



2^E RAPPORT D'ÉTAPE SUR LE PLAN D'ACCESSIBILITÉ DE LECLERC COMMUNICATION

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	1
Consultations et rétroaction	1
Progrès réalisés par domaine	2
Contacts et Commentaires	3
Conclusion	4

Introduction

Depuis l'adoption de son plan d'accessibilité 2024-2026, Leclerc Communication inc. (« Leclerc ») poursuit ses efforts afin d'identifier, de prévenir et de réduire les obstacles à l'accessibilité, conformément à la *Loi canadienne sur l'accessibilité*.

Le présent rapport d'étape couvre la période écoulée depuis le rapport publié le 1^{er} juin 2025. Il rend compte des consultations menées, des progrès réalisés dans les différents domaines visés par le plan d'accessibilité et des actions qui demeurent en cours.

Au cours de la dernière année, Leclerc a continué d'adopter une approche concrète et proportionnée à sa réalité d'entreprise indépendante du secteur de la radiodiffusion. Cette démarche s'appuie sur l'amélioration continue, l'écoute des besoins exprimés et la volonté d'intégrer l'accessibilité de façon durable dans ses pratiques.

Consultations et rétroaction

Dans le cadre de la préparation du présent rapport d'étape, Leclerc a poursuivi ses consultations internes auprès des personnes concernées et a également pris connaissance de ressources et d'échanges sectoriels pertinents en matière d'accessibilité.

Consultations internes

Au cours de l'année, des échanges ont continué à avoir lieu avec les membres du personnel afin de mieux comprendre les besoins liés à l'accessibilité dans le milieu de travail, les outils numériques et les pratiques quotidiennes.

En mai 2026, Leclerc a également réalisé un sondage interne sur l'accessibilité en milieu de travail. Ce sondage visait à documenter de manière plus structurée la perception de l'accessibilité des bureaux, des outils numériques, des processus internes et de la culture organisationnelle.

Les résultats indiquent notamment que la grande majorité des répondants considère les espaces de travail comme facilement accessibles et ne rapporte aucun obstacle physique particulier dans les locaux. Les outils numériques et technologiques sont également perçus comme généralement faciles à utiliser, y compris pour des personnes pouvant avoir des besoins particuliers.

Leclerc a maintenu une approche d'ouverture encourageant les employés à faire part de toute situation pouvant constituer un obstacle, de même qu'à formuler des suggestions d'amélioration en matière d'accessibilité et d'accommodement. Cette démarche s'inscrit dans la continuité des engagements prévus au plan d'accessibilité, notamment en ce qui a trait à la communication, à l'auto-identification et à l'adaptation des pratiques en emploi.

Consultations externes

En janvier 2026, Leclerc a pris en considération les enseignements tirés de la consultation organisée par l'Association canadienne des radiodiffuseurs en collaboration avec le Broadcasting Accessibility Fund. Cette consultation a rappelé l'importance, pour les radiodiffuseurs, de consulter régulièrement les personnes en situation de handicap, d'intégrer l'accessibilité dès la conception des pratiques et des services, et de privilégier des mesures concrètes plutôt qu'une approche uniquement administrative ou déclarative.

Les échanges tenus dans ce cadre ont également mis en valeur certaines bonnes pratiques applicables au milieu de travail, notamment l'adoption de modes de communication variés, l'utilisation de technologies disponibles comme le sous-titrage automatique et la transcription, ainsi que la nécessité de maintenir l'accessibilité comme une responsabilité constante dans l'organisation.



Rétroaction continue

Le canal de rétroaction de Leclerc demeure accessible à toute personne souhaitant transmettre un commentaire, une question ou une préoccupation relative à l'accessibilité, notamment par l'entremise de l'adresse commentaires@leclerccommunication.ca.

En complément du canal de rétroaction permanent, le sondage effectué auprès des employés a permis de confirmer qu'aucun obstacle majeur n'est actuellement ressenti par le personnel.

Au cours de la période visée, aucun nouvel obstacle majeur n'a été signalé par les employés, les clients ou les auditeurs. Leclerc demeure toutefois attentive à tout besoin pouvant émerger et maintient sa volonté d'intervenir rapidement lorsqu'une situation le requiert.

Progrès réalisés par domaine

Dans l'ensemble, Leclerc a maintenu la grande majorité de ses pratiques et de ses environnements accessibles au cours de la dernière année. Comme il s'agit d'une organisation de petite taille, caractérisée par une structure stable et une gestion de proximité, peu de changements majeurs sont à signaler dans plusieurs domaines visés par le plan.

L'année 2025-2026 a néanmoins permis de consolider certaines démarches déjà amorcées, particulièrement en matière d'emploi, de sensibilisation et de réflexion sur l'accessibilité des outils et des communications.

Emploi

Leclerc a poursuivi les actions entreprises afin de favoriser un environnement de travail inclusif et de mieux faire connaître les mesures d'accommodement disponibles aux membres de son équipe et aux personnes candidates.

Au cours de la période visée, Leclerc a continué de soutenir le processus d'auto-identification des employés, dans un esprit de respect, de confidentialité et d'ouverture. Elle a également maintenu ses efforts afin de mieux communiquer son engagement envers l'accessibilité dans ses pratiques d'emploi et de recrutement.

Dans la continuité du plan d'accessibilité, Leclerc demeure attentive à la nécessité de réduire les obstacles potentiels dans l'expérience de recrutement, de favoriser une culture accueillante à l'égard des demandes d'accommodement et de rappeler que les ajustements nécessaires peuvent être discutés à différentes étapes du parcours d'emploi.

Sur le plan de la culture organisationnelle, les résultats du sondage interne sont très positifs : 100% des répondants se disent à l'aise de partager leurs besoins ou de signaler un obstacle lié à l'accessibilité. De plus, 90% estiment que Leclerc valorise l'inclusion et l'accessibilité dans sa culture d'entreprise.

Les constats issus de la consultation sectorielle de 2026 sont venus renforcer cette orientation, en soulignant l'importance d'éviter les suppositions sur les besoins des personnes, de privilégier une approche souple et d'offrir différents modes de communication afin de soutenir une participation équitable.

Clients et Auditeurs

Aucun changement majeur n'est à signaler au cours de la période visée en ce qui concerne les clients et les auditeurs. Leclerc continue de maintenir des mécanismes permettant de recevoir les commentaires du public et de demeurer à l'écoute des besoins pouvant être exprimés en matière d'accessibilité.

Les réflexions sectorielles récentes rappellent par ailleurs l'importance, pour les radiodiffuseurs, de considérer l'accessibilité sur l'ensemble des plateformes utilisées par leur auditoire et de saisir, lorsque pertinent, les possibilités offertes par les outils numériques pour améliorer l'accès aux contenus.



Bureaux

Aucun changement majeur n'est à souligner pour les bureaux de Leclerc au cours de la dernière année. Les espaces occupés par Leclerc demeurent généralement accessibles, et Leclerc conserve son engagement à apporter les correctifs requis advenant la réception d'un commentaire, d'une demande ou de l'identification d'un obstacle.

Cette approche demeure conforme au plan d'accessibilité, qui prévoit le maintien d'une vigilance à l'égard de l'accessibilité des lieux, de l'environnement de travail et, au besoin, des mesures d'évacuation en collaboration avec les parties concernées.

Les résultats du sondage interne mené en mai 2026 confirment cette perception : tous les répondants estiment que les espaces de travail (bureaux, salles de réunion, aires communes, toilettes, etc.) sont facilement accessibles, et aucun obstacle physique (portes, escaliers, mobilier, signalisation, etc.) n'a été identifié par le personnel.

Technologies de l'information et des communications

Aucun changement structurel majeur n'est à signaler dans ce domaine pour la période visée. Leclerc poursuit néanmoins son évaluation des technologies utilisées à l'interne et dans ses communications avec ses clients et ses auditeurs, afin de s'assurer qu'elles demeurent aussi accessibles que possible.

Les consultations sectorielles menées en 2026 ont mis en évidence la valeur de solutions déjà accessibles et facilement mobilisables, comme le sous-titrage automatique, la transcription et les environnements de travail moins dépendants des échanges téléphoniques. Ces constats alimentent la réflexion de Leclerc sur l'évolution de ses outils et de ses pratiques numériques.

Communications autres que TI

Aucun changement majeur n'a été relevé dans ce domaine au cours de la période visée. Leclerc maintient toutefois son objectif d'offrir des communications claires, accessibles et ouvertes à la rétroaction, dans un esprit d'amélioration continue.

Les réponses au sondage interne confirment également la qualité perçue des communications internes : l'ensemble des répondants considère que les courriels, réunions et documents sont accessibles et compréhensibles pour tous. Aucune suggestion d'amélioration n'a par ailleurs été formulée.

Leclerc reconnaît que la simplicité des démarches, la clarté de l'information et la possibilité d'utiliser différents moyens de communication demeurent des leviers importants pour soutenir l'accessibilité au quotidien.

Acquisition de biens, services et d'installations

Aucun changement majeur n'est à signaler dans ce domaine depuis le dernier rapport d'étape. Leclerc continue néanmoins de tenir compte, dans la mesure de sa réalité opérationnelle, des considérations d'accessibilité lorsqu'elle évalue ses besoins en biens, en services et en installations.

Contacts et Commentaires

Pour toute question, tout commentaire ou toute demande concernant le présent rapport d'étape ou le plan d'accessibilité de Leclerc, il est possible de communiquer avec :

Personne contact : Audrey Rodrigue, adjointe à la direction

Numéro de téléphone : 418 529-1021 p.8464

Courriel : audrey.rodrigue@leclerccommunication.ca



Adresse postale : Leclerc Communication inc.
815, boul. Lebourgneuf, bureau 505
Québec (Québec) G2J 0C1

Pour d'autres informations concernant l'accessibilité :
<https://www.leclerccommunication.ca/accessibilite/>

Leclerc s'engage à communiquer avec les personnes qui transmettent une demande ou un commentaire dans un délai de cinq (5) jours ouvrables afin d'en assurer le suivi.

Conclusion

Leclerc demeure résolument engagée à offrir un environnement inclusif, respectueux et exempt d'obstacles, tant pour les membres de son personnel que pour ses clients et ses auditeurs.

Au cours de la dernière année, Leclerc a surtout poursuivi la consolidation des démarches déjà amorcées dans le cadre de son plan d'accessibilité 2024-2026, tout en enrichissant sa réflexion grâce au sondage interne réalisé, qui confirme qu'aucun obstacle majeur n'est actuellement perçu par le personnel, aux consultations menées et aux échanges sectoriels tenus en 2026. Leclerc continuera de faire évoluer ses pratiques avec rigueur, discernement et ouverture, afin que l'accessibilité demeure une composante réelle et durable de sa culture organisationnelle.

