



Agence des douanes
et du revenu du Canada

Canada Customs
and Revenue Agency

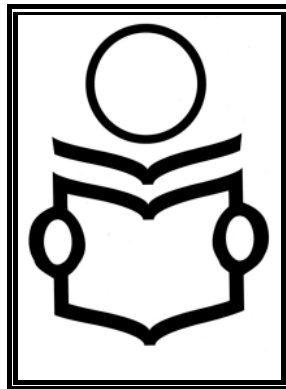
FP6800-000-P

Direction de
la formation et
du perfectionnement

Direction des services
à la clientèle
Direction générale des
cotisations et des recouvrements

L'alphabétisme :

Pour mieux lire nos clients



Canada

UN MESSAGE DU MINISTRE

J'ai le plaisir de vous présenter notre nouvelle brochure *L'alphabétisme : Pour mieux lire nos clients*, fruit d'une collaboration soutenue entre l'équipe de projet sur l'alphabétisme de l'Agence et les membres d'autres groupes intéressés.

Cette brochure nous propose de porter un regard neuf sur le problème de l'alphabétisme qui touche notre société. Elle aborde le contexte de l'Agence en expliquant les difficultés de communication qu'éprouvent certains de nos clients lorsqu'ils traitent avec nous. La brochure nous confronte à des problèmes fondamentaux, mais elle renferme une foule de solutions pour aider les employés de l'Agence à mieux communiquer avec les clients.

Comme nous l'avons énoncé dans notre Stratégie en 7 points pour l'équité, nous voulons sans cesse améliorer la communication avec nos clients et mettre à la disposition de nos employés de meilleurs outils pour répondre à cet objectif. Cette brochure fait foi de cet engagement et constitue un bon outil pour mieux adapter nos services à nos clients.

Notre objectif ne se limite pas à sensibiliser les employés aux questions d'alphabétisme. Nous participons aussi à différentes manifestations publiques destinées à aider la communauté à mieux comprendre les défis liés aux difficultés à lire, à écrire et à s'exprimer. Notre participation à l'événement « La ruée des mots » à Ottawa à l'automne dernier en est un excellent exemple.

Je vous encourage à lire cette brochure et à mettre en pratique les techniques qui y sont proposées. Vous atteindrez ainsi encore mieux votre objectif d'être davantage à l'écoute des besoins particuliers de nos clients.

Martin Cauchon

Ministre du Revenu national

POURQUOI L'ALPHABÉTISME EST-IL IMPORTANT?

L'alphabétisme a un effet sur notre mandat, nos valeurs et notre vision.

La mission de l'Agence des douanes et du revenu du Canada consiste à contribuer au bien-être économique et social des Canadiens par :

- ◇ la promotion de l'observation volontaire;
- ◇ la prestation d'un service de qualité.

L'Initiative en matière d'équité renouvelle notre engagement à faire preuve de souplesse et d'équité lorsque nous traitons avec nos clients.

Nos services doivent être fiables, opportuns et accessibles à tous nos clients. Cela signifie que nos publications et services doivent être faciles à utiliser et que nos clients doivent en connaître l'existence.

Une nouvelle approche qui prend en considération les besoins de nos clients peu alphabétisés aura une incidence sur toutes les méthodes que nous utilisons pour communiquer.

Ne sautez pas aux conclusions. Ne demandez jamais à un client s'il éprouve des difficultés avec l'écrit. Faites preuve de doigté et de respect.

Que puis-je faire?

Vous pouvez commencer par lire cette brochure.

Cette brochure :

- ◇ vous présente l'alphabétisme comme étant un problème qui touche un bon nombre de nos clients;
- ◇ vous donne la nouvelle définition de l'alphabétisme;
- ◇ vous aide à reconnaître les comportements des clients qui peuvent avoir de la difficulté à lire et à écrire;
- ◇ sert de guide afin de vous aider à mieux servir nos clients, y compris ceux qui sont peu alphabétisés et qui ont difficilement accès à nos services.

L'alphabétisme – Un concept en pleine évolution

Selon l'ancienne définition de l'alphabétisme, une personne était soit alphabète, soit analphabète.

Cette ancienne définition était basée sur les préjugés suivants :

- ◇ le niveau de scolarité;
- ◇ l'identité culturelle;
- ◇ le statut socio-économique.

La nouvelle définition de l'alphabétisme comprend plusieurs éléments.

Elle est fondée sur des niveaux mesurables d'alphabétisme dans les trois domaines suivants :

1. **textes suivis** (information contenue dans des textes);
2. **textes schématiques** (formulaires, tableaux, graphiques, etc.);
3. **textes au contenu quantitatif** (opérations arithmétiques).

L'ALPHABÉTISME : UNE ÉCHELLE DE COMPRÉHENSION

L'alphabétisme se mesure selon une échelle de compréhension allant de limitée à élevée. À noter que les niveaux d'alphabétisme varient d'une personne et d'une échelle à l'autre.

L'échelle des textes suivis mesure...

... la capacité de comprendre et d'utiliser l'information provenant de divers documents, comme les brochures, les livres, les journaux ou les magazines.

L'échelle des textes schématiques mesure...

... la capacité de repérer et d'utiliser l'information provenant des différents documents que nous utilisons dans notre quotidien, par exemple les formulaires, les graphiques, les cartes ou les horaires de transports en commun.

L'échelle des textes quantitatifs est...

... la capacité d'effectuer des opérations arithmétiques simples, comme additionner, soustraire, multiplier et diviser, pour remplir des déclarations de revenus, modifier les quantités des recettes en fonction du nombre de portions à servir ou calculer le budget familial.

Bon nombre de nos produits demandent un niveau élevé d'alphabétisme dans les trois domaines.

LES CINQ NIVEAUX D'ALPHABÉTISME

Niveau 1

À ce niveau, les gens ont de grandes difficultés à lire.

Ils peuvent reconnaître un mot ou deux qui sont familiers dans un texte simple.

Sans aide, ils pourraient ne pas être en mesure d'utiliser l'information écrite pour prendre certaines décisions, comme déterminer, en lisant une étiquette, quelle est la dose exacte de médicaments à donner à un enfant.

Niveau 2

À ce niveau, les gens peuvent seulement utiliser les documents écrits simplement, dont la mise en page est claire et dont les tâches ne sont pas trop complexes.

Ils ont de la difficulté à lire de longs paragraphes, des textes denses ou encore un texte écrit en majuscules.

La majorité aurait de la difficulté à remplir une demande d'emploi.

Les gens qui sont au niveau 2 ne reconnaissent habituellement pas leurs limites.

Niveau 3

À ce niveau, les gens possèdent le minimum requis pour fonctionner dans la vie quotidienne, que ce soit à la maison, au travail ou dans la société.

Niveaux 4 et 5

À ces niveaux, les gens sont en mesure d'utiliser avec confiance une grande variété de documents et peuvent résoudre des problèmes complexes.

Ils ont toutes les capacités requises pour comprendre les documents dont le contenu est très complexe.

De nos jours, bon nombre d'emplois exigent un niveau d'alphabétisme élevé.

Portrait de l'alphabétisme au Canada

Textes suivis

| Niveau d'alphabétisme | Caractéristiques des personnes | % de la population (arrondi au nombre entier le plus près) | |
|-----------------------|--|---|---|
| Niveau 1 | <ul style="list-style-type: none"> ◇ sont difficiles à joindre avec l'écrit ◇ ont besoin d'intermédiaires | <p style="text-align: center;">22 % (4,7 millions)</p> | 48 % |
| Niveau 2 | <ul style="list-style-type: none"> ◇ ont des lectures peu variées ◇ sont limitées à des textes clairs, simples et directs ◇ font une tâche à la fois ◇ se fient aux autres | <p style="text-align: center;">26 % (5,5 millions)</p> | |
| Niveau 3 | <ul style="list-style-type: none"> ◇ lisent bien mais auraient de la difficulté avec des textes complexes ◇ sont considérées par beaucoup de pays comme étant au seuil minimum pour fonctionner en société | <p style="text-align: center;">33 % (7 millions)</p> | |
| Niveaux 4 et 5 | <ul style="list-style-type: none"> ◇ ont un éventail varié de capacités de lecture ◇ font des tâches multiples ◇ traitent des textes au contenu complexe | <p style="text-align: center;">20 % (4,2 millions)</p> | Note : Seulement 5 % des Canadiens sont au niveau 5 |

Les résultats des textes schématiques et des textes au contenu quantitatif sont similaires.

La moitié des Canadiens ne lisent pas bien

QU'EST-CE QUE CELA SIGNIFIE POUR NOUS?

L'*Enquête internationale sur l'alphabétisation des adultes* a prouvé qu'il y a des personnes peu alphabétisées dans **tous** les groupes démographiques.

Une grande partie de la population canadienne ne possède pas les capacités nécessaires pour lire et comprendre les documents.

Or, étant donné que la méthode que nous utilisons le plus souvent pour joindre nos clients est l'écrit, il y a **rupture de communication** entre nous et un grand nombre de nos clients qui sont peu alphabétisés.

Ces derniers font alors **plus de demandes de services**, ce qui, en retour, rend l'accessibilité à nos produits et services encore plus difficile.

INTERACTION AVEC L'ADRC

C'est grâce aux employés de première ligne que nous pouvons améliorer nos rapports avec les clients. Il est donc primordial que la prise en contact initiale se fasse avec sensibilité.

Pour les personnes peu alphabétisées, il est souvent difficile de traiter avec l'Agence. En général, bon nombre de nos clients :

- ◇ ne perçoivent pas notre organisation comme une institution avec laquelle ils ont des rapports;
- ◇ ne nous voient que comme un percepteur d'impôt;
- ◇ n'ont que peu de rapports avec nous;
- ◇ craignent le « gouvernement »;
- ◇ utilisent les services de spécialistes pour produire leur déclaration de revenus, estimant que c'est la seule façon d'éviter les erreurs;
- ◇ voient nos produits comme étant inutilement complexes;
- ◇ préfèrent les rapports face à face;
- ◇ évitent les services téléphoniques automatisés, les kiosques informatisés ou les postes de travail;
- ◇ souvent n'ouvrent pas le courrier à moins qu'il ne s'agisse d'un chèque ou d'un compte;
- ◇ utilisent un intermédiaire dans leurs rapports avec les institutions gouvernementales, et se sentent démunis et dépassés sans l'aide d'une autre personne;
- ◇ essaient d'établir une relation personnelle avec un employé pour ensuite ne faire affaire qu'avec lui;
- ◇ voient l'employé non pas comme représentant l'institution, mais comme l'institution elle-même;
- ◇ utilisent diverses stratégies pour cacher leur problème d'alphabétisme.

COMMENT APLANIR LES OBSTACLES LIÉS À L'ALPHABÉTISME ?

Obstacles liés à la publicité

Nous pouvons :

- ◇ recueillir l'information au téléphone pour éviter au client d'avoir à remplir le formulaire au comptoir;
- ◇ service bilingue;
- ◇ avoir des interprètes pour aider le client pour qui le français ou l'anglais est une langue seconde;
- ◇ aider les clients à remplir les formulaires;
- ◇ donner des directions simples pour que le client puisse nous trouver facilement.

Obstacles liés aux documents écrits

Nous pouvons :

- ◇ préparer des documents qui utilisent de gros caractères, plus d'espace blanc, des illustrations et des puces pour séparer l'information;
- ◇ créer des documents en tenant compte de l'opinion des clients;
- ◇ tester tout nouveau document auprès de personnes peu alphabétisées;
- ◇ contraster suffisamment les couleurs entre l'encre utilisée et le papier dans toutes les publications;
- ◇ suivre un cours sur le langage clair et simple.

Obstacles liés à la communication

Nous pouvons :

- ◇ apprendre à reconnaître les clients qui peuvent avoir un problème d'alphabétisme;
- ◇ revoir le document avec le client en utilisant un crayon surligneur pour signaler les points importants;
- ◇ offrir de l'aide aux clients qui montrent des difficultés à lire ou à écrire, **peu importe la raison**;
- ◇ commenter et décrire les explications;
- ◇ être attentif au non verbal, qui peut indiquer la confusion, l'hésitation;
- ◇ promouvoir le Programme communautaire des bénévoles en matière d'impôt.

COMMENT SAVOIR SI UN CLIENT EST PEU ALPHABÉTISÉ?

Une personne peut avoir besoin d'aide si :

- ◇ elle lit très lentement et avec beaucoup de difficulté;
- ◇ elle ne peut pas résumer ce qu'elle vient de lire;
- ◇ elle répond incorrectement au formulaire même s'il a été expliqué en détail et s'il contient des exemples;
- ◇ elle ne peut pas écrire;
- ◇ elle fait des fautes graves d'orthographe ou de grammaire;
- ◇ elle a de la difficulté à s'exprimer en français ou en anglais;
- ◇ elle se sert d'excuses pour éviter de lire ou d'écrire (« J'ai oublié mes lunettes »);
- ◇ elle ne note pas l'information donnée oralement;
- ◇ elle semble nerveuse;
- ◇ elle a de la difficulté à suivre des instructions;
- ◇ elle ne pose pas de questions.

Ne sautez pas aux conclusions. Ne demandez jamais à un client s'il éprouve des difficultés avec l'écrit. Faites preuve de doigté et de respect.

QUELLE INFLUENCE POUVONS-NOUS AVOIR?

Nous pouvons :

- ◇ écouter les clients et comprendre leurs besoins;
- ◇ simplifier nos communications avec tous les clients et nous assurer qu'ils ont compris le message;
- ◇ simplifier nos communications au sein de l'organisation;
- ◇ améliorer nos compétences en rédaction et utiliser un langage clair et simple;
- ◇ éviter d'utiliser du jargon technique quand nous communiquons avec les clients;
- ◇ utiliser un vocabulaire aussi général que possible;
- ◇ faire des phrases courtes;
- ◇ éviter d'utiliser un langage trop populaire;
- ◇ utiliser la voix active plutôt que la voix passive;
- ◇ donner la chance au client de poser des questions supplémentaires;
- ◇ parler plus lentement et plus clairement;
- ◇ offrir d'expliquer l'information donnée et reformuler l'explication, au besoin;
- ◇ être patients, accessibles et courtois dans nos rapports avec les clients;
- ◇ garder à l'esprit que la façon dont nous servons le client peut soit lui nuire, soit l'aider lorsqu'il traite avec nous;
- ◇ mettre en oeuvre les meilleures pratiques;
- ◇ être prêts à faire de l'apprentissage continu;
- ◇ être axés sur le client.

Faites preuve d'empathie et de compassion pour personnaliser vos rapports avec les clients.

NOTRE DÉFI

Nous devons être conscients de la façon dont les clients lisent, comprennent et utilisent l'information. C'est seulement ainsi que nous pourrons mieux les aider.

AUTRES SOURCES D'INFORMATION

STATISTIQUE CANADA. *Lire l'avenir : Un portrait de l'alphabétisme au Canada* (1996)

STATISTIQUE CANADA. *Littératie, Économie et Société – Résultat de la première Enquête internationale sur l'alphabétisation des adultes*, 1995.

INSTITUT CANADIEN D'ÉDUCATION DES ADULTES. *Des services publics pour toute la population*, 1997. Téléphone : (514) 948-2044

GROUPE COGEM RESEARCH INC. (pour la Direction des services à la clientèle). *Besoins d'information et stratégies des Canadiens ayant un faible niveau d'alphabétisme*, 1997.

Site intranet de l'ADRC (InfoZone)

Site Internet de la Base de données en alphabétisation des adultes : **www.nald.ca**

DIRECTION DE LA FORMATION ET DU PERFECTIONNEMENT. *Formation en langage clair et simple* (FP3326-000), 1999.

CENTRAIDE CANADA. Vidéo (durée 23 min.)

ABC Canada – Voir les Pages Jaunes sous la rubrique « Apprendre »

REMERCIEMENTS

Direction des services à la clientèle, Direction générale des cotisations et des recouvrements

Mary Ann Doucette
Michel Gauthier
Anne Kingsbury
Isabelle Lemieux
Lynn Paul

Direction de la formation et du perfectionnement

Carmel Borkowski
Ginette Fortier-Koga
John Heyes
Richard Leduc
Brenda Liimatainen
Gilbert Paquette
Pat Thompson

Direction générale des communications

Élise Dhaussy
Patrick Mikhail
Josée Ricard

Bureau des services fiscaux de Montréal

Mireille Séguin

Bureau des services fiscaux d'Edmonton

Marthe Wright

Contribution spéciale

Françoise Lefebvre, Institut canadien d'éducation des adultes
Mary Wiggin, directrice générale, Regroupement d'Ottawa-Carleton pour l'alphabétisation