



**ACCESS IT**

**ACCESS-IT**

Innovation for Accessible Tourism  
in Natural and Rural Areas

Project No: 2019-1-PL01-KA202-065140

# Comment développer une offre touristique réellement accessible et répondre à la demande



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Contents of this document are entirely produced by the ACCESS-IT project and reflect only the authors' views. Therefore, the EACEA and European Commission have no responsibilities for them.

CC-BY-NC-SA



Ce document peut être copié, reproduit ou modifié selon les règles ci-dessus.  
En outre, une reconnaissance des auteurs du document et toutes les parties applicables de l'avis de droit d'auteur doivent être clairement référencées.

Tous droits réservés.

© Copyright 2020 ACCESS-IT

## Avis de non-responsabilité

Les opinions représentées dans le présent document reflètent uniquement le point de vue des auteurs et non celui de l'Union européenne. L'Union européenne n'est pas responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations contenues dans ce document. En outre, les informations sont fournies „en l'état” et aucune garantie n'est donnée quant à leur adéquation à un usage particulier. L'utilisateur des informations les utilise à ses seuls risques et périls.

## Partenaires du projet



Pour connaître tous les détails des partenaires, consultez le site <http://accessitpro.eu/#partners>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Table des matières

---

1.	QUOI?	4
2.	QUI?	7
3.	COMMENT?	8
4.	Contrôle de la qualité du service	12
5.	Referencias	14

## 1. QUOI?

---

Ce guide est une boîte à outils destinée à aider les entreprises à adopter une approche stratégique du développement de services et de produits touristiques accessibles, ainsi que des informations sur l'accessibilité. Les gestionnaires du tourisme public et privé et les propriétaires de PME peuvent utiliser ce kit d'outils pour développer ou améliorer leur connaissance des exigences de leurs clients en matière d'accès et acquérir de nouvelles compétences pour élaborer et mettre en œuvre des solutions accessibles et durables, ce qui pourrait les aider à accroître leur part du marché croissant du tourisme accessible. Cela est aussi particulièrement important pour les entreprises situées dans les zones naturelles et rurales (ZNR), où l'offre accessible est souvent limitée.

L'objectif du tourisme pour tous est de permettre à chacun de profiter des expériences touristiques sur un pied d'égalité. Cela signifie que les personnes handicapées ou ayant d'autres besoins spécifiques en matière d'accès, ainsi que leurs familles, doivent pouvoir choisir où et comment voyager, de manière indépendante, dans le confort et la sécurité, sur la base d'informations et de services fiables tout au long de la chaîne de valeur du tourisme. Les touristes ayant des besoins spécifiques en matière d'accès peuvent rencontrer des difficultés à n'importe quel stade de leur voyage, de la planification initiale (collecte d'informations et recherche) à la réservation, au voyage (par différents moyens de transport), à l'hébergement, à la visite d'attractions, de sites culturels, de zones urbaines ou de paysages naturels, de restaurants et de cafés, au shopping ou à la participation à une réunion d'affaires ou à une conférence, et au retour.

“Le parcours du visiteur”, décrit dans le thème 1, peut être utilisé pour identifier les points critiques de la chaîne de services où se trouvent souvent les obstacles à l'accès (figure 1, ci-dessous). À chaque étape du parcours du visiteur, les propriétaires et gestionnaires d'entreprises sont guidés pour évaluer l'accessibilité de leur offre. À partir de ces évaluations, ils peuvent comprendre et décider si des améliorations et des adaptations de leurs installations et/ou services existants sont nécessaires pour améliorer l'accessibilité de leur offre et répondre aux besoins et aux attentes des clients.



**Figure 1 : Le parcours du visiteur**

Les phases du parcours du visiteur sont les suivantes:

- Planification et réservation
- Voyage vers/depuis la destination/l'événement
- Hébergement
- Nourriture et boisson
- Mobilité / Transport local
- Activités
- Partager et se souvenir des expériences.

À chaque étape, il est important d'identifier les exigences spécifiques des clients en matière d'accessibilité, en fonction de leurs besoins et de leurs préférences, afin de minimiser les obstacles à l'accès et de fournir des services touristiques de haute qualité. Il est donc clair que tous les responsables et le personnel qui jouent un rôle de service dans une partie quelconque du „voyage du visiteur” doivent avoir les connaissances, les aptitudes et les compétences appropriées pour fournir ces services à tous les visiteurs.

### La conception universelle : la clé pour concevoir des services touristiques accessibles

Pour l'essentiel, les services touristiques doivent être conçus de manière à être inclusifs, sans qu'il soit nécessaire, dans la mesure du possible, de les adapter aux visiteurs présentant certains handicaps ou besoins d'accès. La conception des services doit suivre l'approche dite de „Conception Universelle”, développée aux États-Unis dans les années 1990.

*„La conception universelle est la conception de produits et d'environnements de manière à ce qu'ils puissent être utilisés par toutes les personnes, dans toute la mesure du possible, sans qu'il soit nécessaire de les adapter ou de les concevoir de manière spécialisée.*

*L'intention du concept de conception universelle est de simplifier la vie de chacun.*

*Le concept de conception universelle s'adresse à toutes les personnes, quels que soient leur âge, leur taille et leurs capacités”.*

*(Centre pour la conception universelle, Raleigh, NC, USA)*

Le concept de conception universelle repose sur 7 principes:

1. *Utilisation équitable.* La conception est utile et commercialisable pour des personnes aux capacités diverses. Par exemple, un site web conçu pour être accessible à tous, y compris aux aveugles, applique ce principe.
2. *Flexibilité d'utilisation.* La conception tient compte d'un large éventail de préférences et de capacités individuelles. Un exemple est la fourniture de tables réglables en hauteur pour les pauses café lors d'événements, permettant aux visiteurs de s'asseoir ou de rester debout.
3. *Utilisation simple et intuitive.* L'utilisation de la conception est facile à comprendre, quelles que soient l'expérience, les connaissances, les compétences linguistiques ou le niveau de concentration de l'utilisateur. Les manettes de robinetterie à une main sont un exemple de l'application de ce principe.
4. *Information perceptible.* La conception communique les informations requises à l'utilisateur de manière efficace, quelles que soient les conditions environnementales ou les capacités sensorielles de l'utilisateur. C'est le cas par exemple lorsque les informations diffusées dans les lieux publics bruyants sont sous-titrées.
5. *Tolérance d'erreur.* La conception minimise les risques et les conséquences négatives des actions accidentelles ou involontaires. Un exemple de produit qui applique ce principe est un logiciel éducatif qui fournit une assistance lorsque l'utilisateur fait une sélection inappropriée.
6. *Faible effort physique.* Le design peut être utilisé de manière efficace et confortable, avec un minimum de fatigue. Les portes qui sont faciles à ouvrir par des personnes présentant un large éventail de caractéristiques physiques démontrent l'application de ce principe.
7. *Taille et espace pour l'approche et l'utilisation.* Une taille et un espace adéquats sont prévus pour s'approcher, atteindre, manipuler et utiliser, indépendamment de la taille, de la posture ou de la mobilité de l'utilisateur. Par exemple, un comptoir plus bas dans une zone de réception, adapté aux personnes en fauteuil roulant.

L'application des principes de conception universelle peut nécessiter des conseils spécialisés lors de la planification de nouvelles infrastructures et de nouveaux services touristiques ou de l'amélioration de ceux qui existent déjà.



## 2. QUI?

---

Ce guide s'adresse à plusieurs groupes cibles, tels que les voyageurs et leurs fournisseurs, les formateurs en EFP, les organisations professionnelles et les gestionnaires de destinations. Tous ces groupes peuvent bénéficier de la compréhension des besoins des clients ayant des exigences spécifiques en matière d'accès afin de garantir que leurs invités reçoivent un service approprié et de qualité, tout en démontrant pourquoi cela a un sens sur le plan commercial. Ce guide peut être utilisé par les dirigeants et les propriétaires de PME pour planifier et développer leurs services accessibles, et par les formateurs pour concevoir des cours de formation professionnelle.

Plus spécifiquement, le guide s'adresse à:

- Les propriétaires de petites et moyennes entreprises (PME), par exemple les services d'hébergement, de restauration et de boissons, qui fournissent des services touristiques aux visiteurs, y compris ceux qui ont des besoins d'accès spécifiques dans le cadre de leur marché cible.
- Les gestionnaires de PME privées ou d'entreprises publiques de tourisme, y compris les gestionnaires d'attractions touristiques (par exemple, les musées, les galeries), en leur fournissant une bonne compréhension des besoins des visiteurs, des conseils sur la formation du personnel, l'importance d'éliminer les obstacles à l'accès et la manière de développer des politiques d'accessibilité.
- Le personnel de première ligne, afin qu'il puisse servir les clients ayant des besoins d'accès spécifiques.
- animateurs et formateurs impliqués dans la formation au tourisme accessible
- Les responsables du développement des politiques et stratégies touristiques au sein des autorités locales ou régionales et des organisations de gestion des destinations.

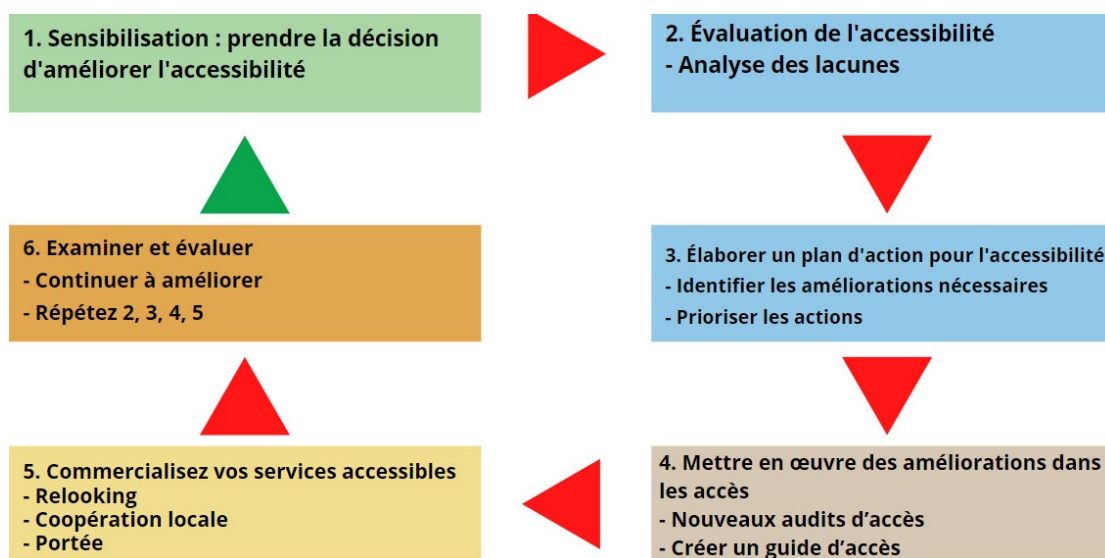
### 3. COMMENT?

Rendre le tourisme accessible ne nécessite pas toujours des changements majeurs. Souvent, de petits changements et une sensibilisation accrue aux obstacles potentiels à l'accès peuvent faire une grande différence. Le tourisme accessible va au-delà de l'accès physique. Par exemple, avoir un papier et un stylo à portée de main à la réception peut être utile pour communiquer avec les visiteurs qui ont des problèmes d'audition ou de parole. Fournir des informations et des menus de restaurant en gros caractères est utile pour les personnes souffrant de déficiences visuelles.

Un personnel formé, qui a acquis une compréhension des besoins d'accès des clients, peut fournir un service de haute qualité en anticipant et en surmontant les difficultés potentielles des clients.

Garantir un bon accès physique est d'une grande importance pour créer une destination ou une installation adaptée à tous les visiteurs. Cela s'applique aussi bien à l'amélioration des installations et des services existants qu'à la création d'un nouveau service. L'accès physique comprend, par exemple, la création de voies d'accès de plain-pied (éventuellement au moyen de rampes ou de rampes portables sur les sites existants), l'ajout d'une bonne signalisation, l'abaissement d'une partie de la réception pour faciliter la communication avec les personnes en fauteuil roulant, l'installation de toilettes accessibles et l'ajout de marquages contrastés sur les grandes portes et fenêtres en verre.

Le développement d'une offre touristique accessible suit 6 étapes clés, comme le montre la figure 1.



**Figure 1 : Six étapes pour développer des services touristiques accessibles**



## 1. Sensibilisation: prendre la décision d'améliorer l'accessibilité

Le développement de la sensibilisation dépend de l'acquisition par les chefs d'entreprise de connaissances et d'une compréhension qui les amèneront à modifier leur modèle commercial actuel, en donnant la priorité à l'accessibilité et à l'inclusion de tous les invités. Cela comprend:

- Comprendre les besoins des visiteurs handicapés ou ayant d'autres besoins d'accès spécifiques.
- Comprendre l'intérêt des approches de conception universelle pour créer des offres adaptées à tous les clients, en grande partie sans avoir recours à des services spécialisés.
- Comprendre le marché du tourisme accessible et la nécessité de revoir les politiques et pratiques de l'entreprise pour rendre les services accessibles à tous les clients.

## 2. Évaluation de l'accessibilité (analyse des lacunes) par rapport à l'expérience globale du visiteur dans l'établissement:

Connaître les obstacles à l'accessibilité que les visiteurs peuvent rencontrer dans l'offre actuelle est une condition préalable pour comprendre comment les surmonter. Une série d'audits d'accessibilité est nécessaire:

- Évaluer l'accessibilité physique - environnement et installations.
- Évaluer l'accessibilité des services offerts
- Évaluer le service à la clientèle fourni par le personnel
- Évaluer la fourniture d'informations sur l'accessibilité de l'offre.
- Évaluer l'accessibilité des canaux d'information (site web, presse écrite, voix, etc.) pour les différents utilisateurs.

(REMARQUE: le thème 1 du cours de formation ACCESS-IT traite en détail des méthodes d'évaluation de l'accessibilité).

## 3. Élaborer un plan d'action pour l'accessibilité afin de commencer à prendre des mesures correctives.

### 3.1 Identifier les améliorations nécessaires sur la base des évaluations

- Infrastructure physique
- Services
- Formation du personnel
- Information et communication

### 3.2 Prioriser les actions

- Établir un calendrier avec des plans à court, moyen et long terme pour améliorer la formation du personnel, les infrastructures, les installations, les services et l'information/le marketing.
- Analyser les ressources nécessaires pour les réaliser :
  - Des améliorations faciles et peu coûteuses
  - Les améliorations qui peuvent être apportées lors de la maintenance continue et en modifiant les routines de travail.
  - Des améliorations à plus grande échelle nécessitent une planification à long terme et des investissements en capital.
- Identifier les sources de financement et les autres ressources qui peuvent être nécessaires (par exemple, la formation du personnel, les consultants).

### 4. Mettre en œuvre des améliorations d'accès

- Former les cadres et le personnel à la sensibilisation au handicap, aux exigences de l'utilisateur, à l'assistance à la clientèle - interagir avec les clients, à la conception universelle, à l'accessibilité et aux questions spécifiques liées à leur rôle dans l'organisation.
- Établir des routines pour le suivi et l'amélioration continue de l'accessibilité.
- Réaliser des travaux d'infrastructure
- Lancer de nouveaux services et les évaluer avec les utilisateurs
- Réalisation de nouveaux audits d'accessibilité des locaux, des installations et des services
- Utilisez les audits d'accès pour créer un „Guide d'accessibilité” qui explique les caractéristiques d'accessibilité de vos installations et services aux clients ayant des besoins d'accès spécifiques.

### 5. Commercialisez vos services accessibles

Mettez en avant **l'accessibilité pour tous** comme un élément clé de votre politique commerciale et de votre stratégie de marketing et engagez-vous sur le marché du tourisme accessible:

- (Re-)marquer l'entreprise/la destination comme „inclusive et accessible pour tous”.
- Coopérer avec les fournisseurs locaux et régionaux pour la commercialisation conjointe d'offres touristiques accessibles.
- Essayer d'atteindre de nouveaux groupes cibles

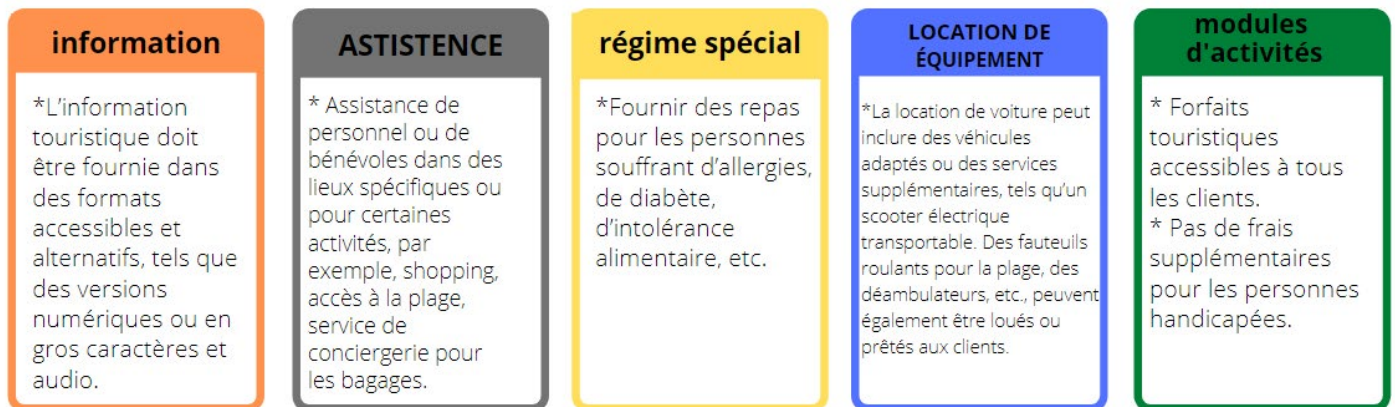


## 6. Examiner et évaluer

- Examinez tous les aspects de l'offre après les points 4 (mise en œuvre) et 5 (marketing).
- Recueillir les commentaires des clients et planifier les améliorations nécessaires.

Lors de la planification des améliorations de l'accès, outre les mesures d'accès physique, les entreprises doivent envisager d'améliorer la qualité de chaque service individuel.

Quelques exemples de services accessibles sont donnés à la figure 2.



**Figure 2 : Exemples de prestations de services accessibles**

Pour l'élaboration de leur plan d'action en matière d'accessibilité, les entreprises doivent consulter les principales priorités abordées dans les lignes directrices d'ACCESS IT dans les thèmes 1, 2, 4 et 5, qui fournissent ensemble des informations détaillées sur la manière de fournir des services touristiques accessibles.

- ✓ **Thème 1.** Comment évaluer l'accessibilité d'un produit/service touristique?
- ✓ **Thème 2.** Comment répondre aux exigences des segments de clientèle cibles?
- ✓ **Thème 4.** Comment commercialiser et promouvoir un produit accessible?
- ✓ **Thème 5.** Comment impliquer les parties prenantes dans le développement de produits accessibles?

## 4. Contrôle de la qualité du service

---

En ce qui concerne l'étape 6 des actions décrites dans cette ligne directrice, Examiner et évaluer, l'objectif du contrôle de la qualité des services par le biais des commentaires des visiteurs est d'identifier les points positifs et négatifs qui peuvent indiquer comment les services peuvent être améliorés ou développés.

En particulier, le suivi des services vise à examiner le degré de satisfaction des touristes, en ce qui concerne les infrastructures disponibles et les services offerts pendant leur séjour, et donc à identifier leur perception du produit et des services offerts par les PME dans une zone rurale.

Les entreprises peuvent utiliser divers moyens pour recueillir des informations auprès des clients, les principales méthodes étant les enquêtes auprès des clients et le „filtrage” des sites de médias sociaux et des sites d'évaluation sur lesquels les entreprises touristiques sont répertoriées, comme TripAdvisor.

Les enquêtes auprès des clients doivent normalement être courtes et simples à répondre. Ils peuvent couvrir les questions suivantes:

- Quel est le groupe cible et quels sont ses besoins spécifiques en matière d'accès, le cas échéant ?
- Quel type d'assistance, le cas échéant, ont-ils eu besoin (et utilisé) pendant leur séjour ?
- Quel est le niveau de satisfaction du groupe cible en ce qui concerne les infrastructures disponibles et les services offerts pendant leur séjour ?
- Suggestions pour l'amélioration des services, des infrastructures et des transports.

L'enquête peut comporter des questions fermées et une question ouverte, demandant aux participants de fournir tout commentaire ou toute information qu'ils jugent utile pour le suivi.

Il peut s'agir de questions avec des options de réponse telles que des cases à cocher ou des boutons radio, avec des commentaires facultatifs en „texte libre”. Il peut être structuré en trois parties, comme le montre l'exemple ci-dessous.



**Figure 3 : Les trois parties d'un questionnaire de suivi**

Le suivi des services touristiques doit permettre d'identifier les types de besoins d'accès qui se manifestent chez les individus ou les groupes de visiteurs de l'entreprise ou de la zone rurale. Le questionnaire peut être distribué dans chaque activité/attraction/service/lieu d'hébergement. Une assistance pour remplir le formulaire peut être proposée aux touristes handicapés, si nécessaire.

Les visiteurs peuvent également recevoir le questionnaire d'enquête par courrier électronique, afin de pouvoir le remplir une fois rentrés chez eux. L'enquête auprès des visiteurs doit indiquer clairement que l'objectif est de déterminer si l'entreprise rurale peut répondre aux attentes des visiteurs en termes d'expérience globale et d'accessibilité des infrastructures et des services, en vue d'apporter des améliorations.

Les commentaires des clients doivent être traités comme des informations confidentielles, conformément au règlement général sur la protection des données de la Commission européenne.

Les entreprises touristiques devraient utiliser et examiner les canaux de médias sociaux, tels que Facebook, Instagram, YouTube et les sites web d'évaluation, tels que TripAdvisor, pour recueillir les informations publiées par les visiteurs et, le cas échéant, répondre aux questions ou aux critiques.

Les avis positifs des clients sur l'accessibilité des services peuvent constituer des informations utiles pour les futurs clients et peuvent être envisagés pour être inclus sur le site web de l'entreprise ou dans le guide d'accès.

## 5. Referencias

---

Bettye Rose Connell, Mike Jones, Ron Mace, Jim Mueller, Abir Mullick, Elaine Ostroff, Jon Sanford, Ed Steinfeld, Molly Story, and Gregg Vanderheiden (1997). The Principles of Universal Design

[https://projects.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about\\_ud/udprinciplestext.htm](https://projects.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_ud/udprinciplestext.htm)

Darcy, S., & Dickson, T. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32-44.

ENAT Website

<https://www.accessibletourism.org/>

New South Wales Government Website (Australia)

<https://future.transport.nsw.gov.au/>







**ACCESS IT**

## **ACCESS-IT**

Innovation for Accessible Tourism  
in Natural and Rural Areas

---

**[www.accessitpro.eu](http://www.accessitpro.eu)**