

Rapport

Enquête nationale

-L'information touristique pour tous-

Part. 1 Professionnels du tourisme



Information
Ergonomie
Accessibilité numérique
Mobilité
Labellisation
Démarche qualité
Solutions innovantes
Budget
Usage
Tourisme
Handicap
Limites
TIC
Langues

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 premier 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	5
Analyse des réponses à l'enquête nationale	11
Analyse globale des réponses au questionnaire	11
Analyse ciblée : Hôtellerie.....	14
Introduction générale	14
Les résultats de l'enquête nationale	15
Analyse ciblée : Hôtellerie de plein air	22
Introduction générale	22
Les résultats de l'enquête nationale	23
Analyse ciblée : Office de tourisme.....	30
Introduction générale	30
Les résultats de l'enquête nationale	31
Analyse ciblée : Musée	37
Introduction générale	37
Les résultats de l'enquête nationale	38
Autres analyses : les autres professionnels du tourisme	45
Introduction générale	45
Résumé des réponses à l'enquête nationale.....	45
Conclusion	47

1. Accessibilité de l'information de votre site web

L'accessibilité web ne signifie pas seulement l'accès au dit site mais l'accès au contenu du site à toutes les personnes, qu'elles soient en situation de handicap (moteur, visuel, auditif ou mental) ou non.

1.1 L'information sur votre site web est traduite en:

(Plusieurs réponses possibles)

- Anglais
- Espagnol
- Italien
- Allemand
- Arabe
- Russe
- Chinois
- Portuguais
- Japonais
- Langue des signes
- Braille
- Autre :

1.2 Votre site web est-il accessible pour les personnes en situation de handicap ? Si oui, votre site web comporte:

(Plusieurs réponses possibles)

- Une audio-description
- Des vidéos en langue des signes
- Des pictogrammes pour mieux comprendre le contenu
- Un outil permettant de zoomer le texte affiché (ex: Logiciel ZoomText)
- Un outil permettant de différencier les couleurs
- Une traduction braille des différentes informations importantes
- Autre :

1.3 Si non, seriez-vous prêt à le rendre accessible ou à lui apporter des améliorations en termes d'accessibilité:

(Une seule réponse possible)

- Dans l'année en cours
- Dans 2 à 5 ans
- Aucune prévision à ce jour

1.4 Si vous souhaitez rendre accessible votre site dans un futur proche, quel(s) handicap(s) prendriez-vous en compte ?

(Plusieurs réponses possibles)

Moteur

Visuel

Auditif

Mental

Autre :

1.5 Quels sont vos freins actuels à la mise en place d'un site web accessible à tous ?

(Plusieurs réponses possibles)

Manque de budget

Manque de qualification du personnel

Manque d'information à ce sujet pour réaliser les aménagements

Absence de demande

Retour sur investissement faible

Perte d'ergonomie du site

Perte d'attractivité du site (par l'usage de vidéos en langue des signes, de traduction braille etc...)

Réglementation complexe

Non compréhension de la démarche

Non prioritaire

Autre :

1.6 Votre site web est-il labellisé ?

(Si oui, veuillez noter le nom de ce label dans la case ci-dessous)

Barre de progression...



2. Utilisation de solutions innovantes pour un accès à l'information pour tous

Cette partie se concentre sur les solutions innovantes mises en place in situ pour permettre à tous un accès à l'information touristique. Ces innovations peuvent prendre plusieurs formes au sein de votre structure.

2.1 Existe-t-il une personne formée dans votre service pour informer les personnes en situation de handicap ?

(Par exemple: sachant informer grâce au langage des signes)

- Oui
- Non

2.2 Vos brochures sont-elles adaptées aux personnes en situation de handicap ?

(Si oui, veuillez noter le procédé utilisé: braille, couleurs contrastées etc...)

2.3 Qu'utilisez-vous comme outils technologiques pour délivrer de l'information aux personnes en situation de handicap ?

(Plusieurs réponses possibles)

- Circuit touristique adapté (parcours sensoriel, par exemple)
- Application mobile
- Réalité augmentée
- Utilisation de 3D
- Borne interactive
- Technologies sensibles (retranscription visuelle par le toucher, par exemple)
- Lecteur de braille
- Autre :

2.4 Si vous n'utilisez pas d'outils technologiques, seriez-vous prêt à réaliser cette démarche:

(Une seule réponse possible)

- Dans l'année en cours
- Dans 2 à 5 ans
- Aucune prévision à ce jour

2.5 Quels sont vos freins actuels à la mise en place d'une technologie nouvelle in situ pour un accès à l'information pour tous ?

(Plusieurs réponses possibles)

- Manque de budget
- Fréquentation faible de personnes en situation de handicap au sein de la structure
- Retour sur investissement faible
- Manque d'information à ce sujet pour réaliser des aménagements
- Frein technique
- Non compréhension de la démarche
- Non prioritaire
- Autre :

Barre de progression...



3. Le concept d'accessibilité de l'information pour tous

3.1 Pour vous le concept d'accessibilité de l'information pour tous est:

(Plusieurs réponses possibles)

- Important, une manne potentielle en termes de clientèle/visiteur
- Peu représentatif (au sein de votre structure, peu de personnes en situation de handicap comme clients/visiteurs)
- Un effet de mode
- Un idéal qui ne pourra se réaliser
- Autre :

Barre de progression...



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.

Fourni par

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google.

[Signaler un cas d'utilisation abusive](#) - [Conditions d'utilisation](#) - [Clauses additionnelles](#)

Analyse des réponses à l'enquête nationale

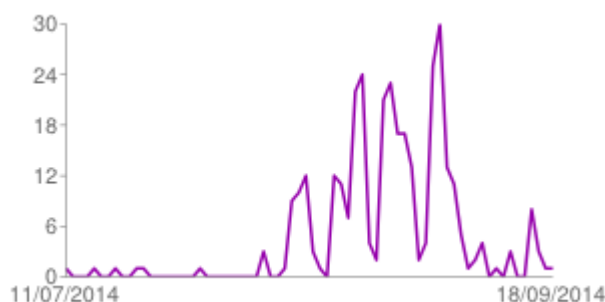
Analyse globale des réponses au questionnaire

Un questionnaire a été adressé aux professionnels du tourisme en France pour évaluer l'accessibilité de leurs informations touristiques et donner des axes de réflexions au Livre Blanc intitulé « TIC, Handicap et Tourisme ».

Ces professionnels du tourisme du secteur privé et public sont les suivants :

- Hôtellerie
- Hôtellerie de plein air (camping, bungalow, mobil-homes)
- Résidence de tourisme
- Restaurant
- Office de tourisme
- Mairie
- Musée
- Agence réceptive/Agence de voyage/TO
- Parcs et loisirs
- Transport

Le questionnaire a recueilli 331 réponses au total pour deux mois de mailing environ (comme en témoigne le schéma ci-dessous) dans des conditions non optimales : durant la saison estivale (départ en vacances fréquent des dirigeants) et avec comme sujet le handicap en toile de fond, un sujet encore difficile à aborder pour grand nombre de professionnels.

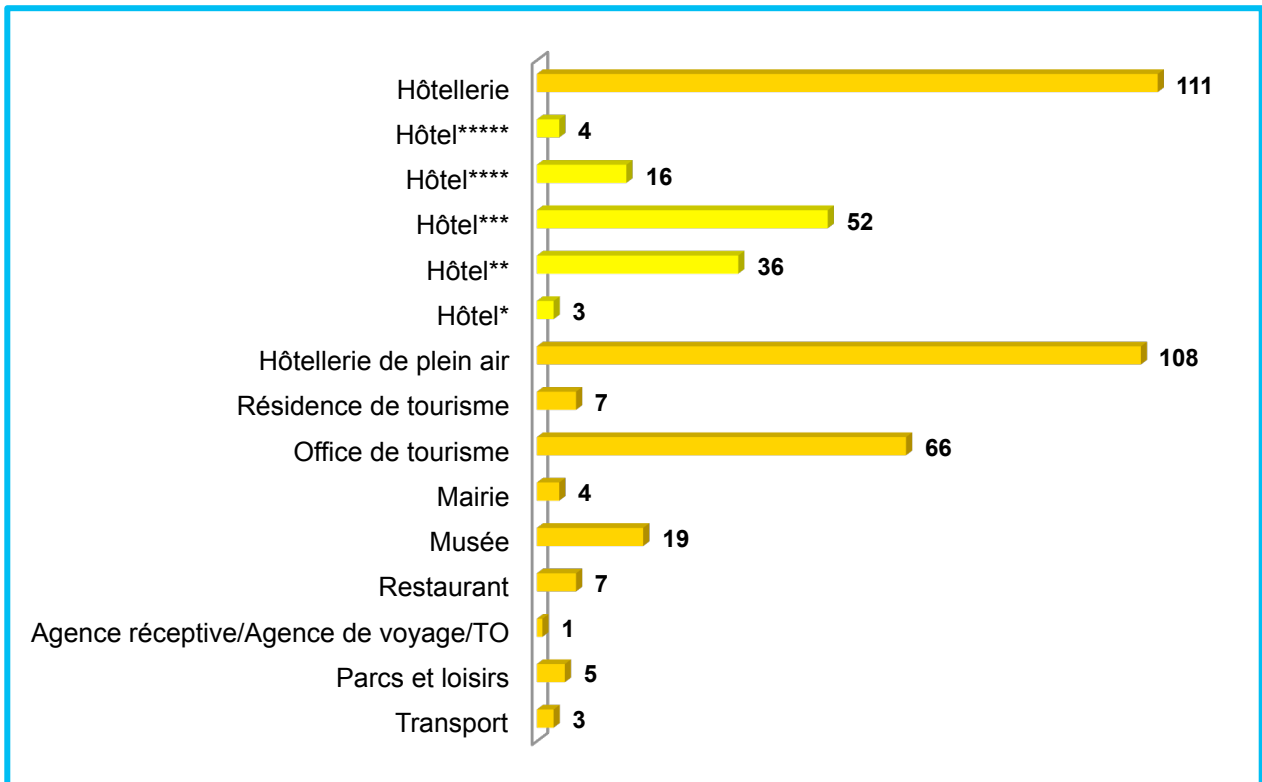


Les portails Open Data ont permis la collecte des adresses mails des professionnels du tourisme pour réaliser une base de données solide.

Plus de 22 000 adresses mails ont été utilisées pour réaliser l'enquête dont 12 500 adresses mails pour l'hôtellerie, 5 600 adresses pour l'hôtellerie de plein air ou encore 250 adresses pour les offices de tourisme. C'est la raison pour laquelle l'étude est à relativiser. En effet, 331 réponses est un chiffre plus que satisfaisant mais au regard du nombre d'envois cela ne représente que 1.5 % de taux de réponses au total.

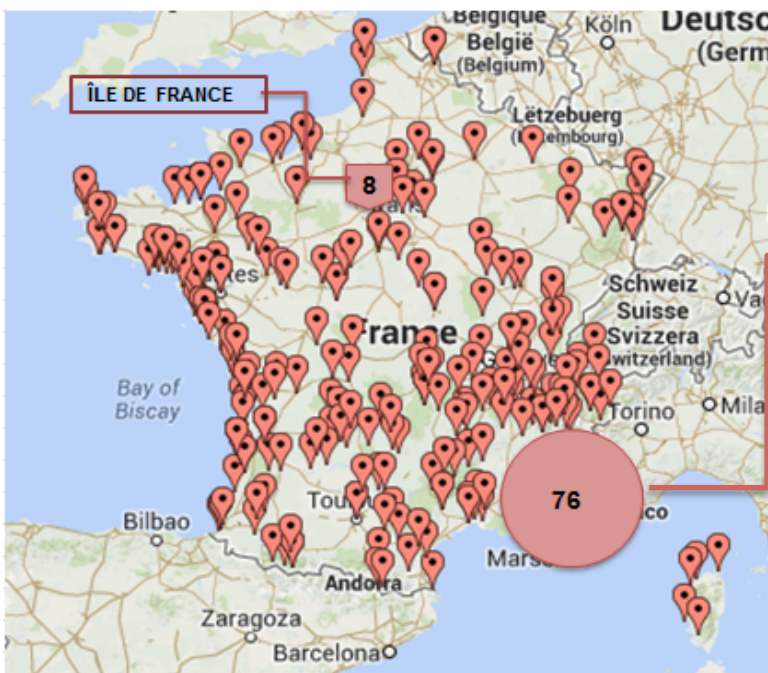
A noter quand même que ce taux de réponses est honorable pour les offices de tourisme avec environ 26% des offices contactés ayant répondu.

Répartition des réponses par acteurs du tourisme :



Localisation des réponses en France :

Les réponses sont réparties de manière homogène sur toute la France :

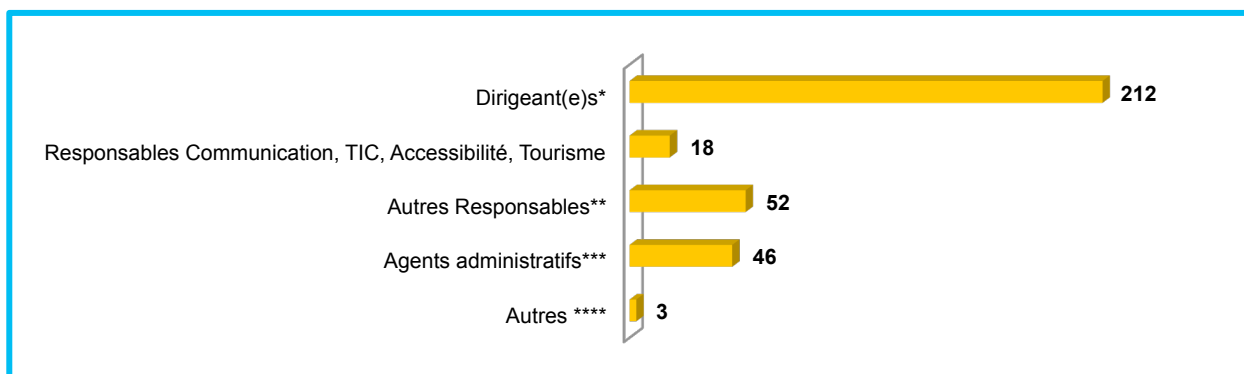


Région PACA, lieu d'envoi de l'enquête nationale

- Alpes-Maritimes : 22
- Var : 15
- Bouches-Du-Rhône : 23
- Vaucluse : 5
- Alpes-De-Haute-Provence : 3
- Hautes-Alpes : 8

Répartition des réponses selon le statut du répondant :

Environ deux tiers des répondants sont des dirigeants d'établissement (propriétaire, gérant, directeur...). Ce constat permet de donner du crédit à l'étude. En effet, les dirigeants sont les mieux à même de définir leur stratégie de développement que ce soit au niveau du marketing que de l'aménagement de leur site web ou encore de la mise en place de technologies nouvelles in situ.



*Propriétaire, Régisseur, Directeur, Gérant, Gestionnaire etc...

**Service commercial, Chargé des relations publiques, VRP, Chef de réception etc...

***Conseiller séjour, d'accueil, Secrétariat, Assistant de direction etc...

**** Stagiaire etc...

L'enquête nous a permis de recueillir un grand nombre de réponses à l'échelle de toute la France, des réponses qui gagnent en crédibilité à la vue du statut hiérarchique des répondants.

Cependant, réaliser une analyse globale des acteurs du tourisme n'aurait aucun sens.

Ainsi, nous entreprendrons un focus sur les quatre principaux répondants au questionnaire, à savoir :

- L'hôtellerie
- L'hôtellerie de plein air
- L'office de tourisme
- Le musée

En effet, le peu de réponses (Cf. Schéma « Répartition des réponses par acteurs du tourisme ») des autres acteurs du tourisme ne nous permet pas d'établir une analyse fiable. Néanmoins, nous reviendrons sur ces acteurs dans la fin de notre rapport.

Analyse ciblée : Hôtellerie

Introduction générale

Une des caractéristiques de cet acteur du tourisme est que sa mission primaire n'est pas de délivrer de l'information comme les musées ou encore les offices de tourisme. Son but est d'offrir une prestation touristique, en d'autres termes : offrir un hébergement. Cependant, l'information reste cruciale en amont pour que le prospect devienne client de l'hôtel.

Nous avons volontairement choisi de porter une analyse différenciée selon le nombre d'étoiles des hôtels pour analyser si un lien ténu existe entre prestations touristiques plus luxueuses et accessibilité de l'information.

Par exemple : un hôtel cinq étoiles, au vu de ses prestations estimées supérieures, est-il plus enclin à utiliser des solutions technologiques innovantes au sein de son établissement a contrario d'un hôtel une étoile, présentant en théorie des prestations de qualité plus faibles ?

Localisation des réponses en France (111 répondants):



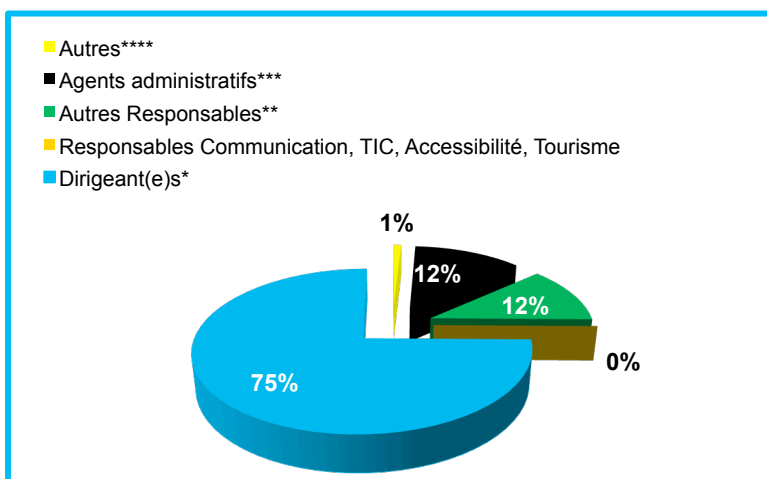
Les répondants à l'enquête proviennent majoritairement des départements au Sud de Paris même si l'ensemble reste assez homogène.

Parmi ces répondants :

- Hôtel***** (4%)
- Hôtel**** (14%)
- Hôtel*** (47%)
- Hôtel** (32%)
- Hôtel* (3%)

Répartition des réponses selon le statut du répondant :

Les ¾ des répondants sont des dirigeants. Aucun responsable des TIC répertorié comme répondant.



* Président, directeur, gérant, propriétaire, régisseur ...

**Service commercial, responsable hébergement...

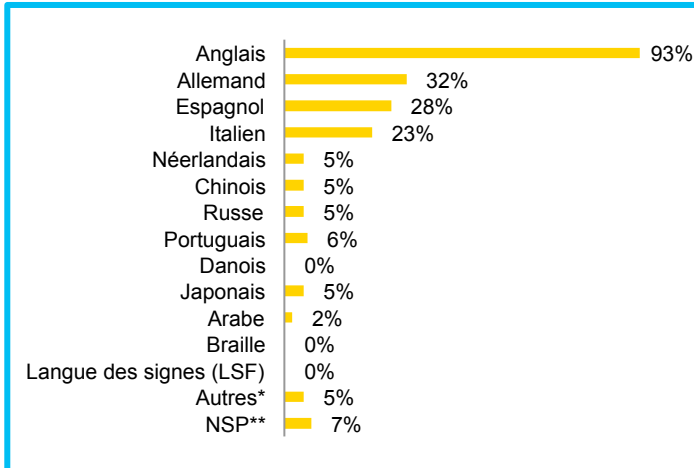
***Agent d'accueil, réceptionniste, Assistant de direction...

****Stagiaire.

Les résultats de l'enquête nationale

1. Accessibilité de l'information de votre site web

1.1 L'information sur votre site web est traduite en:



Information du site web traduite en 5 langues et plus:

Aucun site internet ou seulement en langue française:

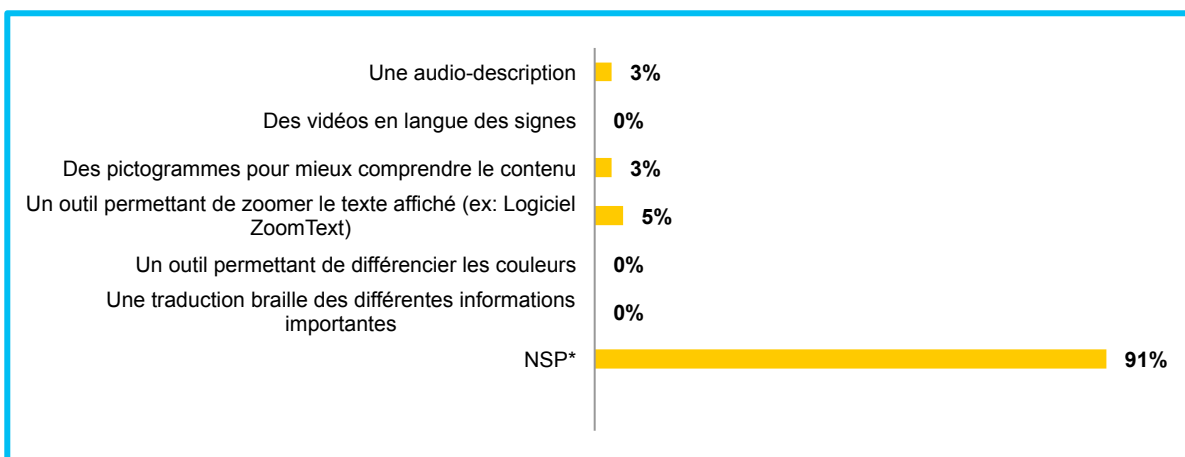
* Basque, norvégien, polonais, suédois, traducteur multi langues...

** Ne Se Prononce(nt) pas [Cela peut être lié au fait que les répondants n'aient pas de sites web ou que leurs sites n'est traduit qu'en français]

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

1.2 Votre site web est-il accessible pour les personnes en situation de handicap? Si oui, votre site web comporte:

Parmi les répondants par l'affirmative : un hôtel*****, six hôtels*** et deux hôtels**.

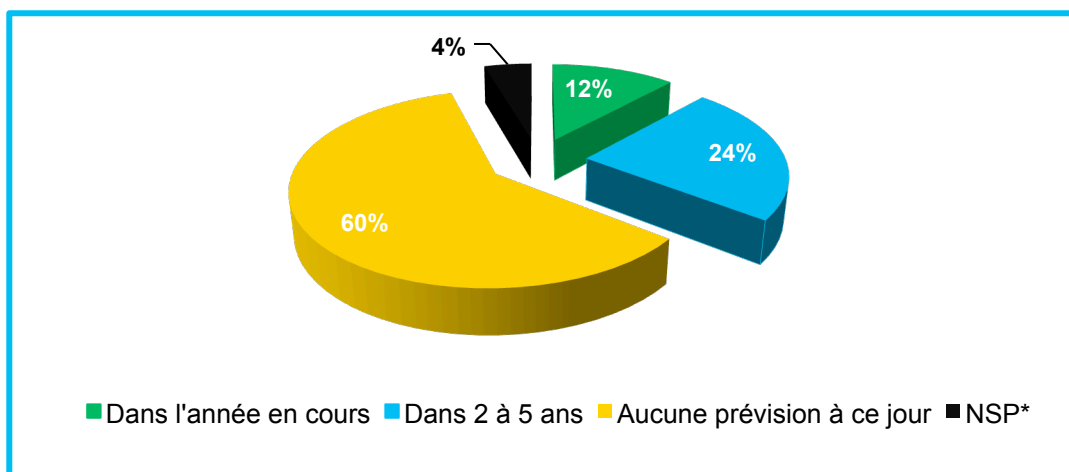


*Ne Se Prononce(nt) pas [Cela peut être lié au fait que les répondants n'aient pas de sites web ou que leur site web n'est pas accessible aux personnes en situation de handicap]

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

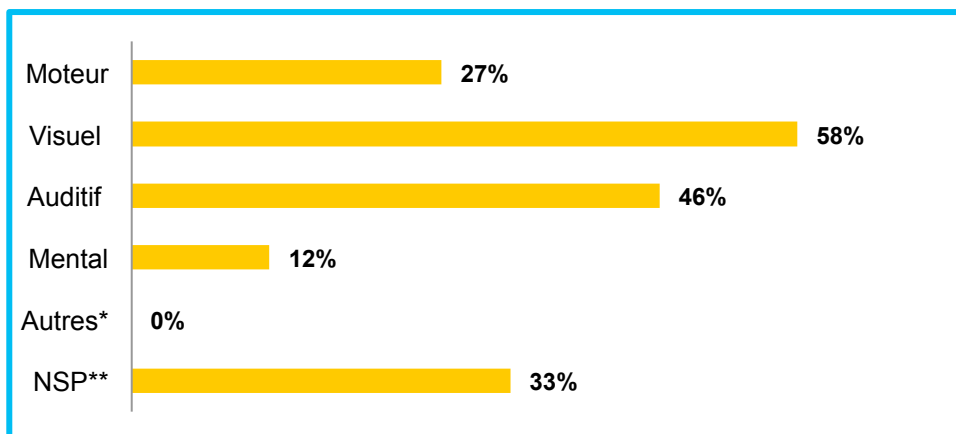
Ce schéma est à relativiser car un grand nombre de répondants font la confusion entre un logiciel ZoomText et le fait de pouvoir zoomer une page web de manière classique ou encore l'utilisation de pictogrammes pour traduire chaque informations et l'utilisation d'images ponctuelles sur le site web.

1.3 Si non, seriez-vous prêt à le rendre accessible ou à lui apporter des améliorations en termes d'accessibilité:



*Ne Se Prononce(nt) pas

1.4 Si vous souhaitez rendre accessible votre site dans un futur proche, quel(s) handicap(s) prendriez-vous en compte ?

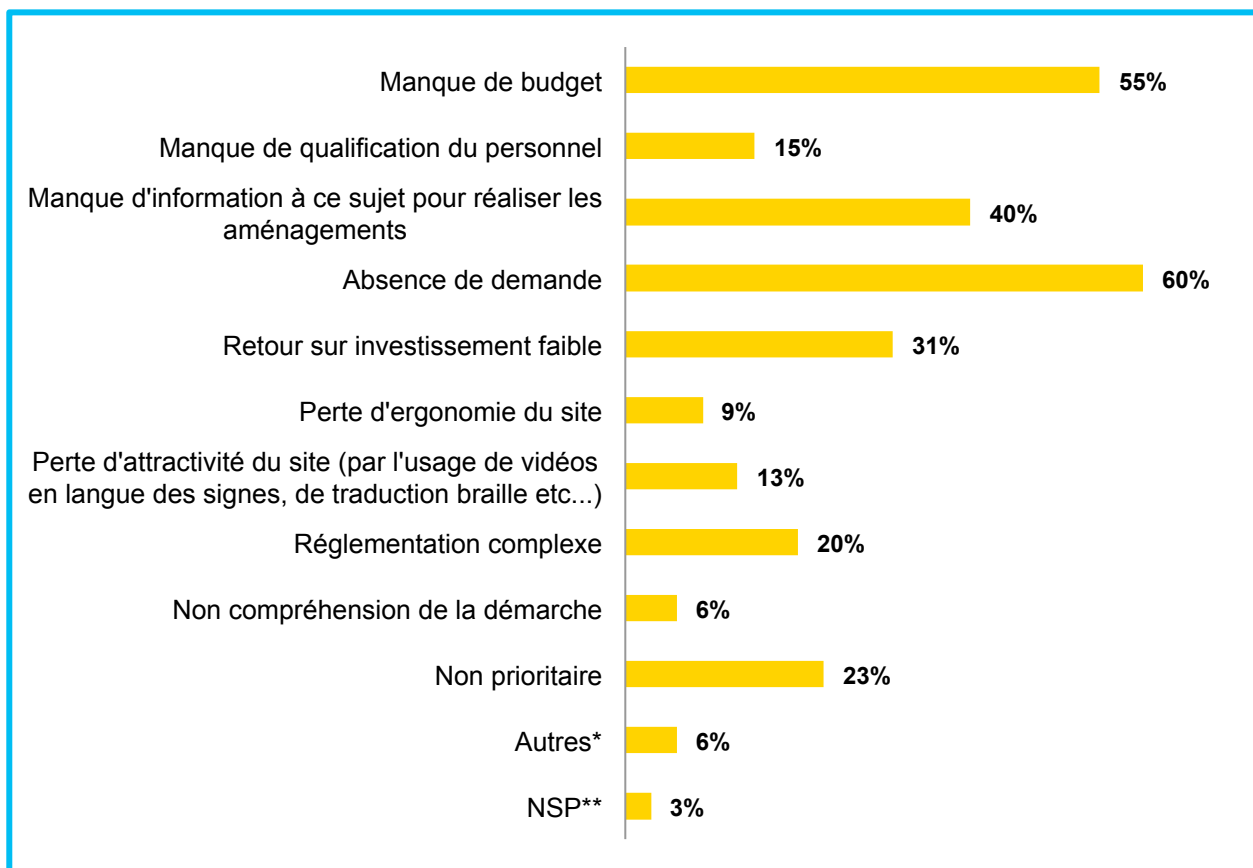


**Ne Se Prononce(nt) pas

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

1.5 Quels sont vos freins actuels à la mise en place d'un site web accessible à tous ?

L'absence de demande est le frein le plus important. Ces freins sont similaires entre chaque catégorie d'hôtel. En effet, le manque de budget, par exemple, ne caractérise pas les petites structures.



*Hôtel non accessible aux personnes handicapées, hôtel franchisé, Appartenance à un groupe, En premier lieu aménager l'hôtel puis le site web, site de marque, site élaboré par enseigne, non concerné.

**Ne Se Prononce(nt) pas

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

1.6 Votre site web est-il labellisé ?

Seulement 3 structures ont répondu par l'affirmative en citant les labels suivants:

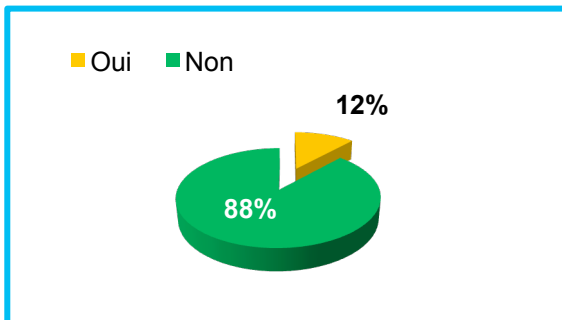
- Qualité Tourisme
- Eco Label
- Customer Alliance

Les deux premiers labels concernent plus la qualité de l'accueil et des prestations. Customer Alliance est quant à lui un système d'évaluation de site web mais plus ciblé sur le référencement. La confusion entre

aménagement du site web et aménagement urbain perdue et un répondant commente la question : « Je ne savais pas qu'il existait un label pour les sites web ».

2. Utilisation de solutions innovantes pour un accès à l'information pour tous

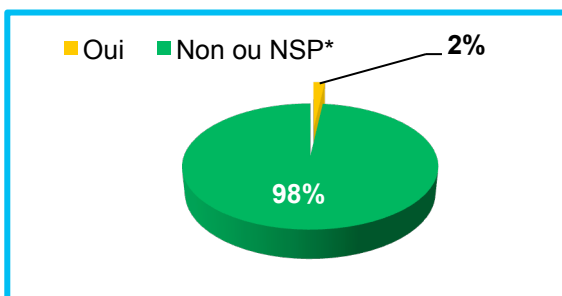
2.1 Existe-t-il une personne formée dans votre service pour informer les personnes en situation de handicap ?



13 répondants ont une personne formée pour informer les personnes en situation de handicap. La catégorie de la structure ne semble pas avoir une influence*.

Même en prenant en compte que les hôtels 2 et 3 sont les plus nombreux dans l'étude.

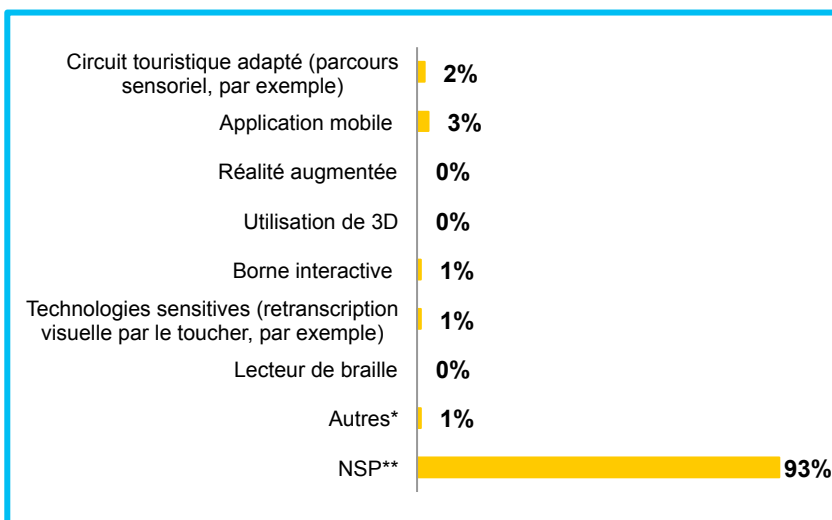
2.2 Vos brochures sont-elles adaptées aux personnes en situation de handicap ?



Seulement 2 répondants adaptent leurs brochures : couleurs contrastées pour l'un et documents en braille pour l'autre. Tous deux des hôtels ***

*Ne Se Prononce(nt) pas

2.3 Qu'utilisez-vous comme outils technologiques pour délivrer de l'information aux personnes en situation de handicap ?



Parmi les 8 hôtels mettant en place ces outils technologiques : un hôtel****, six hôtels*** et un hôtel**.

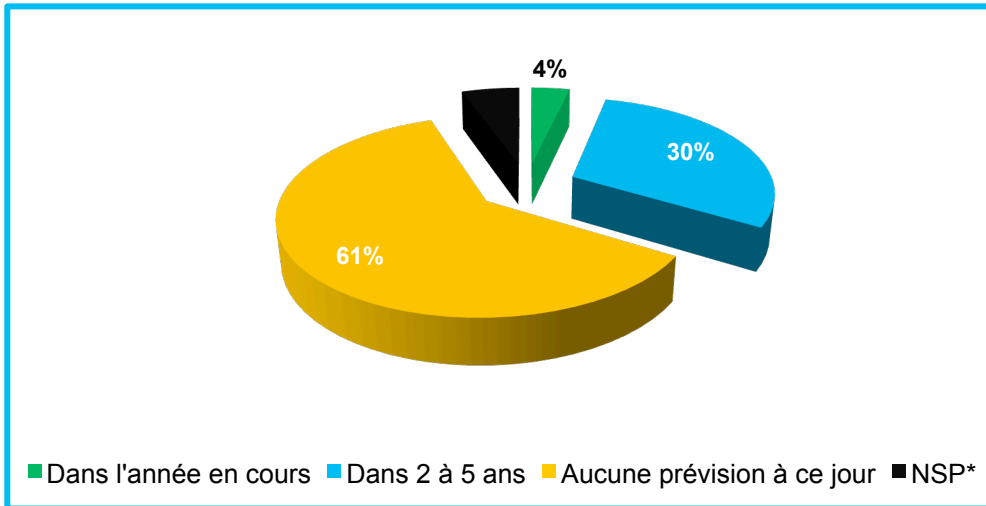
La mise en place de technologies nouvelles ne semble pas dépendre de la classification de la structure.

*Logiciel adapté sur place IPAD.

**Ne Se Prononce(nt) pas et intrinsèquement n'utilisant pas de technologies spécifiques.

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

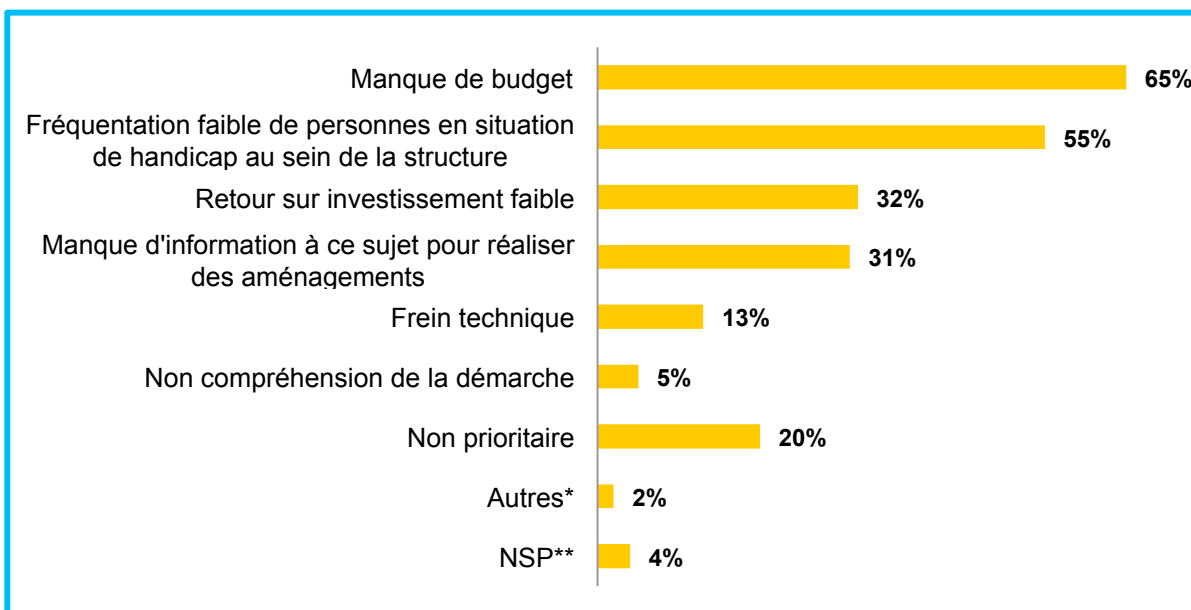
2.4 Si vous n'utilisez pas d'outils technologiques, seriez-vous prêt à réaliser cette démarche:



*Ne Se Prononce(nt) pas

2.5 Quels sont vos freins actuels à la mise en place d'une technologie nouvelle in situ pour un accès à l'information pour tous ?

L'on aurait pu penser que les hôtels cinq et quatre étoiles mettraient moins en avant le manque de budget comme frein, mais il n'en est rien. Les réponses par rapport à ce facteur frein/limite conduit à des résultats très homogènes parmi les répondants.



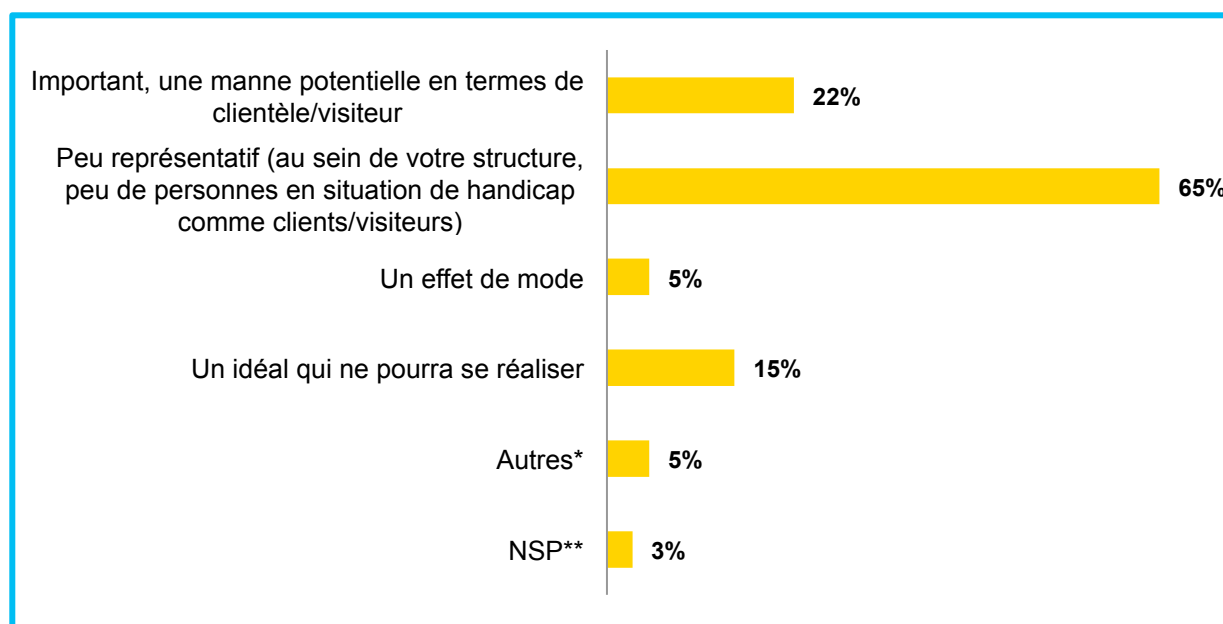
*Manque de demande, Non concerné.

**Ne Se Prononce(nt) pas

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

3. Le concept d'accessibilité de l'information pour tous

3.1 Pour vous le concept d'accessibilité de l'information pour tous est:



*Importance éthique, démarche citoyenne, important mais développement possible que sur des établissements adaptés, devrait être systématique, difficile d'évaluer le potentiel auprès de cette clientèle.

**Ne Se Prononce(nt) pas

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

Commentaires libres les plus pertinents :

« Hôtel de faible capacité. Les coûts de mise aux normes 2015 sont équivalents à la moitié de la valeur de l'établissement. Si l'on n'obtient pas de dérogation, les banques refusant de financer plus que l'endettement actuel, nous serons obligés de fermer l'établissement. Nous vous rappelons qu'avant cet établissement était reconnu comme accessible. »

« A la montagne nous recevons très peu de personnes handicapées. C'est très très rare, c'est pour ça que nous ne sommes pas préparés pour. »

« Je pense que ces "normes" sont totalement disproportionnées par rapport à la clientèle ayant besoin de ces services et pas du tout en adéquation avec ce que cette clientèle recherche. Pour anecdote j'avais auparavant un hôtel où je disposais d'une chambre pouvant accueillir les PMR. En 15 ans cette chambre m'a été demandée une seule fois. J'étais donc ravie de voir que mes équipements allaient enfin servir. Lorsque j'en ai fait le détail à la personne au téléphone en train de réserver, elle m'a coupé pour me dire que tout ce qu'elle souhaitait c'était avoir suffisamment de place autour du lit pour circuler avec son

fauteuil. Le reste elle ne s'en servait pas. Donc il est vrai que mettre des petites structures en difficultés financières pour pouvoir accueillir des gens qui ne viendront pas ou n'auront pas besoin des aménagements effectués je trouve cela très dommage. Manque, selon moi, d'une réelle "étude de marché" de la part du gouvernement avant d'avoir mis ces dispositions en route... »

« Nous n'avons pas d'information sur les nécessités des personnes handicapées. »

« Le système administratif à ce sujet n'est que répressif, malheureusement comme bien souvent ! Si j'avais un document explicatif permettant de progresser en ce sens, je mettrais en place les solutions adaptées, ne serait-ce que par civisme. »

« La mise aux norme "sécurité incendie" a déjà récemment coûté beaucoup d'argent aux hôteliers. Nous considérons l'accessibilité aux personnes en situation de handicap importante mais n'avons pas les moyens de mettre en route des investissements dans ce domaine pour le moment. »

« La situation économique actuelle et les coûts liés à la mise aux normes ne nous permettent pas actuellement d'envisager celle-ci dans les prochains mois, d'autant qu'en 3 ans (date de la reprise de notre établissement) nous n'avons eu que 2 demandes d'handicapés. »

« Il est bien de s'occuper des personnes en difficulté. Mais il ne faut pas l'imposer systématiquement. Nous avons sur près de 2000 nuitées/an à peine 2 demandes qui ne sont pas toujours suivies d'effet. »

« Enquête un peu précoce, nous travaillons sur notre dossier de mise aux normes accessibilité et la finalisation du dossier est prévue pour fin 2014. »

« La grosse erreur qui est en cours de modification par les instances dirigeantes, provient du fait qu'il aurait fallu prévoir toutes ces adaptations pour les hôtels récents ou de chaînes ou de grande capacité et laisser de côté les anciens "petits" hôtels, les handicapés ayant le choix de se rendre dans un hôtel adapté à leur handicap ou non. »

« Malgré certaines réponses "négatives" nous sommes dans une vraie démarche afin d'améliorer l'accueil des personnes présentant un handicap. »

« Malgré notre effort de commercialisation auprès des personnes handicapés et des intermédiaires touristiques spécialisés, nous n'avons pratiquement pas de retour. Nous pensons avoir une méconnaissance de ce marché et il est d'ailleurs difficile d'avoir de l'info à ce sujet. »

« Le besoin d'information pour tous est compréhensible mais il est restrictif et disproportionné de ne penser qu'aux handicaps mentionnés car la difficulté principale dans la communication de toute entreprise est déjà d'optimiser son circuit d'information pour tous, avec la gigantesque offre sur internet en premier. Pour les petites entreprises, c'est un challenge financier très difficile pour toutes les personnes, sans distinction d'handicap. Je reste à l'écoute des solutions pouvant être mises en place pour l'accessibilité à l'information pour tous! »

« Un conseiller à travers un organisme public ou associatif devrait approcher les structures comme les hôtels et il devrait y avoir plus d'aides et subventions. »

Analyse ciblée : Hôtellerie de plein air

Introduction générale

L'enquête nationale a recueilli 108 réponses de la part de l'hôtellerie de plein air regroupant comme établissements principaux: les campings, bungalow et mobil-homes. Néanmoins, la base de données servant de socle au mailing a été constituée essentiellement d'adresses mails de campings.

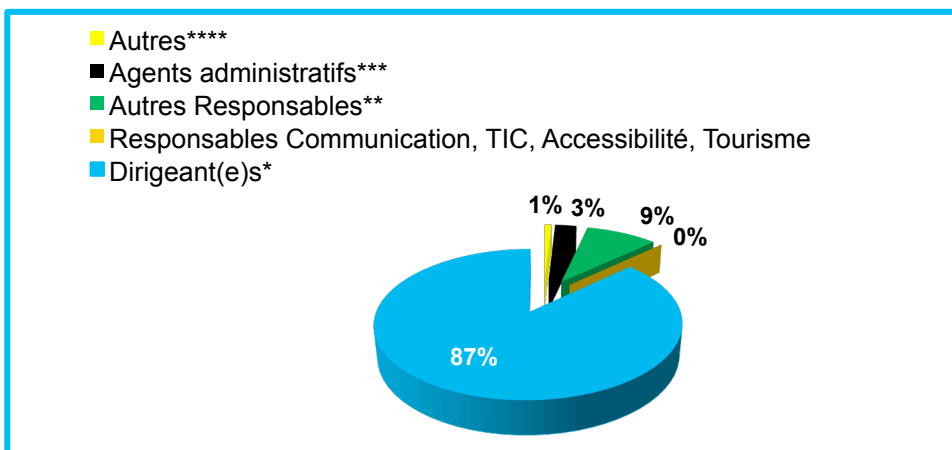
Localisation des réponses en France (108 répondants):



Les répondants à l'enquête proviennent majoritairement des départements au Sud de Paris même si l'ensemble reste assez homogène.

Répartition des réponses selon le statut du répondant :

Environ 9 répondants sur 10 sont des dirigeants. Aucun responsable des TIC répertorié comme répondant



* Président, directeur, gérant, propriétaire, régisseur ...

**Service commercial, responsable (sans précisions aucunes)...

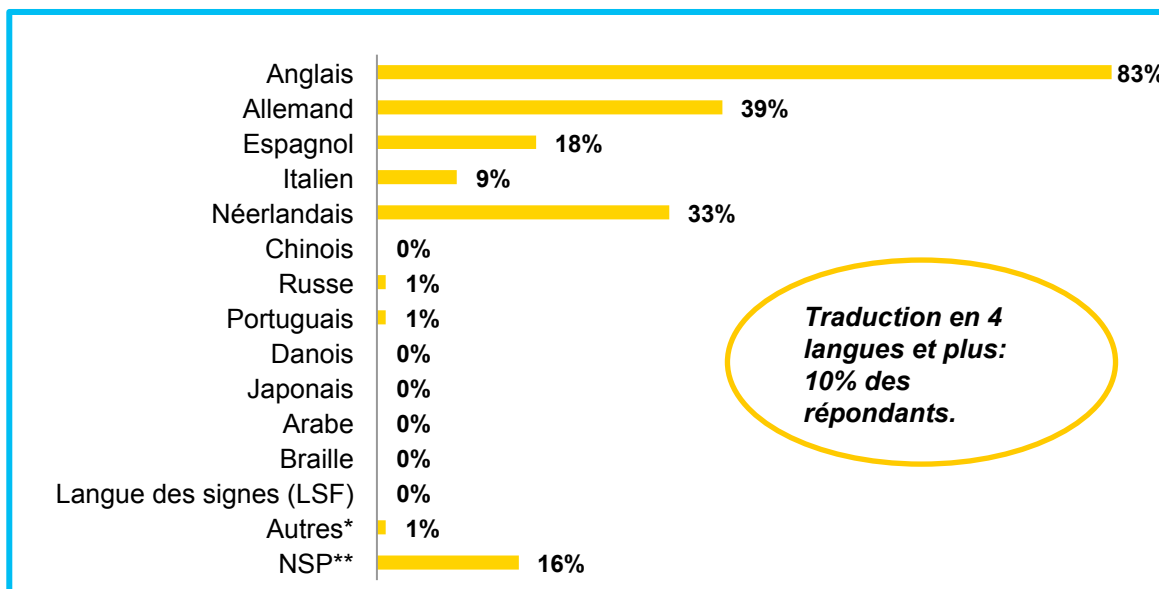
***Agent d'accueil, réceptionniste...

****Employé (sans précisions aucunes)

Les résultats de l'enquête nationale

1. Accessibilité de l'information de votre site web

1.1 L'information sur votre site web est traduite en:

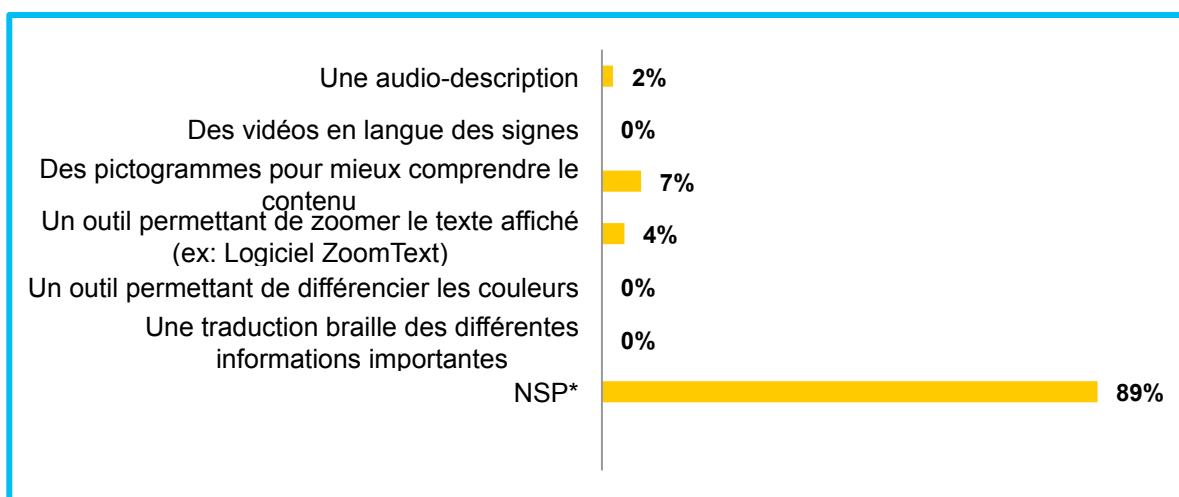


*Catalan

**Ne Se Prononce(nt) pas [Cela peut être lié au fait que les répondants n'aient pas de sites web ou que leurs sites n'est traduit qu'en français]

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

1.2 Votre site web est-il accessible pour les personnes en situation de handicap? Si oui, votre site web comporte:

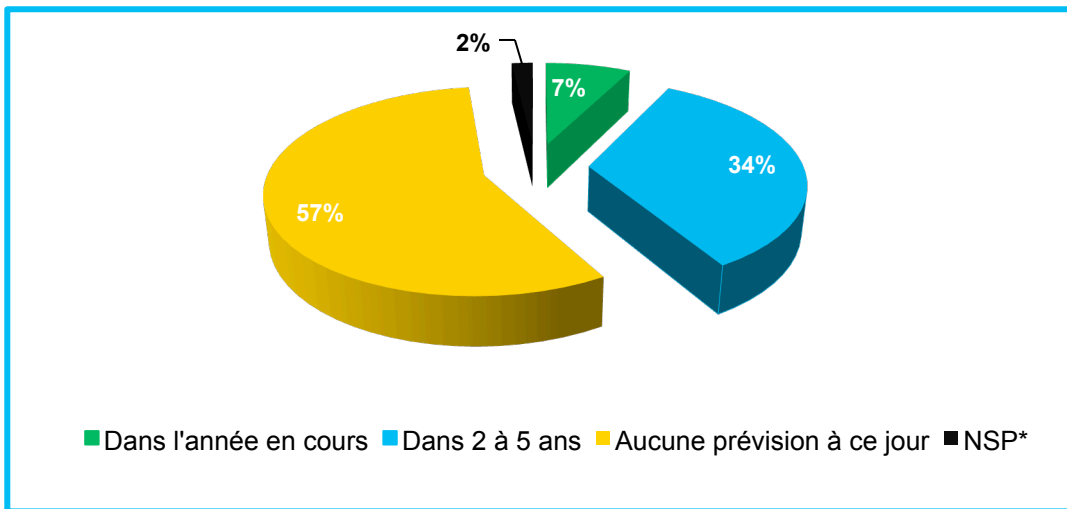


*Ne Se Prononce(nt) pas [Cela peut être lié au fait que les répondants n'aient pas de sites web ou que leur site web n'est pas accessible aux personnes en situation de handicap]

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

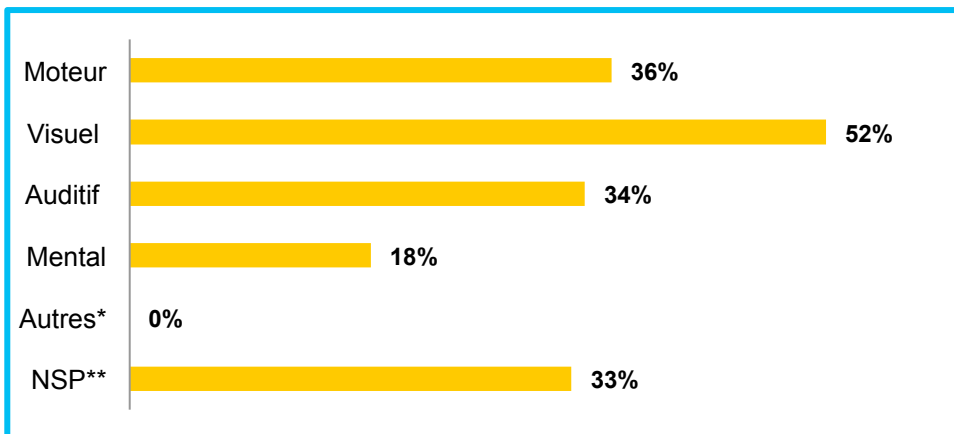
Ce schéma est à relativiser car un grand nombre de répondants font la confusion entre un logiciel ZoomText et le fait de pouvoir zoomer une page web de manière classique ou encore l'utilisation de pictogrammes pour traduire chaque informations et l'utilisation d'images ponctuelles sur le site web.

1.3 Si non, seriez-vous prêt à le rendre accessible ou à lui apporter des améliorations en termes d'accessibilité:



*Ne Se Prononce(nt) pas

1.4 Si vous souhaitez rendre accessible votre site dans un futur proche, quel(s) handicap(s) prendriez-vous en compte ?

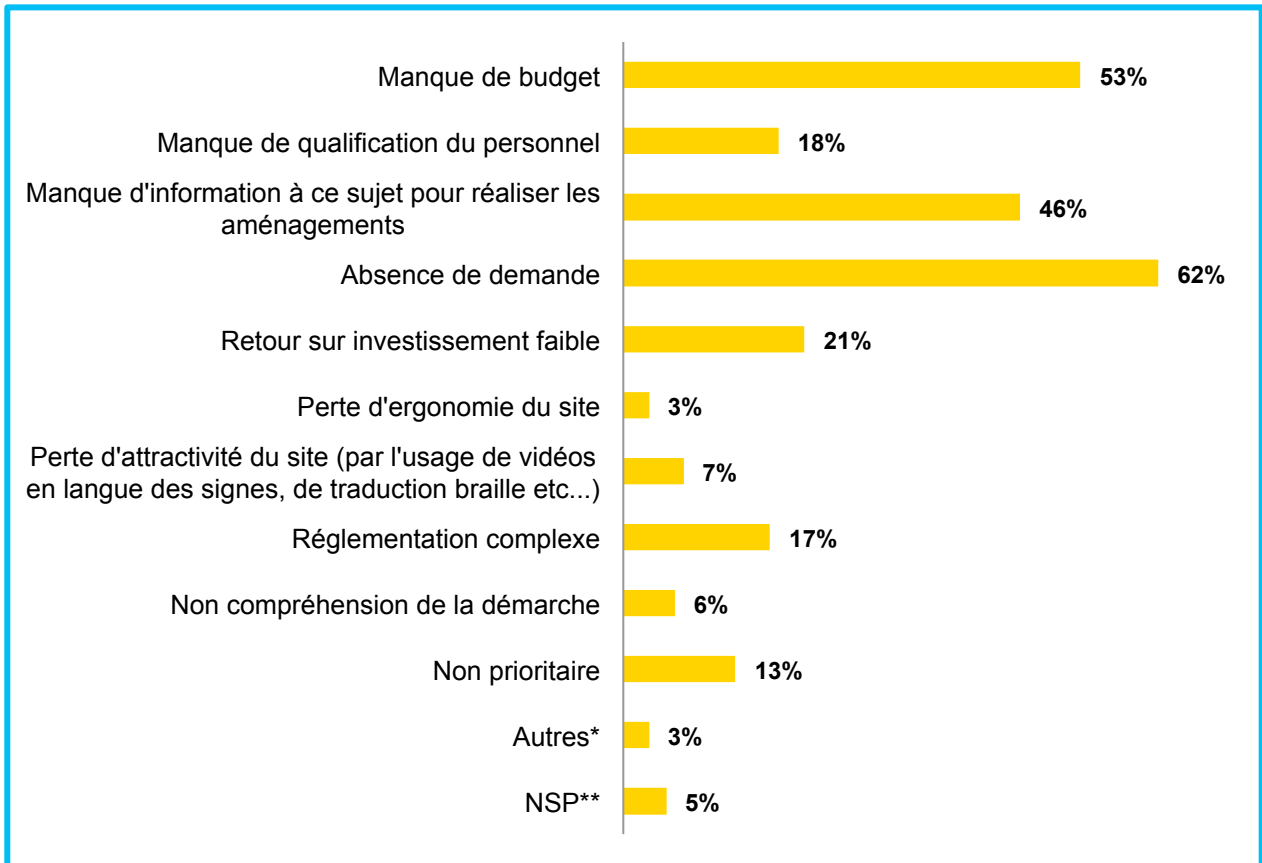


**Ne Se Prononce(nt) pas

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

1.5 Quels sont vos freins actuels à la mise en place d'un site web accessible à tous ?

L'absence de demande semble être le frein le plus récurrent à la démarche de mise en accessibilité pour l'hôtellerie de plein air. Mais d'autres facteurs ont aussi leur importance.



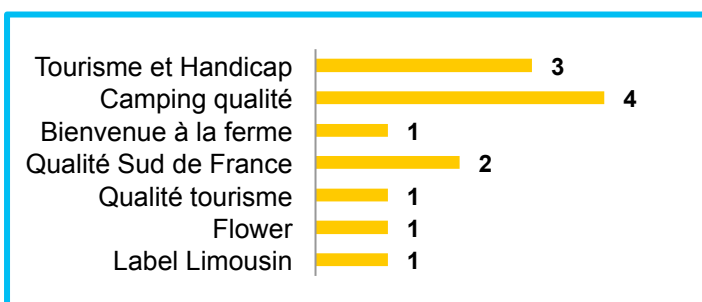
*Nécessité d'une structure adaptée au public pour faire site web accessible, le manque de bon sens, terrain accidenté...

**Ne Se Prononce(nt) pas

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

1.6 Votre site web est-il labellisé ?

13 structures ont répondu par l'affirmative en citant les labels suivants:

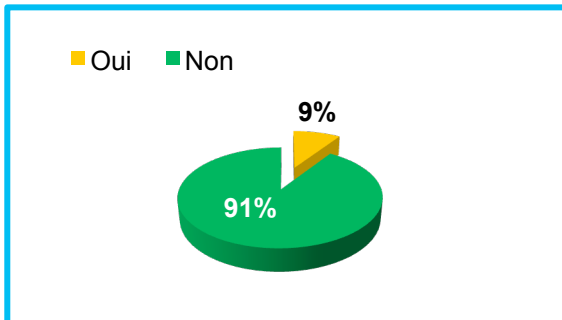


La confusion entre aménagement du site web et aménagement urbain est encore palpable. Sur tous les labels cités, seulement le Label Tourisme et Handicap* est orienté accessibilité, mais ne concerne pas obligatoirement le site internet.

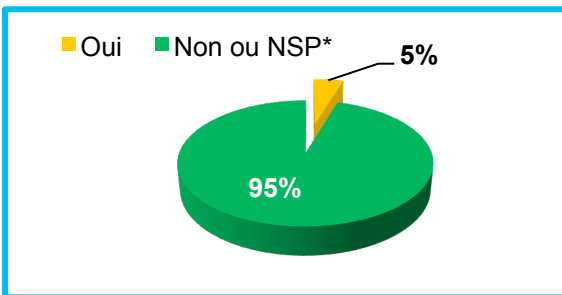
*NB : 3 répondants : Label ciblé Auditif et mental, quatre handicaps et un non stipulé.

2. Utilisation de solutions innovantes pour un accès à l'information pour tous

2.1 Existe-t-il une personne formée dans votre service pour informer les personnes en situation de handicap ?



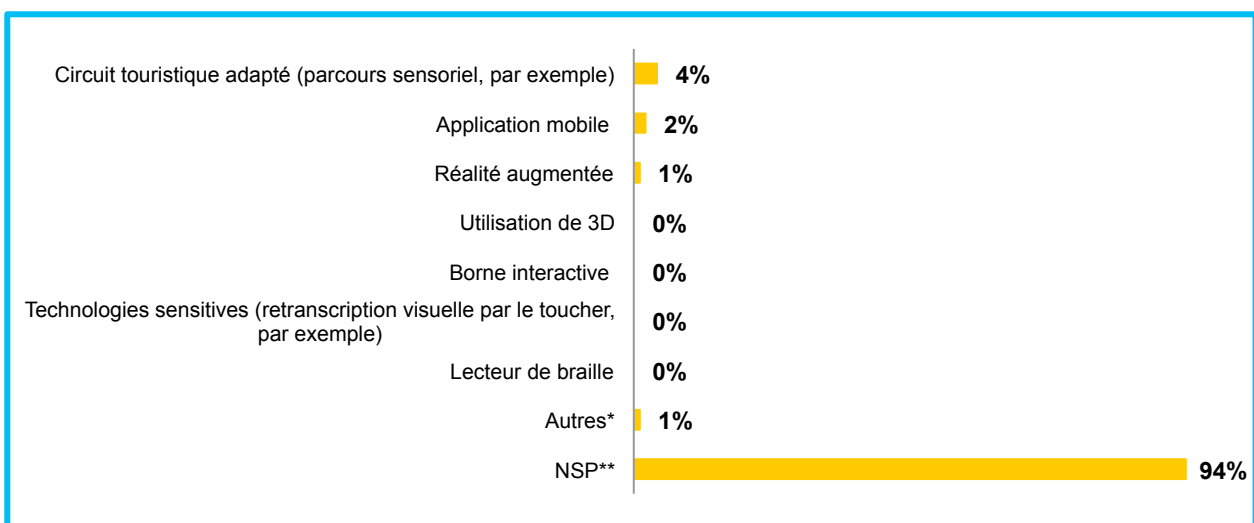
2.2 Vos brochures sont-elles adaptées aux personnes en situation de handicap ?



Les 5 répondants précisent que leurs brochures sont adaptées de part des couleurs et des caractères contrastés.

*Ne Se Prononce(nt) pas

2.3 Qu'utilisez-vous comme outils technologiques pour délivrer de l'information aux personnes en situation de handicap ?

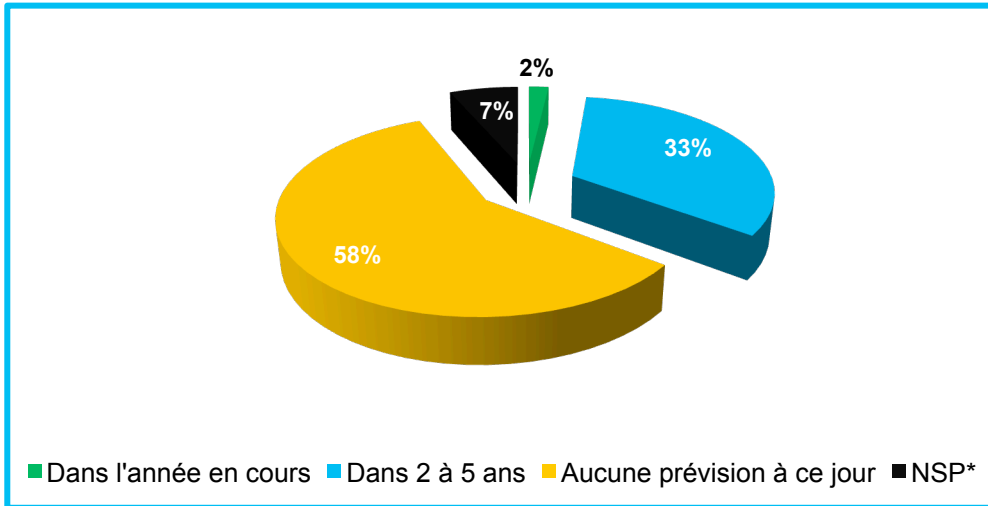


*Informations sur site accessible.

**Ne Se Prononce(nt) pas et intrinsèquement n'utilisant pas de technologies spécifiques.

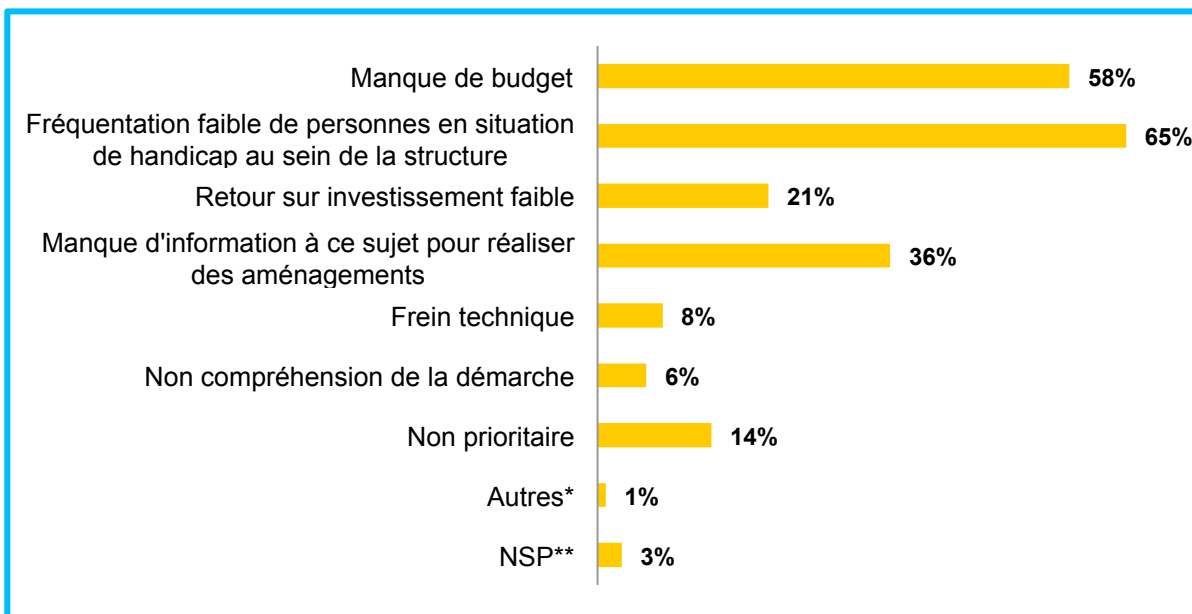
Les utilisateurs peuvent cocher plusieurs cases, les pourcentages peuvent donc être supérieurs à 100%.

2.4 Si vous n'utilisez pas d'outils technologiques, seriez-vous prêt à réaliser cette démarche:



*Ne Se Prononce(nt) pas

2.5 Quels sont vos freins actuels à la mise en place d'une technologie nouvelle in situ pour un accès à l'information pour tous ?



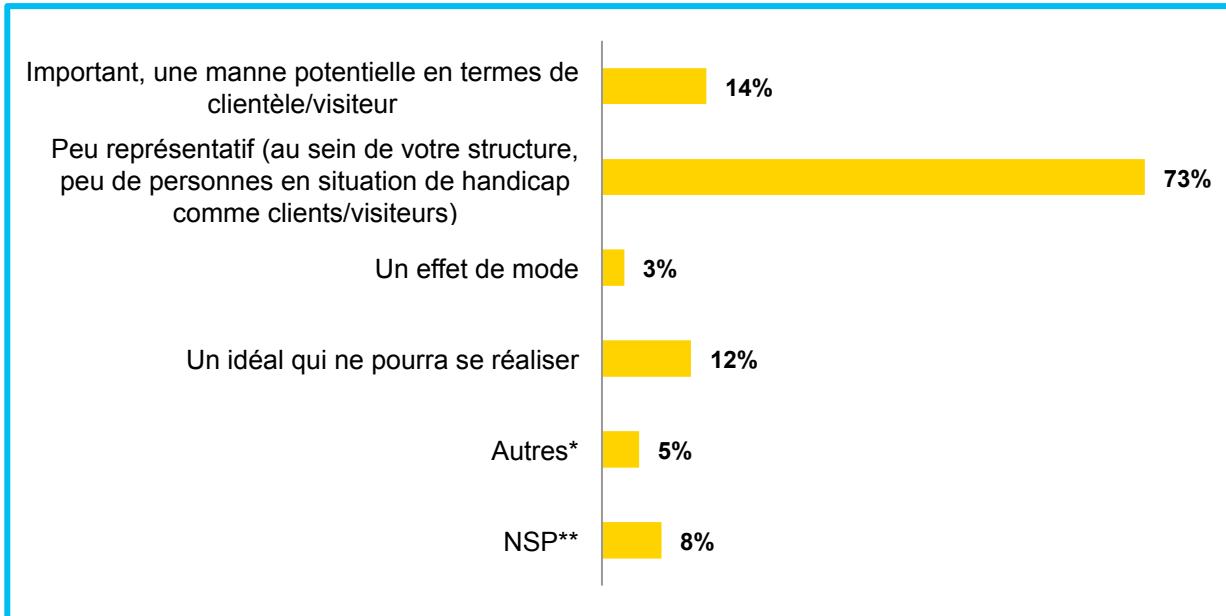
*Esthétisme.

**Ne Se Prononce(nt) pas

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

3. Le concept d'accessibilité de l'information pour tous

3.1 Pour vous le concept d'accessibilité de l'information pour tous est:



*Des vacances pour tous, une démarche normale, une normalité que l'on veut fixer dans la réglementation, important mais pas rentable, important mais complexe à mettre en place, cher et pour une clientèle trop faible.

**Ne Se Prononce(nt) pas

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

Commentaires libres les plus pertinents :

« Nous avons bien sûr des aménagements particuliers pour les PMR mais qui ne servent que 2 ou 3 fois par an (pour une fréquentation de 350 personnes par jour en été) »

« Je peux comprendre l'importance des démarches actuelles liées à l'accessibilité de l'ensemble des prestations et services proposés par tous les organismes quels qu'ils soient pour les personnes en situation de handicap. Cependant, le handicap est par définition ce qui empêche de vivre comme une personne valide. L'égalité pour tous est une utopie, qu'on le veuille ou non. Les investissements que doivent réaliser les petites entreprises privées pour se conformer à des normes très strictes risquent de mettre en difficulté bon nombre d'entre elles : Certaines n'auront en retour que des résultats financiers quasiment nuls, selon certaines zones peu fréquentées car peu attractives de fait par les personnes en situation de handicap. De trop grands pouvoirs ont été accordés à des associations de personnes en souffrances. Ces personnes sont ainsi devenues des ayatollahs excessifs qui exercent aujourd'hui une forme d'ingérence inacceptable dans nos entreprises et des pressions trop fortes auprès des législateurs et des gouvernements en mal de social. Menacer de fermer un établissement, comme le nôtre par exemple, qui ne peut pas accueillir une fois par an une personne handicapée est une erreur monumentale. C'est ainsi priver de cet établissement quelques 350 familles de personnes valides, et par extension toute une vallée de l'apport de la manne financière de cette clientèle. J'espère que votre Livre Blanc ne sera pas encore un prétexte pour faire voter une nouvelle loi rendant obligatoire la diffusion de

sites internet adaptés par exemple. Je gère mes sites et ma promotion moi-même, et il est hors de question que je fasse appel à des professionnels hors de prix pour adapter mes vecteurs de communication. Je peux comprendre, mais j'en ai quand même un peu ras le bol de ne pas pouvoir gérer comme je l'entends un établissement qui est quand même, par essence, le mien. »

« Je ne vois aucun intérêt pour une structure comme la nôtre à investir dans l'accessibilité au niveau des supports de communication. Je serai tout à fait favorable pour collaborer dans le cadre d'une mise en commun des informations de toutes sortes de structures touristiques sur des supports dédiés et adaptés mais je ne vois pas comment chaque structure individuellement peut s'engager dans ce type de processus. A choisir, et au regard de ma clientèle, le retour sur investissement serait bien largement supérieur si je traduisais mes différents supports de communication en espagnol, polonais, italien, suédois ou tchèque que si je les rendais "accessibles"... »

« Nous avons déjà effectué de nombreux aménagements dans notre camping (chalet PMR, sanitaire PMR, rampe d'accès bar et réception), à nos frais, il nous semble difficile de réinvestir dans ce domaine dont le cahier des charges est en mouvement permanent. Il faudrait pour une fois que l'état et les collectivités donnent l'exemple... »

« Notre structure est trop petite pour avoir un budget pour ce type de démarche. »

« Il faut arrêter de penser que l'on s'occupe de ce sujet avec des décrets et des réglementations... Il faut bien entendu un minimum d'équipement, notamment pour les handicaps moteur, mais il faut surtout du bon sens ! J'ai reçu beaucoup d'handicapés sur mon établissement, notamment des déficients visuels, et des déficients mentaux... il faut arrêter de penser, comme si ces personnes vivaient seules sans lien social et sans famille... »

« Nous sommes labellisés T&H sur deux handicaps (moteur, mental), 2ème camping du --- à être labellisé ... avec un véritable parcours du combattant pour cela (dossier d'audit oublié ... attente de plus d'une année ...) »

« Deux problèmes : la bonne information et la mise en place par rapport au cout et suivant la structure de l'établissement. »

« Nous avons une très petite structure, et bien que nous soyons concernés par le handicap au sein même de notre famille très proche, la réglementation et son cout pour un établissement comme le nôtre me paraît disproportionnée. Il n'est surtout pas question de demande d'aides de notre part, mais simplement de rester vigilant quant au respect des personnes différente, mais aussi de ne pas "tomber dans l'excès inverse. Bravo et merci pour votre démarche. »

« Équipés d'installations adaptées pour des personnes en situation de handicap (cabine sanitaire, mobil-home PMR), il est vrai que nous manquons d'informations quant à l'adaptation de notre site internet et autres supports publicitaires : ainsi, il y a peut-être des améliorations peu coûteuses et faciles à mettre en œuvre qui ne sont pas faites par manque de connaissances... »

« Je m'aperçois que nous avons été sensibilisé sur les infrastructures à faire pour les personnes en situation de handicap sur notre terrain de camping mais pas du tout sur les outils de communications. A ma connaissance même après l'audit que j'ai fait pour l'accessibilité il n'en a pas été question. Vous soulevez un problème. »

Analyse ciblée : Office de tourisme

Introduction générale

L'enquête nationale a recueilli 66 réponses de la part des offices de tourisme, offices dont la mission principale est de délivrer de l'information aux touristes. L'accessibilité de ces informations pour tous est donc primordiale.

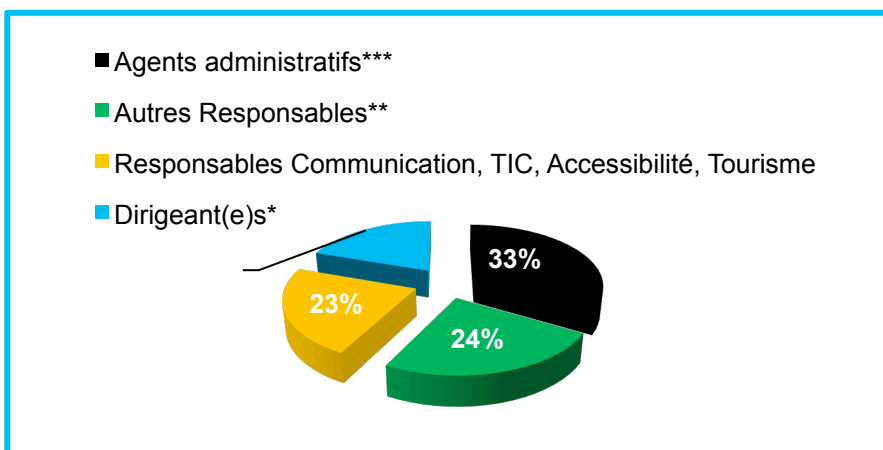
Localisation des réponses en France (66 répondants):



Les répondants à l'enquête proviennent majoritairement des départements du Sud-Est de le France, de la Savoie et Haute-Savoie ainsi que de la région Parisienne.

Répartition des réponses selon le statut du répondant :

Un tiers des réponses proviennent des agents administratifs (conseiller en séjour, agent d'accueil etc...).



* Président, Directeur ...

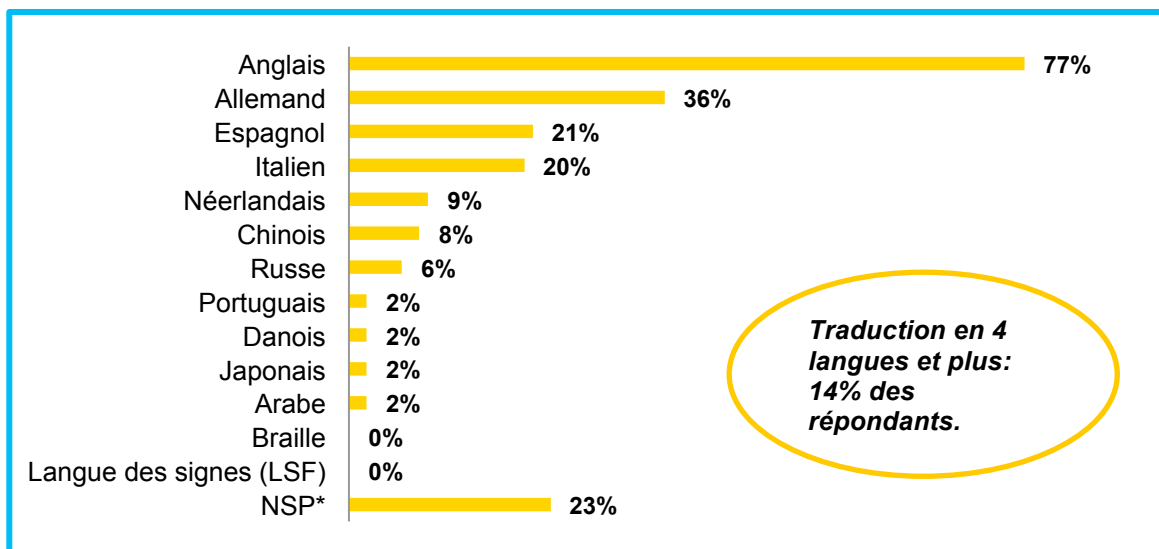
**Chargée de développement, animateur, responsable non spécifié...

***Conseiller séjour, agent d'accueil...

Les résultats de l'enquête nationale

1. Accessibilité de l'information de votre site web

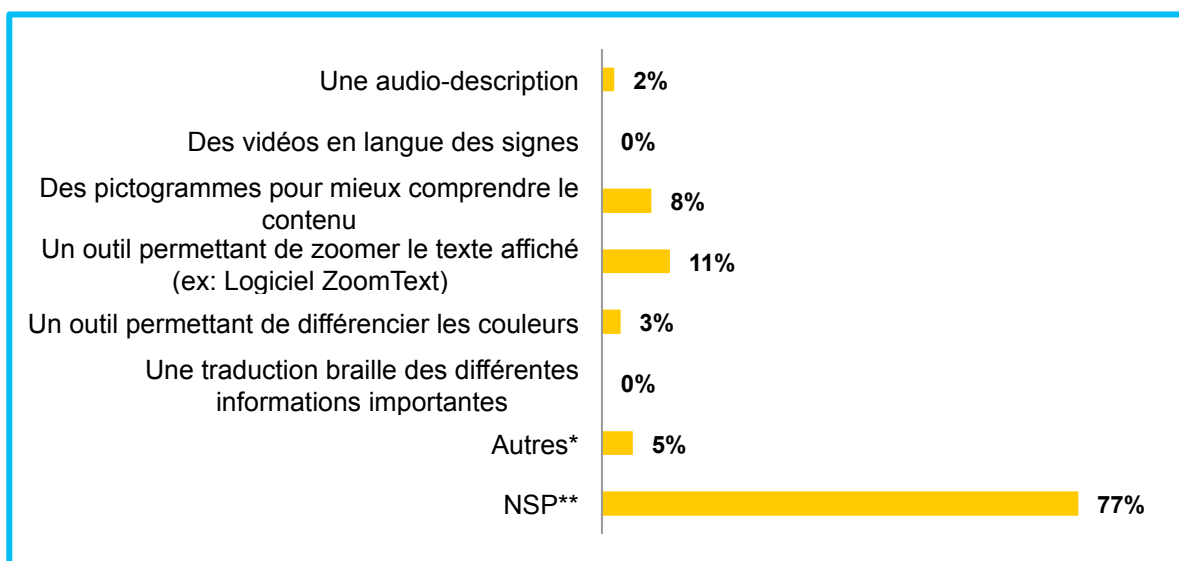
1.1 L'information sur votre site web est traduite en:



* Ne Se Prononce(nt) pas [Cela peut être lié au fait que les répondants n'aient pas de sites web ou que leurs sites n'est traduit qu'en français]

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

1.2 Votre site web est-il accessible pour les personnes en situation de handicap? Si oui, votre site web comporte:



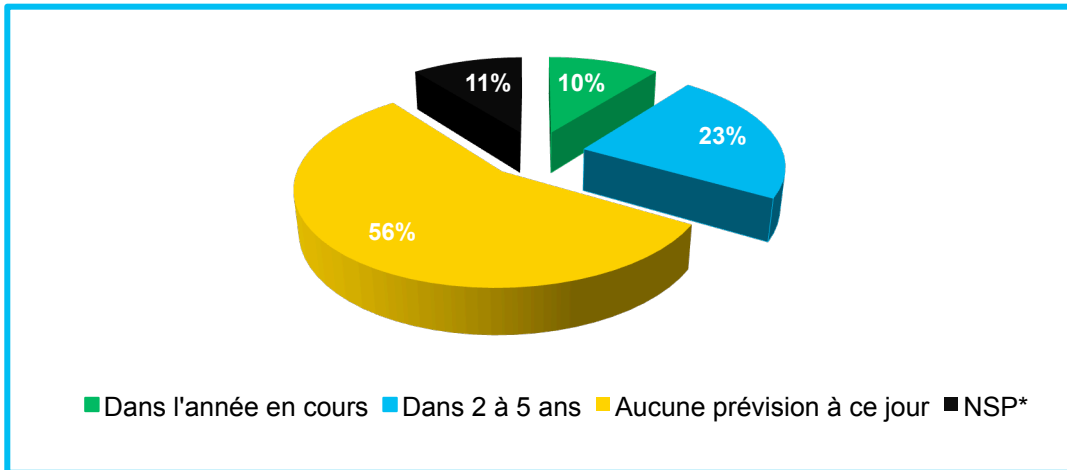
*Application « E-balade », site handicap dédié, descriptions détaillées...

**Ne Se Prononce(nt) pas [Cela peut être lié au fait que les répondants n'aient pas de sites web ou que leur site web n'est pas accessible aux personnes en situation de handicap]

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

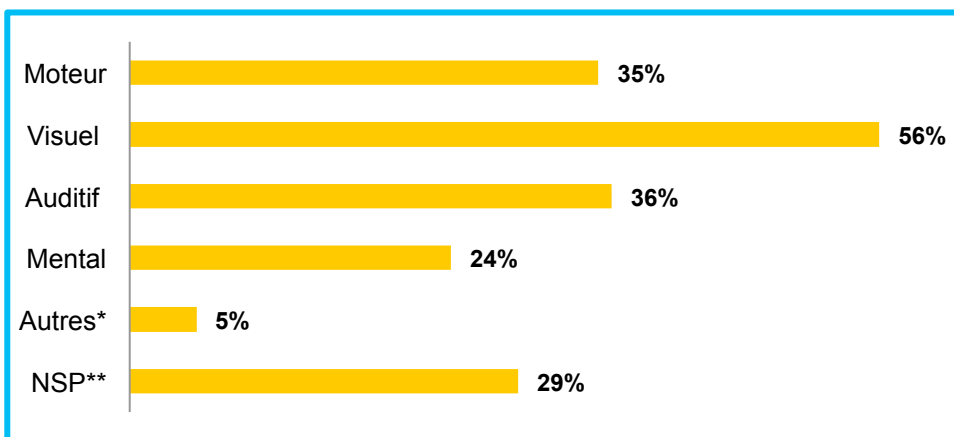
Ce schéma est à relativiser car un grand nombre de répondants font la confusion entre un logiciel ZoomText et le fait de pouvoir zoomer une page web de manière classique ou encore l'utilisation de pictogrammes pour traduire chaque informations et l'utilisation d'images ponctuelles sur le site web.

1.3 Si non, seriez-vous prêt à le rendre accessible ou à lui apporter des améliorations en termes d'accessibilité:



*Ne Se Prononce(nt) pas

1.4 Si vous souhaitez rendre accessible votre site dans un futur proche, quel(s) handicap(s) prendriez-vous en compte ?



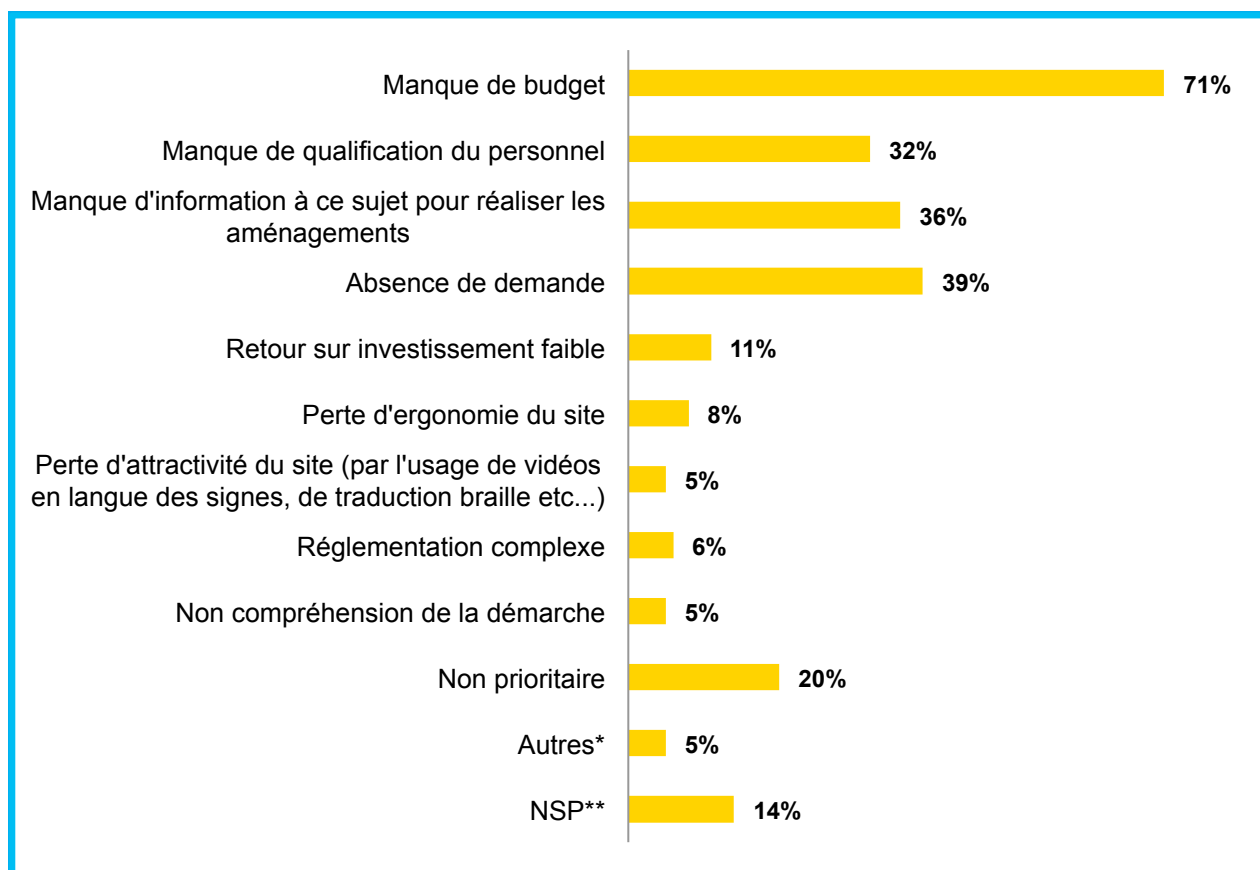
*Web responsive, aphasie...

**Ne Se Prononce(nt) pas

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

1.5 Quels sont vos freins actuels à la mise en place d'un site web accessible à tous ?

Le manque de budget est un frein récurrent à la démarche de mise en accessibilité mais d'autres facteurs ont aussi leur importance.



*Manque de personnels, aucun frein etc...

**Ne Se Prononce(nt) pas

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

1.6 Votre site web est-il labellisé ?

Seulement 2 structures ont répondu par l'affirmative en citant les labels suivants:

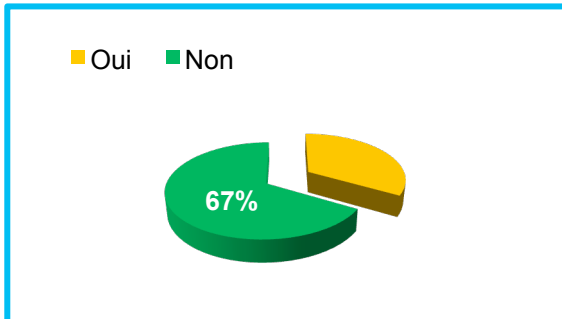
- Marque Qualité Tourisme
- Label Sourire

Le Label Sourire concerne la qualité de l'accueil et la marque Qualité Tourisme le respect des normes (démarche qualité, hygiène etc..). La confusion entre aménagement du site web et aménagement urbain est encore palpable.

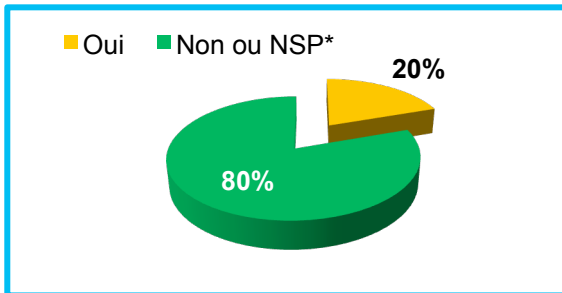
Conclusion : aucun site web des offices de tourisme répondants n'est labellisé.

2. Utilisation de solutions innovantes pour un accès à l'information pour tous

2.1 Existe-t-il une personne formée dans votre service pour informer les personnes en situation de handicap ?

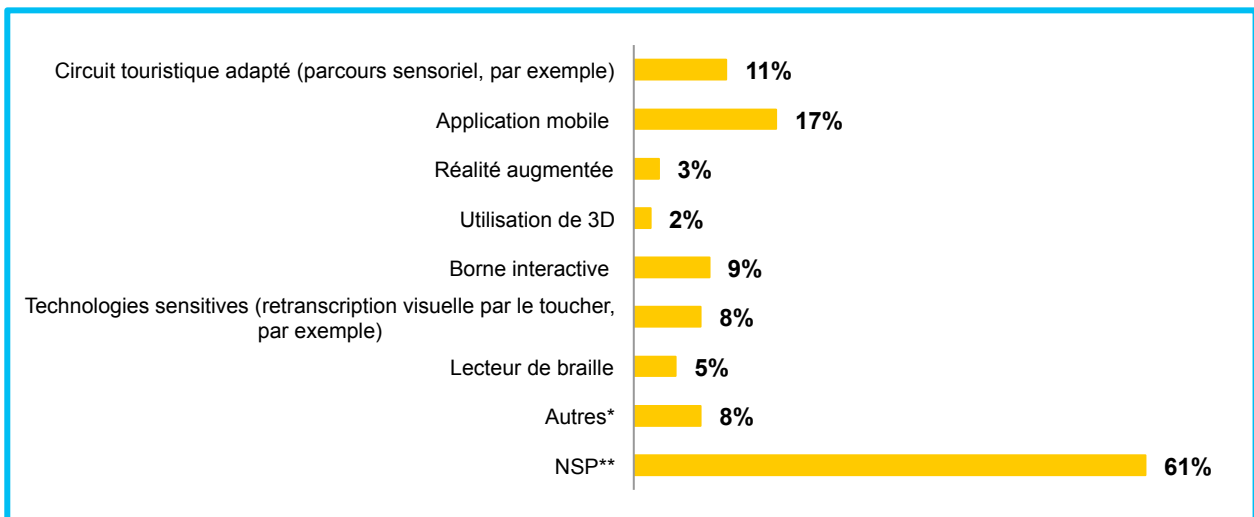


2.2 Vos brochures sont-elles adaptées aux personnes en situation de handicap ?



*Ne Se Prononce(nt) pas

2.3 Qu'utilisez-vous comme outils technologiques pour délivrer de l'information aux personnes en situation de handicap ?

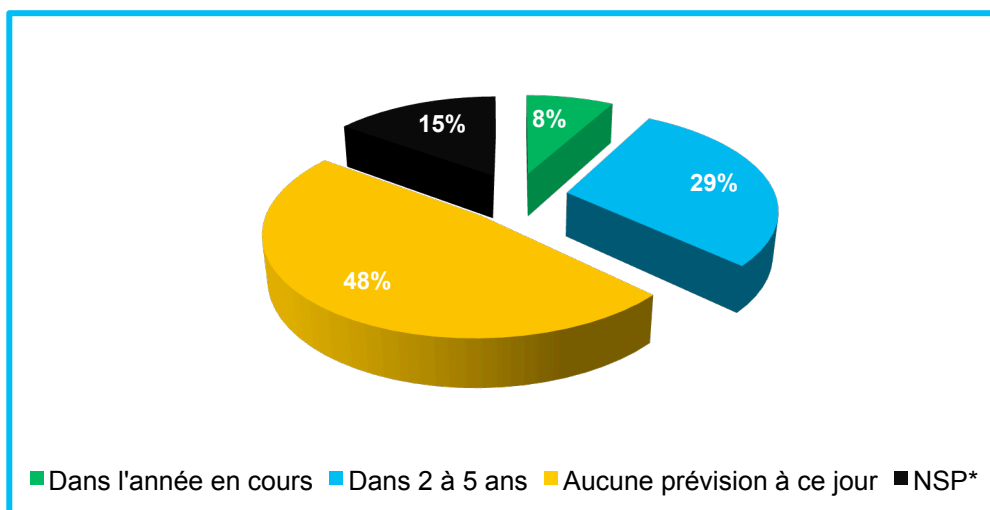


*Boucle magnétique et auditives-microphone, personnel compétent etc...

**Ne Se Prononce(nt) pas et intrinsèquement n'utilisant pas de technologies spécifiques.

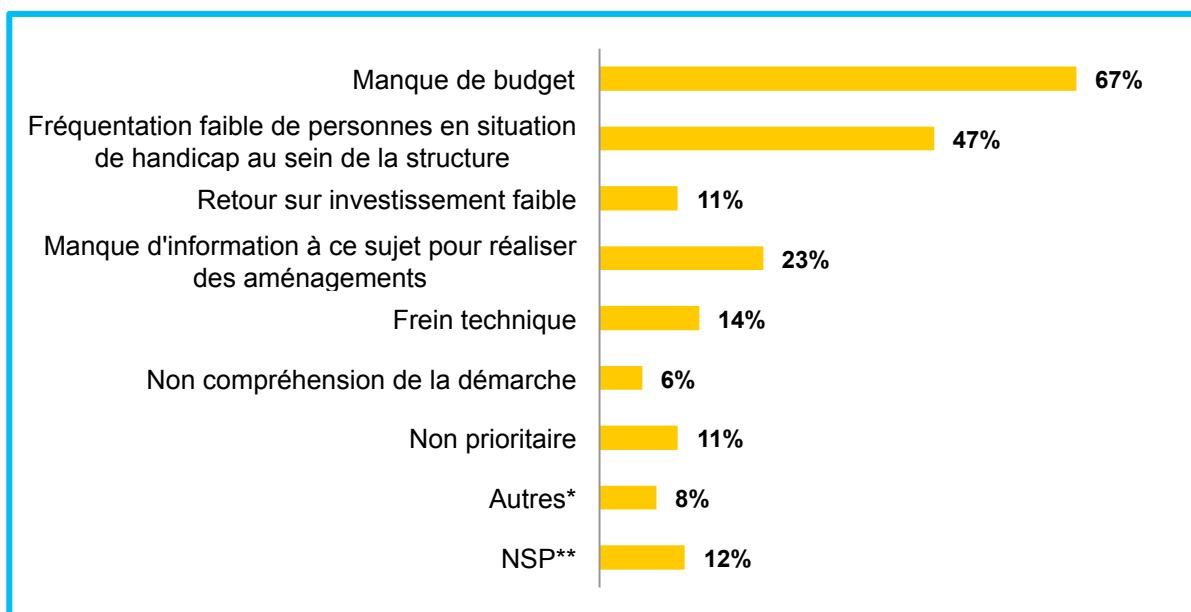
Les utilisateurs peuvent cocher plusieurs cases, les pourcentages peuvent donc être supérieurs à 100%.

2.4 Si vous n'utilisez pas d'outils technologiques, seriez-vous prêt à réaliser cette démarche:



*Ne Se Prononce(nt) pas

2.5 Quels sont vos freins actuels à la mise en place d'une technologie nouvelle in situ pour un accès à l'information pour tous ?



*Problème de mutualisation des territoires, manque de personnel, en cours de réalisation etc...

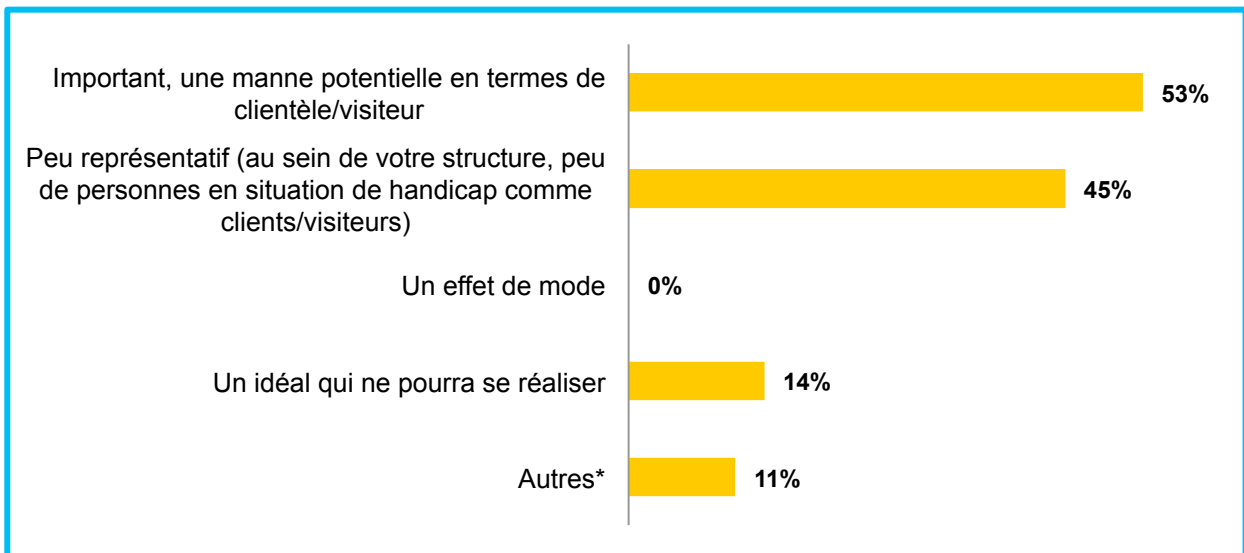
**Ne Se Prononce(nt) pas

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

3. Le concept d'accessibilité de l'information pour tous

3.1 Pour vous le concept d'accessibilité de l'information pour tous est:

Parmi les répondants, 9% reconnaissent que le concept est important et qu'il représente une manne potentielle en termes de clientèle/visiteur mais avouent que les personnes en situation de handicap sont peu représentatives au sein de leur structure.



**Aucune demande du public et budget lourd, démarche citoyenne, besoin égalité sociale, l'accès à l'information est important, important même si une partie de la clientèle, investissement non prioritaire etc...*

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

Commentaires libres les plus pertinents :

« Par les procédures inhérentes à la Démarche Qualité, nous sensibilisons élus et institutionnels, dont nos budgets dépendent, à un accueil dédié pour les personnes en situation de handicap. »

« L'Office de tourisme engagé dans la démarche qualité propose dès à présent une banque d'accueil avec un décroché pour "handicapé", un présentoir dédié avec la documentation du territoire ainsi qu'à disposition pour consultation sur place, une documentation en braille et une brochure d'information retranscrite avec une police de caractère agrandie, ainsi qu'une boucle magnétique et un microphone à disposition, la totalité du personne sera formé d'ici la fin de l'année. »

« Sensibiliser les Élus ! »

« Nous avons mis en œuvre un système audio pour écouter tous les textes du site internet, et nous l'avons supprimé en raison du surcoût annuel de maintenance. »

« Nous sommes dans une démarche d'accessibilité de l'Office de Tourisme et une personne a suivi en début d'année une formation pour l'accès des personnes en situation de handicap ce qui va nous permettre d'avancer rapidement. »

« Même si dans notre canton, peu de visiteurs en situation de handicap se présentent, il est néanmoins important qu'ils puissent avoir le meilleur accès possible à l'information. »

« La topographie du village, ses ruelles, ses maisons, rendent compliquée voire impossible l'accessibilité pour tous. Cibler cette clientèle qui se retrouverait en difficulté sur place ne serait pas responsable. »

Analyse ciblée : Musée

Introduction générale

L'enquête nationale a recueilli 19 réponses de la part des musées, chiffre suffisant pour réaliser une tendance mais non une étude poussée. Les musées ont la mission principale de délivrer de l'information aux touristes. Une information qui, a contrario de l'office de tourisme, est plus basée sur la dynamique des objets (tableaux, sculptures etc...).

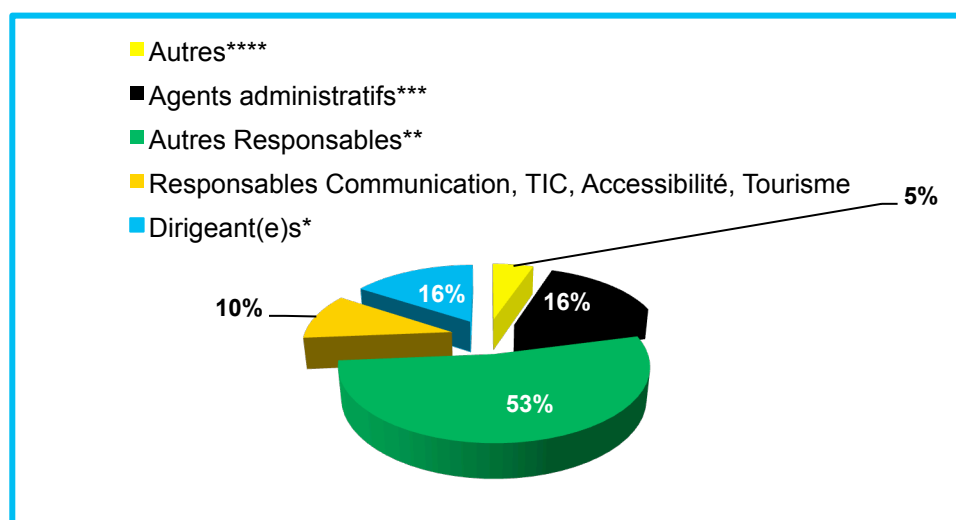
Localisation des réponses en France (19 répondants):



Les répondants à l'enquête proviennent majoritairement des départements du Sud-Est et du Nord-Est de la France même si l'ensemble reste très homogène.

Répartition des réponses selon le statut du répondant :

Environ les trois quarts des réponses proviennent de responsables et de dirigeants.



*Directeur, Directeur général...

**Chargé des relations publiques, Chargé de médiation culturelle...

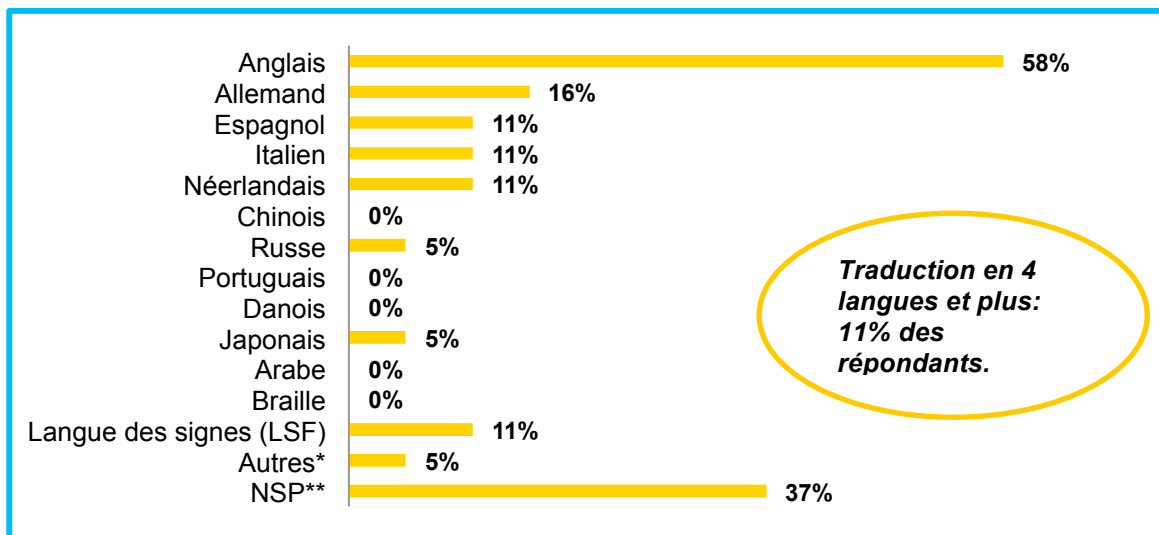
***Secrétariat, Responsable boutique, Assistant de direction...

****Polyvalent

Les résultats de l'enquête nationale

1. Accessibilité de l'information de votre site web

1.1 L'information sur votre site web est traduite en:

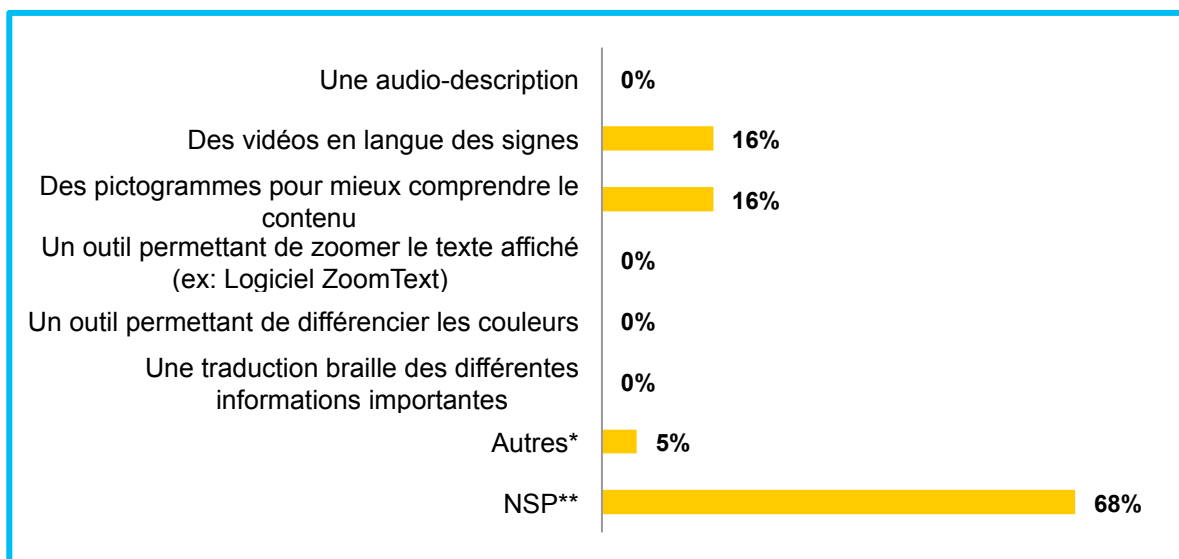


* Autres : catalan

** Ne Se Prononce(nt) pas [Cela peut être lié au fait que les répondants n'aient pas de sites web ou que leurs sites n'est traduit qu'en français]

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

1.2 Votre site web est-il accessible pour les personnes en situation de handicap? Si oui, votre site web comporte:



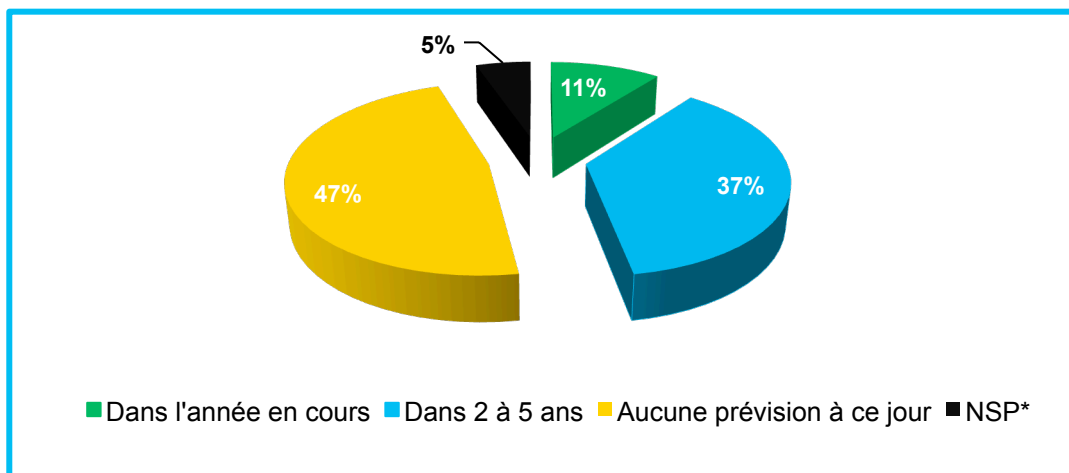
*Fiches accueil par handicap...

**Ne Se Prononce(nt) pas [Cela peut être lié au fait que les répondants n'aient pas de sites web ou que leur site web n'est pas accessible aux personnes en situation de handicap]

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

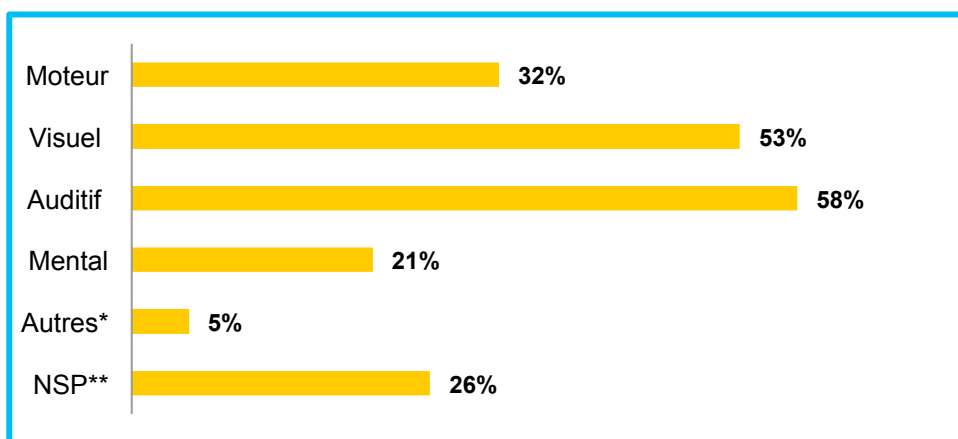
Ce schéma est à relativiser car un grand nombre de répondants font la confusion entre un logiciel ZoomText et le fait de pouvoir zoomer une page web de manière classique ou encore l'utilisation de pictogrammes pour traduire chaque informations et l'utilisation d'images ponctuelles sur le site web.

1.3 Si non, seriez-vous prêt à le rendre accessible ou à lui apporter des améliorations en termes d'accessibilité:



*Ne Se Prononce(nt) pas

1.4 Si vous souhaitez rendre accessible votre site dans un futur proche, quel(s) handicap(s) prendriez-vous en compte ?



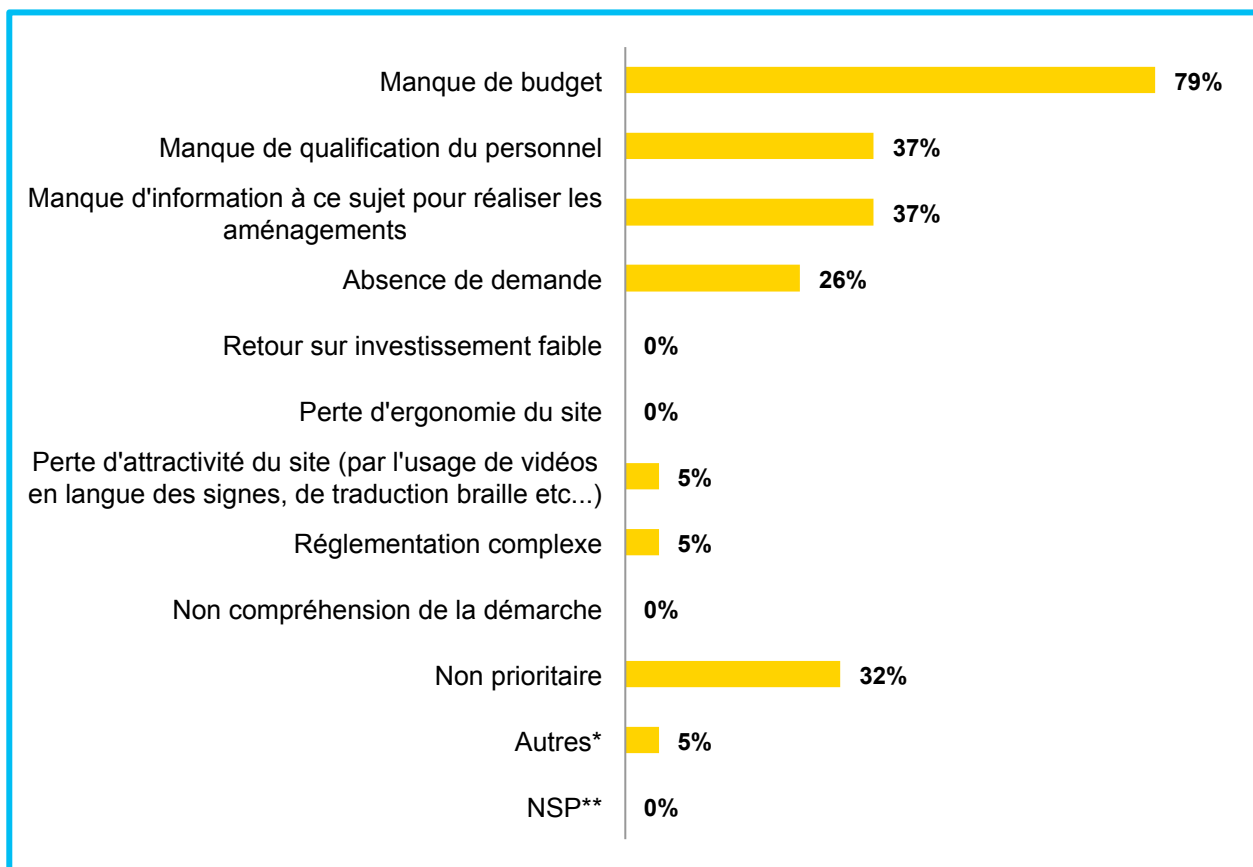
*Site traduit en plus de langues.

**Ne Se Prononce(nt) pas

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

1.5 Quels sont vos freins actuels à la mise en place d'un site web accessible à tous ?

Le manque de budget est un frein récurrent à la démarche de mise en accessibilité mais d'autres facteurs ont aussi leur importance.



*Manque de temps.

**Ne Se Prononce(nt) pas

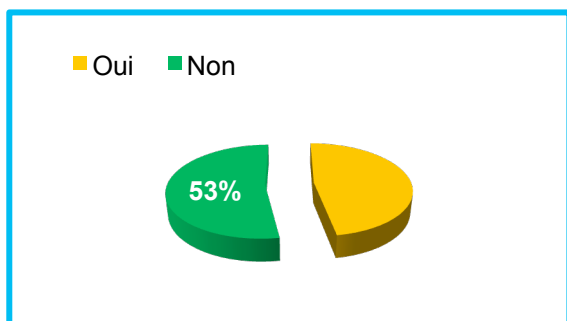
Les utilisateurs peuvent cocher plusieurs cases, les pourcentages peuvent donc être supérieurs à 100%.

1.6 Votre site web est-il labellisé ?

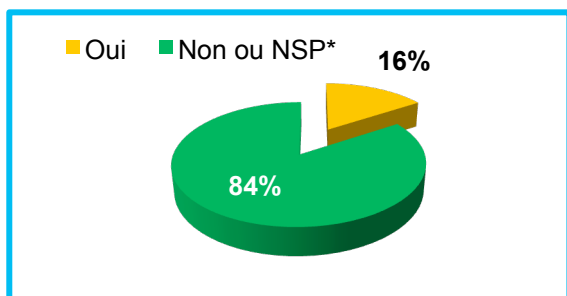
Aucun label pour les 19 répondants.

2. Utilisation de solutions innovantes pour un accès à l'information pour tous

2.1 Existe-t-il une personne formée dans votre service pour informer les personnes en situation de handicap ?

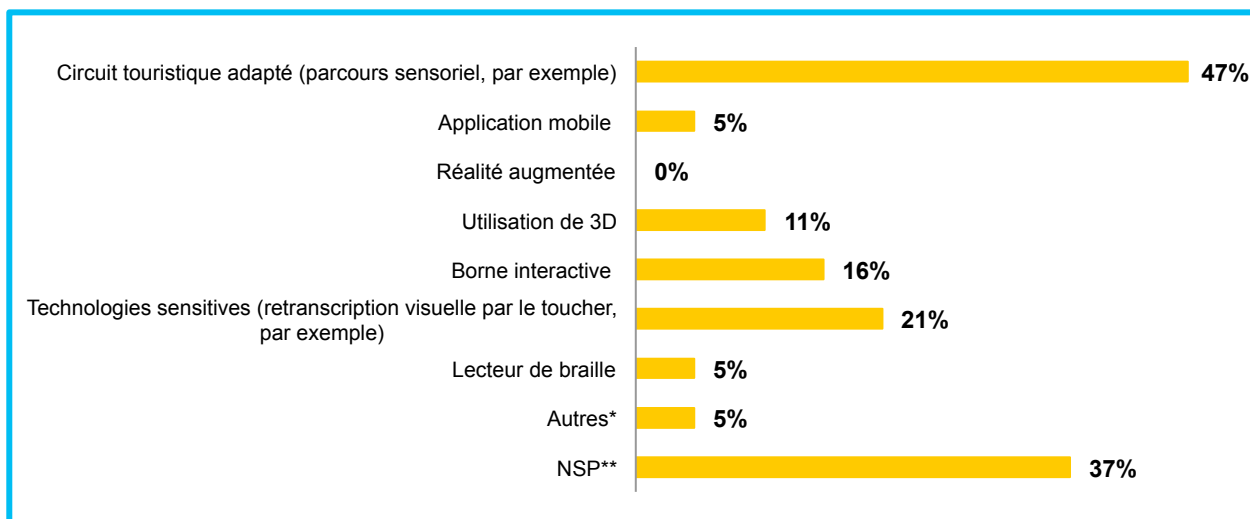


2.2 Vos brochures sont-elles adaptées aux personnes en situation de handicap ?



*Ne Se Prononce(nt) pas

2.3 Qu'utilisez-vous comme outils technologiques pour délivrer de l'information aux personnes en situation de handicap ?

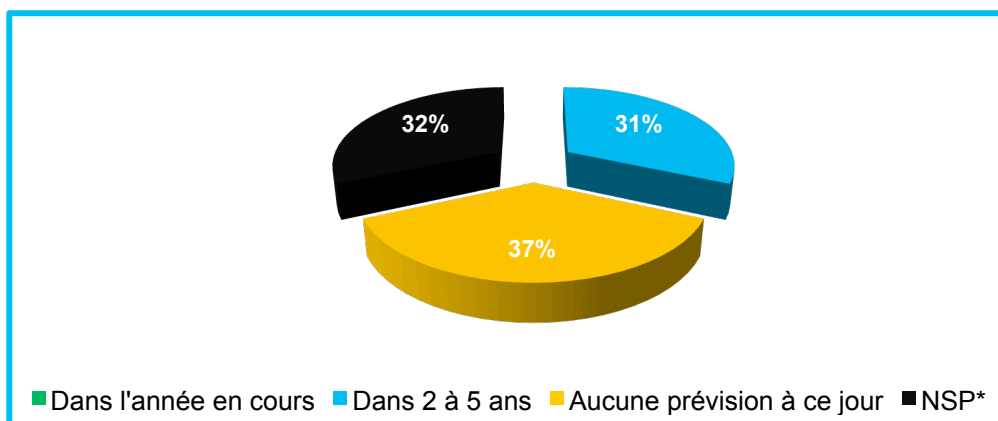


*Visio-guide en langue des signes.

**Ne Se Prononce(nt) pas et intrinsèquement n'utilisant pas de technologies spécifiques.

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

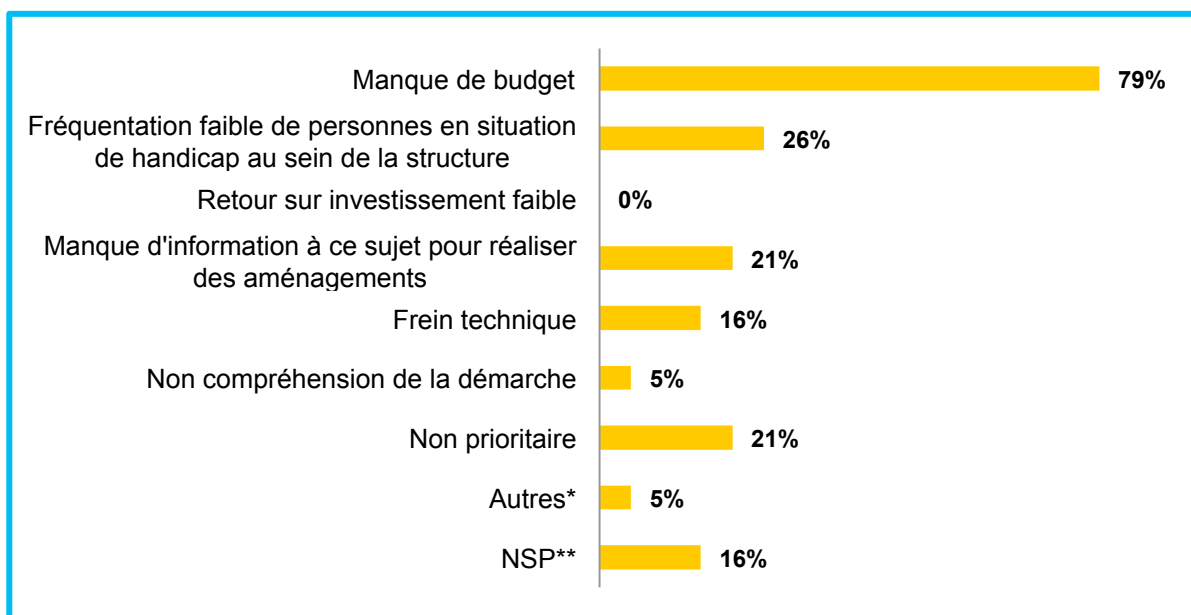
2.4 Si vous n'utilisez pas d'outils technologiques, seriez-vous prêt à réaliser cette démarche:



*Ne Se Prononce(nt) pas

NB : Aucun répondant ne compte réaliser cette démarche dans l'année en cours.

2.5 Quels sont vos freins actuels à la mise en place d'une technologie nouvelle in situ pour un accès à l'information pour tous ?



*Agrandissement de la structure entraînant un changement scénographique.

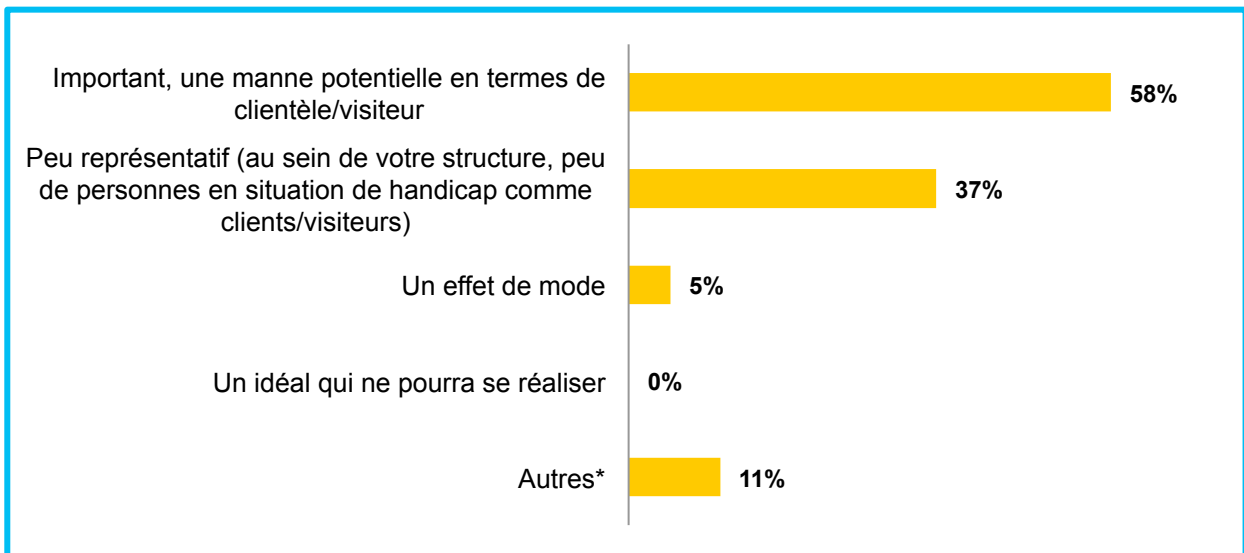
**Ne Se Prononce(nt) pas

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

3. Le concept d'accessibilité de l'information pour tous

3.1 Pour vous le concept d'accessibilité de l'information pour tous est:

Parmi les répondants, 5% reconnaissent que le concept est important et qu'il représente une manne potentielle en termes de clientèle/visiteur mais avouent que les personnes en situation de handicap sont peu représentatives au sein de leur structure.



**Important pour que le musée soit un musée pour tous, non prioritaire...*

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

Commentaires libres les plus pertinents :

« Le musée est labellisé tourisme et handicap pour les 4 déficiences. Notre réaménagement et nos actions de médiation nous ont permis de nous distinguer dans la prise en compte du handicap en lien avec notre thématique. »

« Notre musée n'a qu'un an. Le site internet sur lequel nous avons travaillé sera mis en ligne fin septembre, c'est pourquoi nous n'avons pas encore pu prévoir toutes possibilités afin qu'il soit accessible à tous. En attendant nous avons une page dédiée sur le site internet de la ville de ----- et le musée est accessible aux personnes à mobilité réduite. »

« Le musée est en phase d'agrandissement et dans deux ans nous ré- ouvrons avec un maximum de dispositifs pour le public empêché et handicapé. En attendant il nous est pratiquement impossible financièrement de mettre en place quoi que ce soit pour nos expositions d'été de 2014 et 2015 au vue des travaux. Nous sommes donc dans une phase d'exploration et de choix des différents dispositifs pour notre prochain musée. »

« Si du point de vue outils TIC, nous ne sommes pas encore au point (pour diverses raisons), nous accordons une forte importance à l'accompagnement du handicap grâce aux moyens humains : médiateurs, agents d'accueil, interprétariat en langue des signes, par exemple. Sans avoir d'outils technologiques, nous répondons également à l'accès des contenus via des documents papiers (grands caractères, braille) ou objets tactiles/manipulables (destinés aux déficients visuels mais aussi aux déficients mentaux). Pour la mise en place d'un site internet, cela s'avère laborieux lorsque peu de

personnes se sentent concernés par le handicap ou ne comprennent pas tous les enjeux que cela représentent: un site accessible est un site accessible à tous même les "valides" en profitent. »

« Notre cave boutique musée est accessible aux personnes handicapés moteur (allées larges, wc, ...) , en ce qui concerne les autres handicaps, je ne vois pas comment améliorer notre structure. Nous avons très peu de handicapés et si nous en avons, nous adapterions notre discours, notre attitude de façon à favoriser leur visite. »

« Le lieu le village ----- est extrêmement difficile d'accès pour des handicapés et donc ils ne viennent pas jusqu'à nous pour percevoir des informations. »

Autres analyses : les autres professionnels du tourisme

Introduction générale

Oscillant entre une et sept réponses, les autres acteurs du tourisme (Restaurant, Résidence de tourisme, Parcs et Loisirs, Mairie, Transport et Agence réceptive/Agence de voyage/TO) ne peuvent faire l'objet d'une analyse poussée comme réalisée précédemment pour les quatre acteurs.

Néanmoins, nous pouvons dégager des constats et des observations par le biais des réponses obtenues.

Résumé des réponses à l'enquête nationale

Restaurant

Avec 7 répondants (tous des dirigeants) répartis principalement dans le Sud-Est de la France, nous pouvons mettre en relief les points généraux suivants:

- Peu de traduction des sites web (lorsque celui-ci est existant).
- Aucune prévision ou démarches dans 2 à 5 ans pour améliorer le site web dans le cadre de son accessibilité.
- Principalement des améliorations pour le handicap visuel.
- Freins: manque de budget, d'informations et de demande.
- Aucun personnel formé pour accueillir les personnes en situation de handicap.
- Aucunes technologies utilisées pour délivrer de l'information in situ.
- De manière générale, le concept d'accessibilité pour tous est peu représentatif (peu de clients en situation de handicap).



Résidence de tourisme

Avec 7 répondants (70% de dirigeants), nous pouvons mettre en relief les points généraux suivants:

- Traduction récurrente en anglais des sites web.
- Aucune prévision quant à l'amélioration du site web.
- Freins : Absence de demande, Manque de budget et d'informations.
- 2 personnes sur 7 formées à la prise en charge du handicap.
- Le concept d'accessibilité pour tous est de manière générale perçu :



Pour 30% environ comme important et une éventuelle manne de clients, pour 40% comme peu représentatif car peu de clients en situation de handicap et pour 30% comme un idéal impossible à atteindre ou un effet de mode. Les avis sont donc très mitigés sur la question.

Parcs et loisirs

Avec 5 répondants (60% de dirigeants), nous pouvons mettre en relief les points généraux suivants:

- Une accessibilité web quasi inexistante.
- Un manque de budget prépondérant.
- Aucune personne formée à la prise en charge de personnes en situation de handicap.
- Aucune brochure adaptée.
- Un concept d'accessibilité pour tous perçu comme peu représentatif car un manque de demande significative (peu de clients en situation de handicap).



Un témoignage : « Quand j'ai créé le parc, j'ai demandé des renseignements au service concerné on m'a répondu faite et on viendra contrôler » et de continuer « J'ai trouvé cela stupide ». Le témoignage souligne un problème en amont de veille à la bonne qualité et d'informations pour rendre un lieu accessible. A noter : il est question dans ce cas présent plus d'accessibilité en termes d'aménagements urbains et non d'accessibilité numérique de l'information.

Mairie

Avec 4 répondants (75% d'agents administratifs (secrétariat)), nous pouvons mettre en relief les points généraux suivants:

- Site web non traduit, non accessible.
- Aucune personne formée à la prise en charge de personnes en situation de handicap.
- Fréquentation faible des personnes en situation de handicap.
- Manque de budget pour réaliser un site web accessible à tous.



Transport

Avec 3 répondants (2/3 de dirigeants), nous pouvons mettre en relief les points généraux suivants: l'accessibilité de l'information est perçue comme importante mais aucune brochure et aucun site web adapté dans ce sens en grande partie à cause du manque de budget. Aucunes solutions innovantes également pour rendre l'information accessible. Les sites web sont traduits en plusieurs langues.

Agence réceptive/Agence de voyage/TO (Tour Opérateur)

Avec un dirigeant répondant, nous pouvons mettre en exergue, de son témoignage, les points généraux suivants: utilisation de logiciel ZoomText, de pictogrammes, site traduit en anglais, aucun personnel formé à la prise en charge d'une personne en situation de handicap, aucune brochure adaptée, le concept d'accessibilité pour tous est considéré comme important en tant que manne potentiel de clients.

Conclusion

Quelques observations ressortent de l'enquête nationale. Tout d'abord, à l'échelle globale des professionnels du tourisme nous pouvons mettre en exergue :

- Une confusion entre aménagement du bâti et aménagement numérique. L'accessibilité à l'information est un domaine où peu de communications sont réalisées.
- La méconnaissance du concept d'accessibilité numérique. Cette méconnaissance est notamment perçue lors de la question de la labellisation des sites web. Nous pouvons émettre comme hypothèse que la majorité d'entre eux ne connaissent pas les labels existants en ce domaine. Il est donc nécessaire de les en informer.
- Les professionnels du tourisme ont un besoin en information sur la démarche d'aménagement de leur site, le manque d'informations venant en troisième position des freins à la mise en place d'un site web accessible ou d'une solution technologique innovante.
- Une tendance à prendre en compte le handicap visuel principalement, le handicap mental étant le moins « pensé » pour réaliser des aménagements numériques.
- Encore de nombreux sites internet inexistant ou non traduits en une langue étrangère.

D'une étude différenciée :

- Les offices de tourisme et les musées centrent leurs freins sur le manque de budget et en deuxième lieu l'absence de fréquentation massive des personnes en situation de handicap. A contrario chez les hébergeurs, c'est l'absence de demande, dans un souci de rendement, qui est prépondérante en tant que frein, suivi de peu par le manque de budget pour réaliser des aménagements adéquats.
- Les hébergeurs ont donc plus tendance à considérer l'accès à l'information pour tous comme un concept peu représentatif (dû au manque de demande) tandis que les offices de tourisme et musées mettent en avant le caractère important, la clientèle en situation de handicap étant une manne potentielle.
- Un manque de personnes formées pour informer la clientèle handicapée, en particulier chez les hébergeurs.
- Les musées sont les seuls ERP à utiliser la LSF (11%) au sein de leurs sites web.
- La question se pose : quel est l'intérêt d'un professionnels du tourisme de type hébergeur à rendre accessible son site internet si in situ, les aménagements du bâti ne permettent pas l'accès aux personnes en situation de handicap (propos recueilli par un répondant).

La question des bénéfices potentiels à la création d'un site internet et à la mise en place de technologies nouvelles est cruciale pour susciter l'intérêt des professionnels du tourisme.

Il faut également noter que notre enquête comporte beaucoup de personnes « NSP » (qui ne se prononcent pas) lors des questions posées. L'analyse est donc limitée.

Le Livre Blanc doit expliciter et combler le manque d'informations de ces acteurs et leur ouvrir d'autres horizons que l'accessibilité du bâti, trop souvent représenté.

10/10/2014

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

