

Rapport

Enquête nationale

-L'information touristique pour tous-

Part. 2 Associations « Handicap »



Préface

Le Livre Blanc « TIC, Handicap et Tourisme » découle de la synthèse de documentations existantes sous tous supports : livres, présentations professionnelles lors de conférences et bien évidemment d'une veille informationnelle réalisée via le web.

Les réseaux sociaux, comme Twitter, nous ont également procuré un fil d'actualité continu sur le sujet.

Cependant, le Livre Blanc ne se contente pas de réaliser une synthèse de documentations même si nous avons conscience que l'ouvrage ne sera qu'un pas vers le chemin long de l'accessibilité numérique et des solutions innovantes pour une information touristique à tous.

Notre but est également de créer une dynamique d'acteurs autour de ce sujet.

Telecom Valley a coordonné des acteurs de la région PACA (entreprises des TIC et institutionnels) autour d'axes de réflexion pour que le Livre Blanc puisse répondre au mieux à nos objectifs, c'est-à-dire :

- Analyser les besoins d'information des touristes en situation de handicap ;
- Expliciter la démarche d'accessibilité de l'information pour tous via les TIC ;
- Inciter les professionnels du tourisme à intégrer cette démarche de qualité ;
- Observer les meilleures pratiques ;
- Montrer aux entreprises des TIC que peuvent être leurs rôles et enjeux dans ce domaine.

Pour affiner notre réflexion et donner du crédit au Livre Blanc, nous avons réalisé une enquête nationale en deux volets :

- Une enquête adressée aux professionnels du tourisme afin d'étudier le marché, connaître l'usage des technologies par les acteurs du tourisme et évaluer leur appropriation du concept de l'information pour tous.
- Une enquête plus qualitative adressée aux associations de personnes en situation de handicap dont le but est d'évaluer l'accessibilité de l'information touristique des professionnels du tourisme grâce à leurs observations et les retours utilisateurs mais également d'analyser leurs avis sur la qualité des informations sur le web, leurs appréhensions des TIC et leurs connaissances des labels existants en matière d'accessibilité numérique.

Ainsi, ce document vous présente le deuxième volet de l'enquête nationale.

Vous en souhaitant une agréable lecture...

Jean-Bernard TITZ
Cabinet Dev-Help
Animateur de la commission m-Tourisme

& Lucas VIALIS
Consultant e-tourisme

TABLE DES MATIERES

Exemplaire de l'enquête nationale	4
Analyse des réponses à l'enquête nationale.....	11
Analyse globale des réponses au questionnaire.....	11
Introduction générale	13
Les résultats de l'enquête nationale	13
Conclusion	19

Exemplaire de l'enquête nationale

Etude nationale sur l'accès à l'information touristique pour tous

Telecom Valley, communauté innovante regroupant plus de 125 membres (grands groupes, PME, organismes de recherche et de formation, institutionnels ...), a pour objectif de dynamiser les technologies de l'information et de la communication dans des domaines aussi riches que variés.

En collaboration avec Lucas Viallis, consultant en e-tourisme, nous travaillons sur la rédaction d'un Livre Blanc "TIC, Handicap et Tourisme" dont le but est d'explicitier les besoins des personnes en situation de handicap en termes d'informations touristiques d'inciter les acteurs du tourisme, du secteur public comme privé, à prendre des mesures adéquates pour adapter le contenu numérique à chaque handicap.

Nous souhaitons ainsi, par le biais de cette enquête, affiner nos axes de réflexions sur ce sujet.

Nous vous remercions pour votre contribution.

Jean-Bernard TITZ

Président Telecom Valley

*Obligatoire

1. Informations générales

1.1. Nom de votre structure: *

1.2. Souhaitez-vous que le nom de votre structure apparaisse en tant que contributeur dans le Livre Blanc ? *

(Sachant que même si vous répondez par l'affirmative, vos propos ne seront à aucun moment associés à votre nom de structure dans un soucis d'anonymat)

- Oui
 Non

1.3. Votre fonction au sein de la structure: *

(Ex: Président, Chargé des relations publiques, Responsable d'étude...)

1.4. Code postal de votre lieu d'implantation: *

1.5. Votre structure cible quel(s) handicap(s) ? *

(Plusieurs réponses possibles)

Moteur

Mental

Auditif

Visuel

Autre :

2. Accessibilité et adaptation de l'information touristique

L'information est ici sous forme numérique (site web, application smartphone...) technologique (audio-description....) et papier (brochures...).

2.1. Selon vous, le manque d'informations touristiques accessibles et adaptées sur les sites internet est-il un frein pour se rendre à des prestations touristiques lorsque les personnes sont en situation de handicap ?

(Une seule réponse possible)

Oui

Non

Autre :

2.2. Que pensez-vous de la fiabilité des informations sur internet concernant l'accessibilité d'un établissement ?

(En d'autres termes, un touriste en situation de handicap peut-il se fier aux informations des sites web de manière générale pour savoir si le lieu est bel et bien accessible ou doit-il passer par d'autres sources pour affirmer ou infirmer les informations)

2.3. De l'ordre du général, évaluez les ERP du tourisme en termes d'accessibilité et d'adaptation de l'information pour les personnes en situation de handicap

(*Etablissement Recevant du Public)

	Aucun avis sur le sujet	Totalement inadapté	Des efforts conséquents à fournir	En net progrès	Résultats satisfaisants
Hôtel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hôtellerie de plein air (camping, bungalow, mobil-homes)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Office de tourisme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mairie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musée	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parcs et loisirs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Résidence de tourisme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Remarques/Observations:

(facultatif)

2.4. Selon vous, quel(s) est/sont le(s) frein(s) à une démarche d'accessibilité de l'information des professionnels du tourisme ?

(Plusieurs réponses possibles)

- Les professionnels ne voient pas un retour sur investissement suffisant
- Manque de personnes qualifiées
- Manque d'informations pour savoir comment rendre accessible un site web
- Trop de réglementation et de normes d'accessibilité qui dissuadent les démarches
- Manque de budget
- Risque de perte d'ergonomie de leur site web
- Demande faible voir inexistante
- Non prioritaire
- Autre :

Remarques/Observations:

(facultatif)

2.5. Selon vous, quel(s) avantage(s) pourrait tirer un professionnel du tourisme (hébergeur, office de tourisme) souhaitant rendre accessible à tous ses informations via le web et adapter l'information in situ (brochures adaptées, par exemple) ?

(Plusieurs réponses possibles)

- Une hausse de la clientèle en situation de handicap
- Une clientèle fidèle
- Un gain d'image
- Un meilleur référencement sur le web
- Autre :

Remarques/Observations:

(facultatif)

2.6. Sur les dix ans, avez-vous observé des changements conséquents concernant l'accessibilité numérique de l'information ?

2.7. Que pensez-vous des labels préexistants en la matière ?

(Le Label AccessiWeb, par exemple)

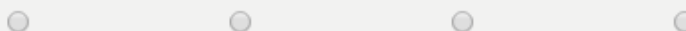
2.8. De vos observations, évaluez la véracité de ces affirmations:

	Totalement faux	Plutôt Faux	Plutôt vrai	Totalement vrai
Quand les institutions pensent "handicap", ils pensent en tout premier lieu au handicap moteur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les personnes en situation de handicap utilisent moins internet, dû à leur handicap, qu'une personne valide	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les touristes handicapés recherchent deux fois plus d'informations pour se rendre sur un lieu et multiplient les sources (internet, téléphone...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

L'aménagement pur (voiries, élargissement des portes etc...) est plus pris en compte par les établissements et l'Etat que l'accessibilité de l'information



Les personnes en situation de handicap souhaitant voyager font leurs réservations par téléphone



Les technologies permettent une plus grande autonomie des personnes en situation de handicap



Remarques/Observations:

(facultatif)

2.9. Pensez-vous que les technologies de l'information et de la communication soient un atout pour les personnes en situation de handicap pour obtenir de l'information ou au contraire un frein favorisant les inégalités ?

Nous vous remercions pour votre contribution à cette étude !

Commentaires libres:

(Si vous souhaitez nous faire part de vos suggestions, de vos impressions ou encore revenir sur un point précis)

Envoyer

N'envoyez jamais de mots de passe via Google Forms.

Analyse des réponses à l'enquête nationale

Analyse globale des réponses au questionnaire

L'enquête, sous forme de formulaire en ligne, a été délivrée à plus de 200 associations en rapport au handicap à travers la France. Ce questionnaire, contrairement à celui adressé aux professionnels du tourisme, est plus qualitatif avec des questions ouvertes permettant aux associations de répondre plus amplement.

6 associations ont contribué à l'enquête sur un court délai, les voici :

- L'**ASIP (Association des Sourds et Interprètes de Provence)**. Un service d'interprètes Français – Langue des Signes Française (LSF) situé dans la région PACA qui intervient principalement dans les Bouches du Rhône (13) et le Vaucluse (84).

- Le **MAHVU 42-43 (Mouvement des Aveugles et Handicapés Visuels Unis** de la Loire et Haute-Loire). Il développe la dimension sociale de son action envers toutes les personnes non ou mal voyantes : actions culturelles, locales ou nationales.

- L'**URAPEI (union régionale des associations de parents, de personnes handicapées mentales et de leurs amis)** du Languedoc-Roussillon. Elle est la première fédération d'associations française de représentation et de défense des intérêts des personnes handicapées mentales et de leurs familles.

- L'**APF 06 (Association des Paralysés de France** des Alpes-Maritimes). Un mouvement associatif national de défense et de représentation des personnes atteintes de déficiences motrices ou polyhandicapées et de leur famille qui rassemble 26 000 adhérents, 30 000 usagers, 25 000 bénévoles et 13 500 salariés. L'APF sensibilise l'opinion publique et les décideurs à la question du handicap, organise des séjours de vacances, des activités culturelles et de loisirs ou encore développe l'emploi des personnes en situation de handicap.

- L'**ARSEP (Association pour la Recherche sur la Sclérose en Plaques)**. Une fondation reconnue d'utilité publique à but non lucratif. L'association a deux missions essentielles : promouvoir et encourager la recherche française et internationale sur la sclérose en plaques et informer le public sur les avancées médicales, thérapeutiques et scientifiques.

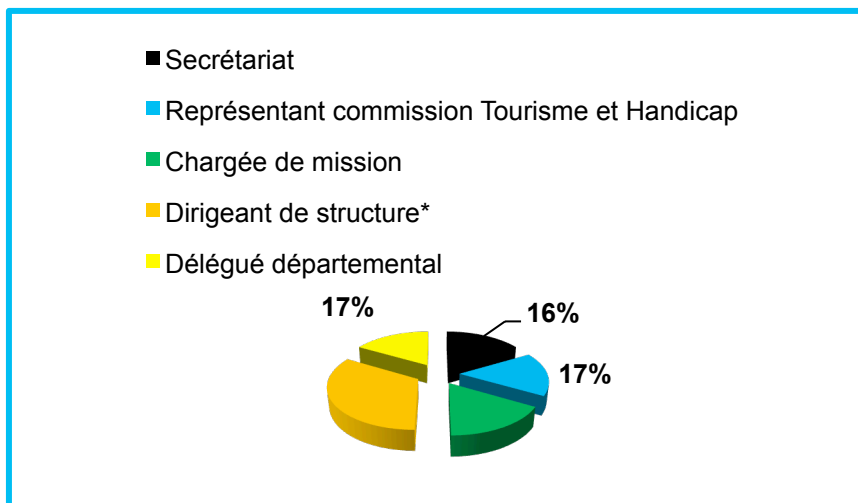
- Le **CHAT (Collectif Handicap Accessibilité Pour Tous)**. Il a pour objectif notamment de regrouper et de fédérer l'action des différentes associations œuvrant en faveur des personnes à mobilité réduite et plus particulièrement les personnes handicapées moteur, sensoriels, visuels et auditifs ainsi que de provoquer une prise de conscience relative à la nécessité de l'accessibilité pour tous.

Tous les handicaps sont ainsi représentés : moteur, mental, visuel, auditif et intellectuel. Ce dernier étant encore trop peu souvent pris en compte.

Répartition des réponses sur la France :



Répartition des réponses selon le statut du répondant :



*Président, directeur.

Introduction générale

Les associations ayant répondu à l'enquête ciblent un ou plusieurs handicaps. Chaque handicap est spécifique et intrinsèquement amène à des besoins d'adaptations non similaires.

Les réponses à l'enquête ont toutes été agglomérées pour former une analyse globale de toutes ces associations de handicap sur des points particuliers portant sur le concept d'accessibilité numérique comme la fiabilité des informations ou encore l'évaluation des ERP* du tourisme dans ce domaine.

*Etablissement Recevant du Public

Les résultats de l'enquête nationale

Accessibilité et adaptation de l'information touristique

1. Selon vous, le manque d'informations touristiques accessibles et adaptées sur les sites internet est-il un frein pour se rendre à des prestations touristiques lorsque les personnes sont en situation de handicap ?

Réponse : oui à l'unanimité.

2. Que pensez-vous de la fiabilité des informations sur internet concernant l'accessibilité d'un établissement ?

« Pour que l'information soit comprise, encore faut-il que celle-ci soit dans la langue du locuteur. Pour une partie de la communauté sourde, cela signifie des traductions vidéo en LSF, ce qui est rarement le cas. »

« Un manque de confiance et de sécurité notamment à cause des réseaux sociaux. »

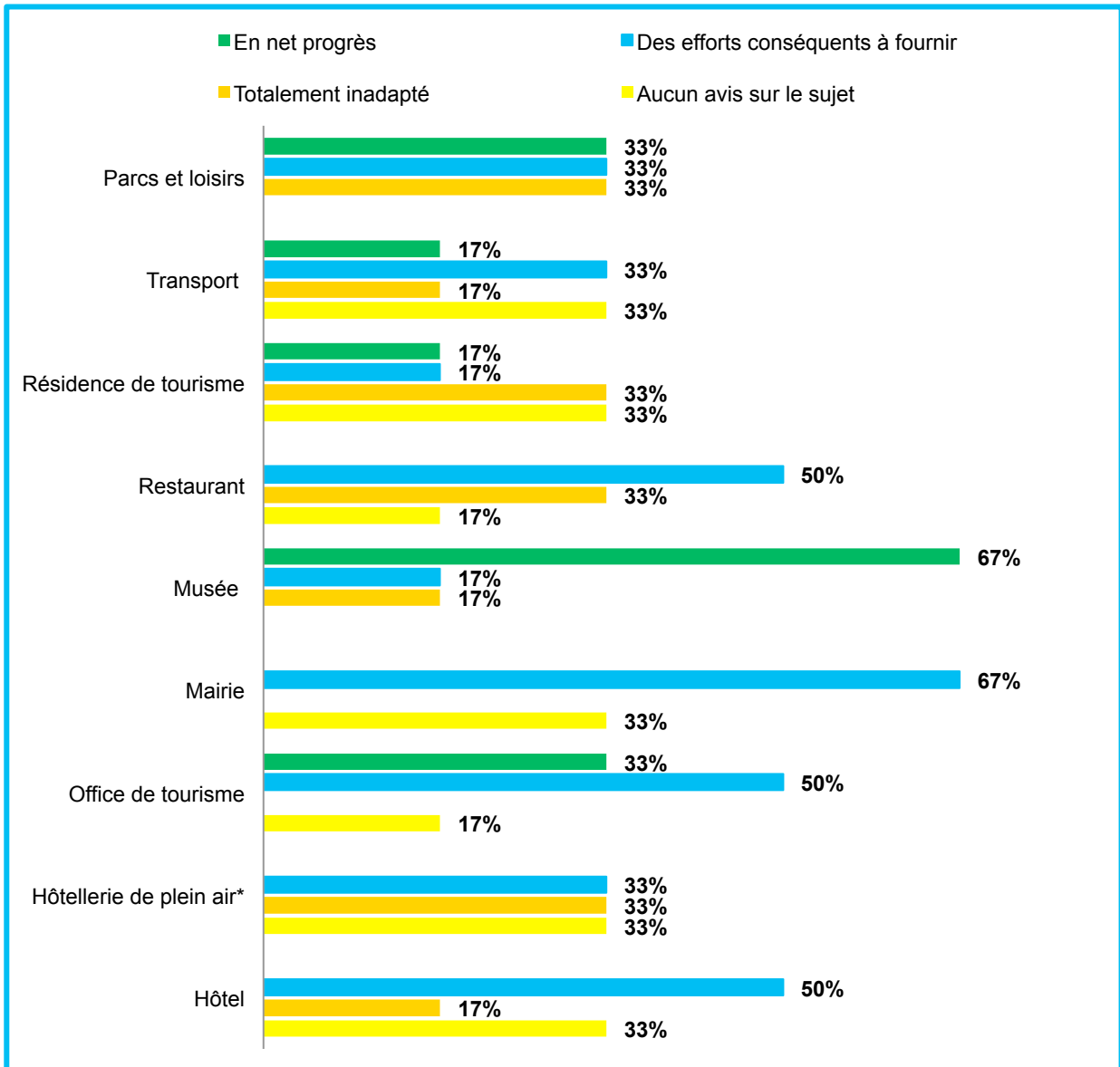
« Les informations mentionnées sur les sites Web demandent toujours à être confirmées auprès de l'organisme afin d'éviter les mauvaises surprises et d'obtenir des précisions quant aux spécificités liées au handicap de la personne. S'agissant de handicap mental, ACCESSIBILITE signifie avant tout ACCUEIL ET ACCOMPAGNEMENT adaptés. Ces deux critères sont très rarement présents dans les lieux touristiques, les personnels étant encore trop rarement formés à ce type de handicap. »

« Cela dépend du label. Les informations sont à vérifier en décrivant les difficultés de mobilité. »

« De tout et n'importe quoi. »

« Il vaut mieux faire corroborer les informations par différentes sources notamment des associations locales. »

3. De l'ordre du général, évaluez les ERP du tourisme en termes d'accessibilité et d'adaptation de l'information pour les personnes en situation de handicap.



Commentaires annexés :

« Les personnes en situation de handicap intellectuel sont ignorées à ce jour. »

« On a tendance à voir le "handicapé" en fauteuil. »

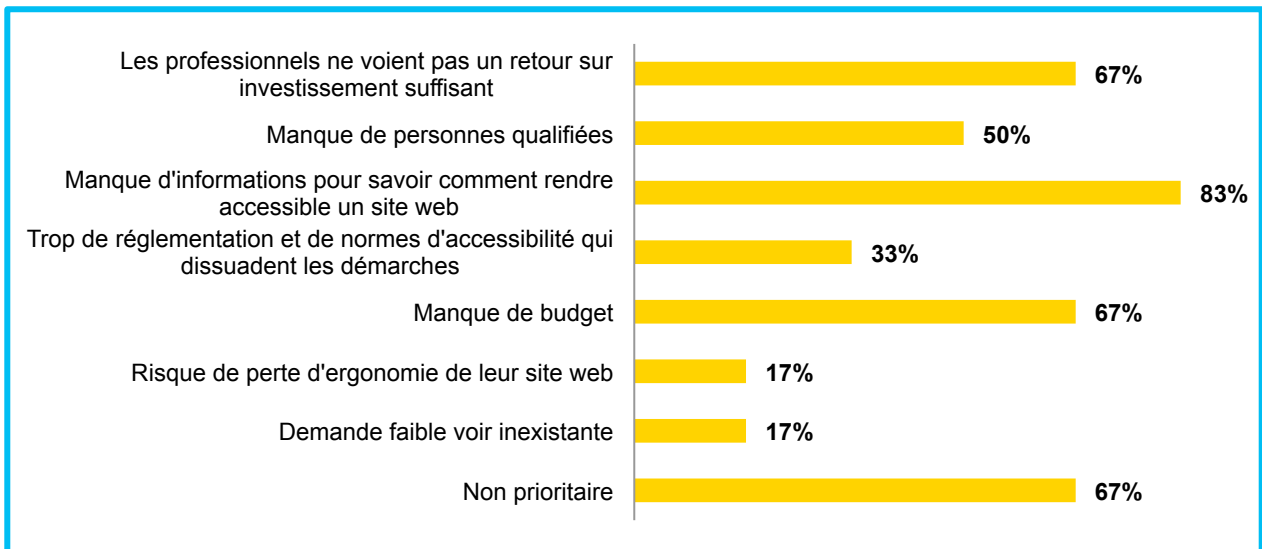
« Beaucoup de sites d'hôtellerie n'abordent pas le handicap et l'accessibilité, le constat est plus alarmant pour les plateformes de réservation. »

Selon les associations « handicap », nous pouvons observer que :

- Aucun établissement du tourisme n'a de résultats satisfaisants concernant l'accessibilité et l'adaptation de l'information touristique pour les personnes en situation de handicap.

- Les musées sont les établissements avec les plus nets progrès en la matière, suivi des offices de tourisme.
- Pour un tiers des répondants, l'hôtellerie de plein air, les restaurants, les résidences de tourisme et les parcs et loisirs sont totalement inadaptés.

4. Selon vous, quel(s) est/sont le(s) frein(s) à une démarche d'accessibilité de l'information des professionnels du tourisme ?



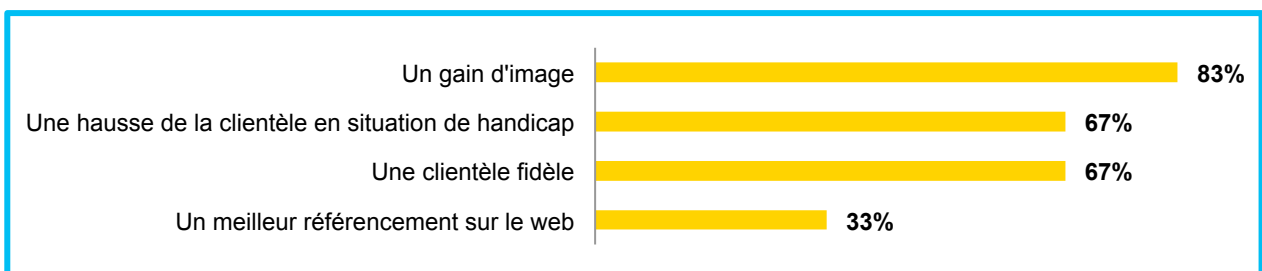
Les utilisateurs peuvent cocher plusieurs cases, les pourcentages peuvent donc être supérieurs à 100%.

Selon les commentaires annexés à cette question, il y a également un manque de motivation sociétale qui freine les démarches.

L'on retrouve, comme le premier volet de l'enquête nationale adressée aux professionnels du tourisme, les freins principaux : le manque de budget, le manque d'informations pour rendre un site web accessible ainsi qu'un retour sur investissement insuffisant. Les associations du handicap ont donc bien conscience de ces freins.

Cependant, pour les hôtels et l'hôtellerie de plein air, un des freins majeurs était également la demande faible voire inexistante des personnes en situation de handicap. Chose que nous ne retrouvons pas ici puisque les associations observent une demande des personnes handicapées de leur côté.

5. Selon vous, quel(s) avantage(s) pourrait tirer un professionnel du tourisme (hébergeur, office de tourisme) souhaitant rendre accessible à tous ses informations via le web et adapter l'information in situ (brochures adaptées, par exemple) ?



Les utilisateurs peuvent cocher plusieurs cases, les pourcentages peuvent donc être supérieurs à 100%.

6. Sur les dix ans, avez-vous observé des changements conséquents concernant l'accessibilité numérique de l'information ?

« Nous constatons une augmentation dans les demandes de mise en accessibilité des sites internet, même si ce sont des prestations à la marge. »

« Avec la synthèse vocale, le logiciel ZoomText l'information peut être diffusée. »

« Non »

« Les sites oublient souvent la notion de personnes différentes. »

« Il y a très peu de changements au regard de la loi du 11 Février 2005. »

7. Que pensez-vous des labels préexistants en la matière ?

« Peu connu. Pas de promotion pour les rendre visibles des citoyens. »

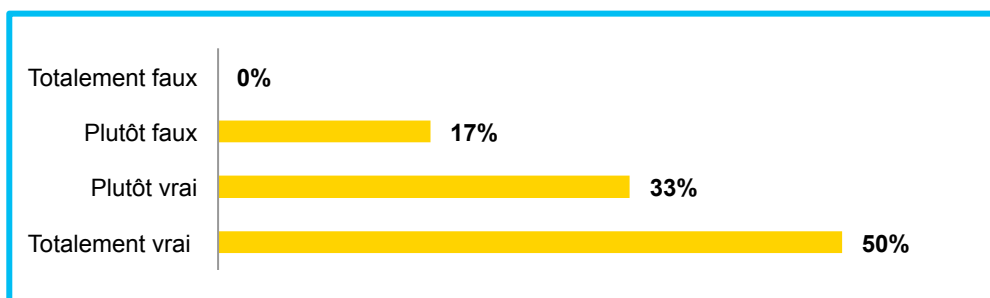
« Certains labels sont trop rigides et d'autres sont purement subjectifs sans vérifications. »

« Peut mieux faire. Pourquoi pas un label Européen. »

« Les labellisations ont un rôle incitatifs et valorisant. »

8. De vos observations, évaluez la véracité de ces affirmations:

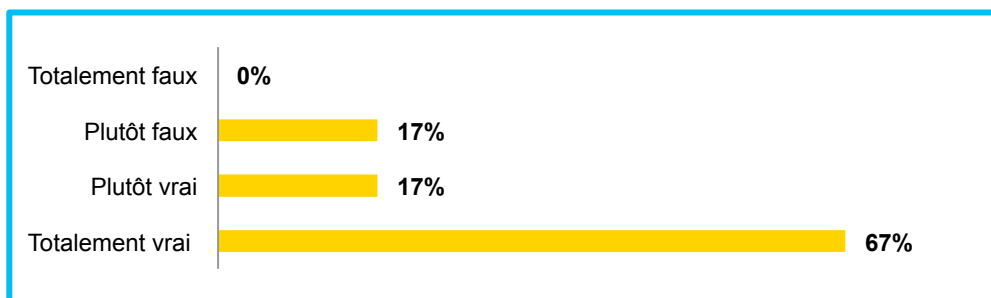
Quand les institutions pensent "handicap", ils pensent en tout premier lieu au handicap moteur :



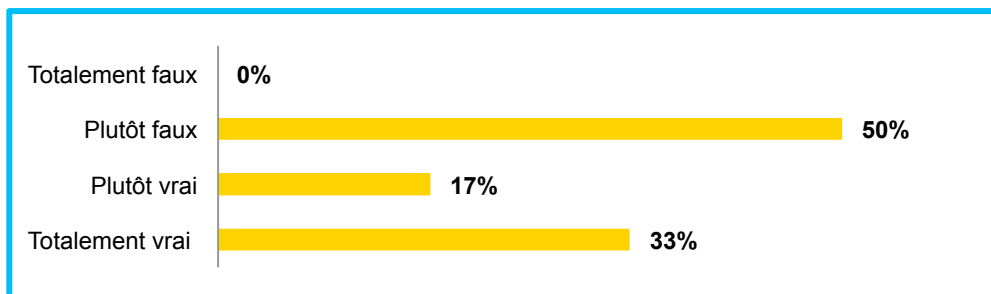
Les personnes en situation de handicap utilisent moins internet, dû à leur handicap, qu'une personne valide :



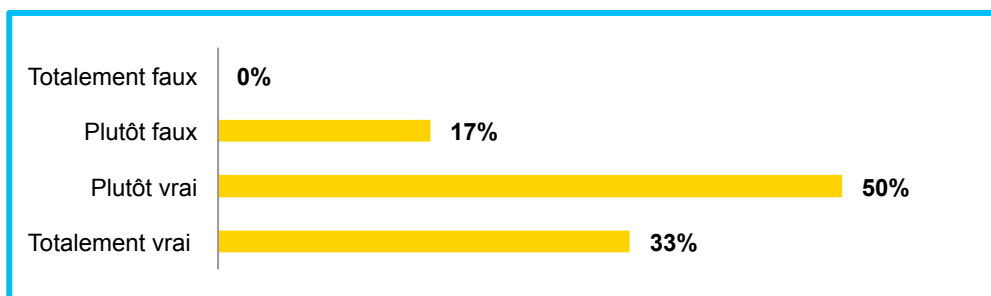
Les touristes handicapés recherchent deux fois plus d'informations pour se rendre sur un lieu et multiplient les sources (internet, téléphone...) :



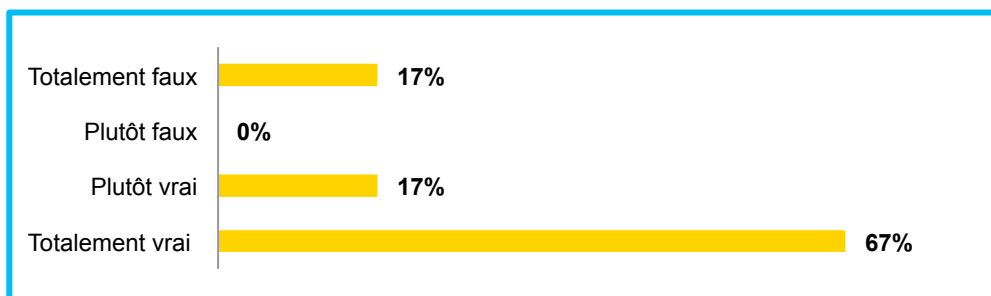
Les personnes en situation de handicap souhaitant voyager font leurs réservations par téléphone :



L'aménagement pur (voiries, élargissement des portes etc...) est plus pris en compte par les établissements et l'Etat que l'accessibilité de l'information :



Les technologies permettent une plus grande autonomie des personnes en situation de handicap :



9. Pensez-vous que les technologies de l'information et de la communication soient un atout pour les personnes en situation de handicap pour obtenir de l'information ou au contraire un frein favorisant les inégalités ?

« Le progrès ne cesse d'évoluer et les handicapés sont plus impliqués au sein de la société. »

« Un atout. »

« Un atout mais il faut vérifier en demandant des précisions directement. »

« Les technologies numériques pour palier certains déficits sont trop chères. Tout ce qui touche au handicap est trop onéreux. »

« C'est un atout important !! »

Commentaires libres:

« N'oubliez pas le handicap intellectuel. »

« Le handicap fait peur. »

« Les handicapés sont des consommateurs comme les autres mais différents. »

« Jusqu'en Juillet 2014, le handicap intellectuel n'était absolument pas pris en compte dans les textes de loi. D'où la mise en application par les institutions des réglementations liées aux handicaps moteurs et sensoriels et l'ignorance totale des règles d'accessibilité nécessaires pour les personnes en situation de handicap intellectuel. »

« Les amendements apportés à la loi font apparaître aujourd'hui l'obligation de formation des personnels en contact avec les personnes handicapées dans les lieux publics. »

« ----- développe des programmes de formation à destination de ces professionnels (sensibilisation au handicap mental, méthode du FALC...). »

Conclusion

A la vue des réponses des associations du handicap, nous pouvons émettre les observations suivantes :

- Pour les personnes en situation de handicap, le manque d'informations touristiques accessibles et adaptées sur les sites internet est un frein pour se rendre à des prestations touristiques.
- Le handicap intellectuel reste peu pris en considération.
- Aucun établissement du tourisme n'a de résultats satisfaisants concernant l'accessibilité et l'adaptation de l'information touristique pour les personnes en situation de handicap.
- Les musées sont les établissements avec les plus nets progrès en la matière, suivi des offices de tourisme tandis que pour un tiers des répondants, l'hôtellerie de plein air, les restaurants, les résidences de tourisme et les parcs et loisirs sont totalement inadaptés.
- Les labels d'accessibilité numérique, même si valorisants, sont peu connus avec une communication quasi nulle en direction des citoyens.
- Les personnes en situation de handicap n'utilisent pas moins internet qu'une personne valide.
- Beaucoup d'efforts restent à faire concernant les données des sites web. C'est la raison pour laquelle les touristes handicapés multiplient les sources d'informations pour se rendre sur un lieu (internet, téléphone...).
- Les technologies permettent une plus grande autonomie des personnes en situation de handicap et sont un atout pour obtenir de l'information même si elles sont perçues comme coûteuses.
- L'aménagement pur (voiries, élargissement des portes etc...) est plus souvent pris en compte par les établissements et l'Etat que l'accessibilité de l'information. Il y a donc encore des efforts à faire concernant la communication par le biais des organismes de l'Etat. Par ailleurs, le manque d'informations pour rendre accessible un site web est selon les associations du handicap le majeur frein pour les professionnels du tourisme. La perte d'ergonomie du site web n'est qu'un frein mineur.
- La demande faible des personnes en situation de handicap n'est pas, selon la majorité des associations répondantes, un frein prépondérant aux démarches d'accessibilité mais nous avons pu observer dans l'enquête adressée aux professionnels du tourisme que ce frein est véritable au sein de leurs structures et que faute de demande ou de fréquentation conséquente de personnes en situation de handicap, les aménagements numériques ne sont pas une priorité.
- En dix années, il n'y a pas eu de changements conséquents concernant l'accessibilité numérique des sites web.
- Le principal bénéfice pour les professionnels du tourisme de délivrer une information touristique pour tous est le gain d'image. Le référencement web est l'avantage le moins pertinent même s'il n'est pas inexistant.

Les réponses, peu nombreuses, nous amènent à relativiser l'étude et à prendre considération des réponses des associations de personnes en situation de handicap comme des témoignages issus d'observations. L'enquête aurait pu être téléphonique mais est retranscrite ici par un formulaire aux questions majoritairement ouvertes et donc plus qualitatives.

Jean-Bernard TITZ

Cabinet Dev-Help

Animateur de la commission m-Tourisme

jbtitz@dev-help.fr



&

Lucas VIALLIS

Consultant e-tourisme

viallis.lucas@live.fr



