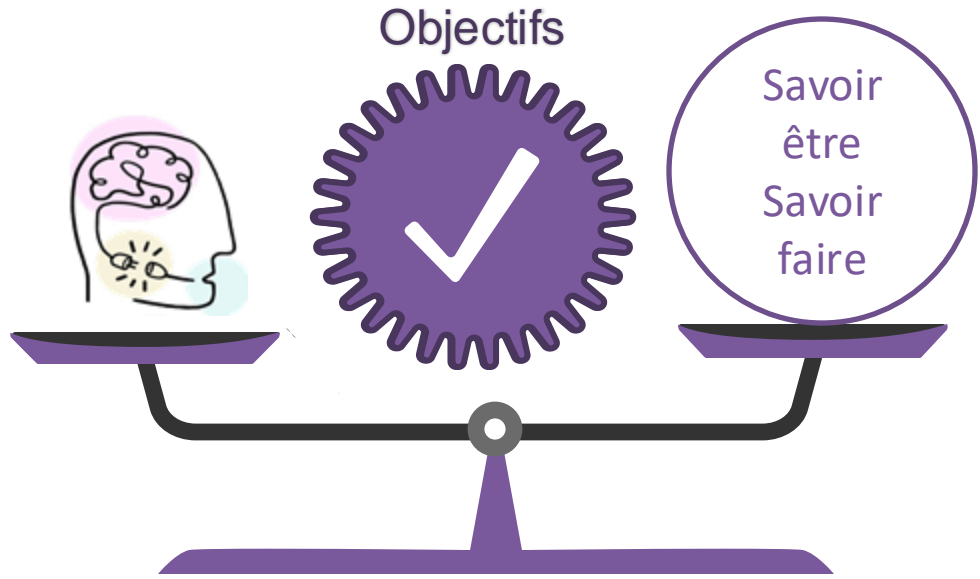
# Savoir être et savoir faire



# Savoir être et savoir faire

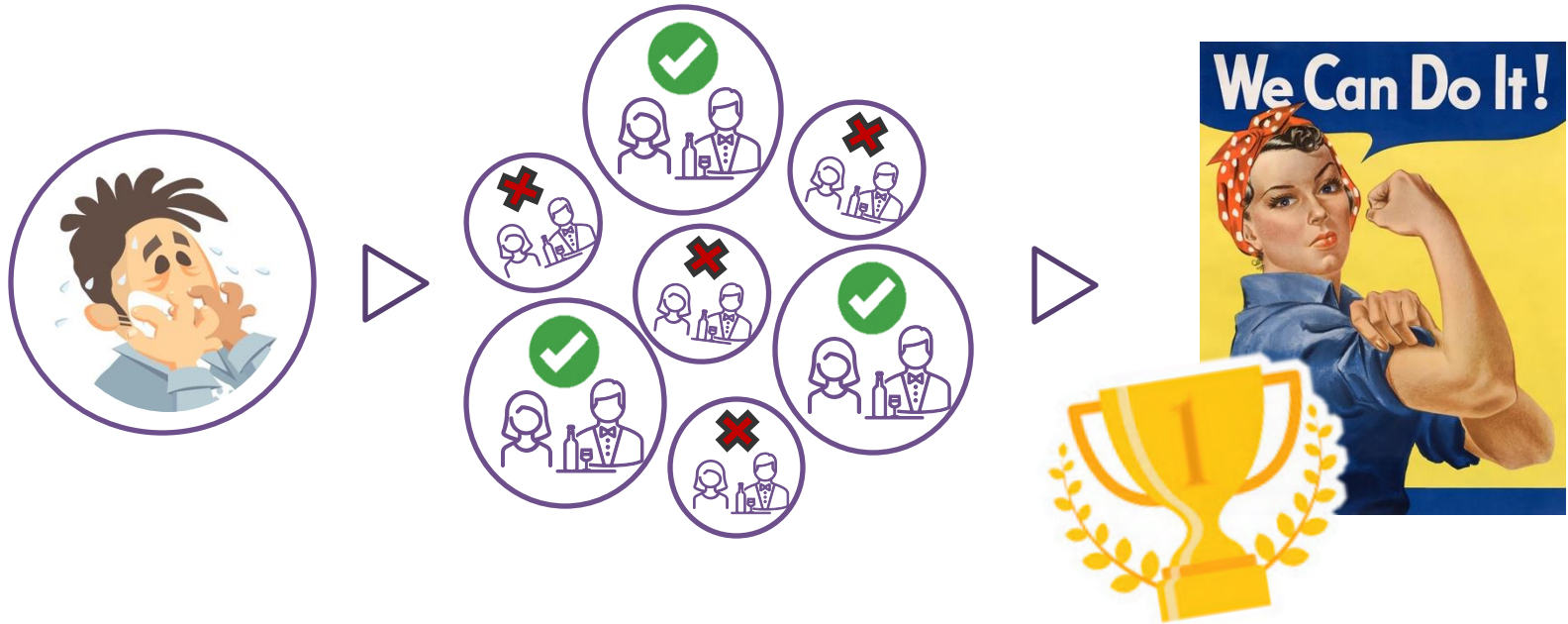


# Savoir être et savoir faire





# Construire sa confiance sur les succès rencontrés



Bonjour,  
je voudrais  
un ...



# 04

## Explication du guide

---

# Forme du guide

Ce livre a été pensé de façon à le rendre le plus accessible possible aux personnes vivant avec une aphasie.

Le travail de mémoire de Justine Le Bris (étudiante en orthophonie à l'Université de Montpellier) et les recommandations de Communication Disabilities Access Canada

- Dialogue entre deux personnages
- Texte justifié à gauche et interligne de 1,5
- Police de caractère choisie sans empattement
- Pictogrammes pour soutenir les éléments clefs du livre
- Accessible également pour les lecteurs-rices non aphasiques
- Espaces vides pour soutenir l'attention et la concentration
- Phrases courtes évitant une trop grande utilisation des pronoms
- Illustration mettant en scène des interactions de services typiques = permet au lecteur de se projeter et d'orienter son attention sur les éléments importants du sujet

# Explorons-le!

**Ma perception, c'est que :**

Plus vous êtes intelligentement l'attention de votre interlocuteur au votre agresse - et donc plus vous le rendre visible -, meilleurs sont vos chances de vivre votre échange comme un succès.

**SAVOIR FAIRE**  
**ÊTRE**

\*A noter que tout le monde ne sera pas en mesure de rendre son interlocuteur plus visible. Ceci dépendra de différents facteurs : personnalité, connaissance du langage corporel, etc. Il est donc important de travailler avec un coach personnel afin d'être plus à l'aise dans vos interactions commerciales.

**STRATÉGIE**

Rendre visible son agresseur, un élément de son succès

**Et 3, c'est... combien? Écrit où?**

**Et 3, c'est... combien? Écrit où?**

C'est ce : la troisième étape est celle qui consiste à comprendre le prix. Ce sera plus simple dans les commerces où le prix est visible au moment de payer.

**3**

**Choisir des commerces qui facilitent la communication est une stratégie rassurante.**

**Mais n'oubliez pas que vous avez également des ressources!**

Comme Sacha, vous pouvez amener une photo ou un exemple de ce que vous désirez acheter, ou même le dessin.

Et vous pouvez demander à ce que l'on vous écrive le prix au moment de payer!

**1** **EMBALLAGE VIDE DU PRODUIT RECHERCHÉ**

**2** **PAPIER CRAYON**

**Et aussi...**

Comment utiliser la carte de crédit!

**Oui! Carte!**

Où? Tu as raison, quand tu ne peux pas payer par carte, tu offres une somme importante pour être sûr de couvrir le prix.

C'est d'ailleurs comme ça que tu arrives fait au moulin. Et, en ajoutant un regard interrogatif, la commis t'avait tout de suite compris!

En choisissant des endroits où tu peux payer par carte, tu l'assures d'être toujours le prix affiché au moment de payer. De plus, en payant par carte, tu n'as pas à calculer ton argent dans ton portefeuille, ce qui est facilitant.

Tu pourrais également pointer du doigt le signe « dollar » en ayant demandé à l'assistance une feuille. Il pourrait d'ailleurs être intégré dans un cahier de communication plus élaboré.

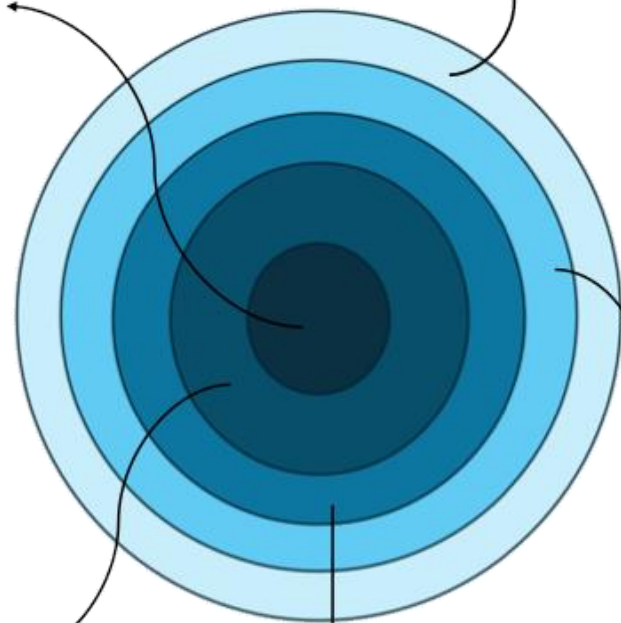
**ETAPE 3**

Donner le bon montant au moment de payer

# Comment l'utiliser?

- En en proposant la consultation;
- En l'utilisant pour explorer l'expérience d'interaction commerciale des usagers et usagères;
- En se basant sur la description faite des interactions commerciales pour faire l'inventaire des activités que les usagers et usagères ne font plus mais envisageraient de reprendre;
- En l'utilisant comme point de départ pour explorer les obstacles à la reprise d'activités commerciales;
- En s'inspirant des pistes proposées pour cibler des objectifs d'intervention avec les usagers et usagères;
- À votre façon!

**Proches** : parents, enfants



**Partenaires non familiaux** →  
FONCTION : chauffeur d'autobus, commis

**Professionnels salariés** :  
orthophoniste, ergothérapeute

**Amis ou parenté** : tante, ami d'enfance

**Connaissances** : voisins

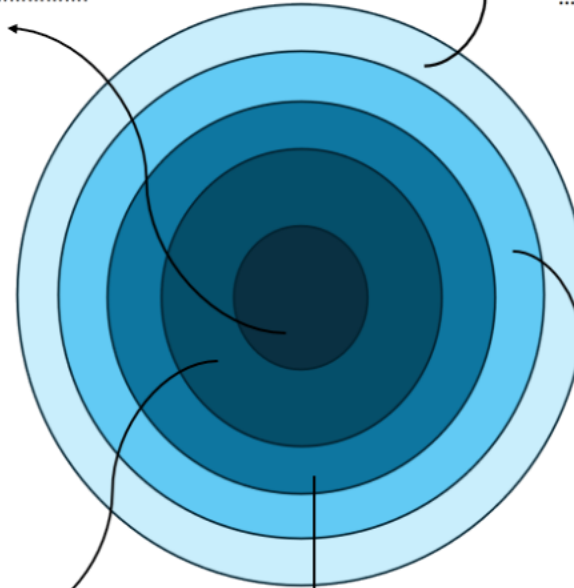
**Proches :**

.....  
.....

**Partenaires non familiers →**

**FONCTION :**

.....  
.....



**Professionnels salariés :**

.....  
.....

**Amis ou parenté :**

.....  
.....

**Connaissances :**

.....  
.....

*Blackstone et Hunt Berg 2003*



05

# Mises en situation

---





# Questions Commentaires

---



Merci pour votre  
attention et votre  
participation!

---