



ACCESS IT

ACCESS-IT

Innovation for Accessible Tourism
in Natural and Rural Areas

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

Comment mettre sur le marché et promouvoir un produit accessible



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



This document may be copied, reproduced or modified according to the above rules. In addition, an acknowledgement of the authors of the document and all applicable portions of the copyright notice must be clearly referenced.

All rights reserved.

© Copyright 2020 ACCESS-IT

Disclaimer

The views represented in this document only reflect the views of the authors and not the views of the European Union. The European Union is not liable for any use that may be made of the information contained in this document. Furthermore, the information is provided “as is” and no guarantee or warranty is given that the information is fit for any particular purpose. The user of the information uses it at its sole risk and liability.

Project Partners



For full details of partners go to <http://accessitpro.eu/#partners>



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

Table de matières

1. QUOI?	4
2. QUI?	5
3. COMMENT?	6
3.1. Plateformes	6
3.2. Sites web	6
3.2.1. Informations sur l'accessibilité	7
3.2.2. Caractéristiques d'un site web accessible	8
3.3. Médias sociaux - Contenu	11
3.3.1. Texte accessible	12
3.3.2. Images accessibles	13
3.3.3. Vidéos accessibles	14
3.4. Médias sociaux - Réseaux	14
3.4.1. Blogs	15
3.4.2. Youtube	16
3.4.3. Facebook Groups	16
3.5. Courriels	16
3.6. Événements en direct	17
3.6.1. Salons professionnels du tourisme	17
3.6.2. Les réseaux pour le tourisme accessible	18
3.6.3. Journées portes ouvertes	18
4. Citations intéressantes	19
5. Références	20

1. QUOI?

Les obstacles d'accès peuvent empêcher les entreprises de se connecter au vaste public des personnes handicapées. Les entreprises doivent reconsidérer leurs efforts de marketing pour étendre leur portée et améliorer la communication avec la population croissante ayant des besoins d'accès spéciaux.

Il s'agit d'une méthode importante pour accroître le nombre de visiteurs potentiels et la fidélité à la marque des clients existants. En plus de maximiser les opportunités de marché, les entreprises peuvent exercer une influence positive sur la communauté en reconnaissant les exclusions et en y remédiant.

Il faut adopter une approche plus inclusive concernant l'accessibilité dans les campagnes de marketing.

Cette ligne directrice tentera de combler les écarts et de mettre en évidence les pratiques permettant de rendre le matériel de marketing facilement accessible à tous, y compris aux personnes handicapées. L'objectif est d'offrir l'égalité des chances à tous pour devenir un fan de votre produit, service ou entreprise.



2. QUI?

Cette ligne directrice a été créée pour tous les prestataires de services touristiques, qui peuvent être aussi bien des autorités locales que des entreprises comme les PME fournissant des logements, des activités et des attractions touristiques. Plus précisément, cette ligne directrice s'adresse aux:

- **Employés** qui font partie de **l'équipe de marketing et de communication**, et qui sont chargés de rédiger et de publier des informations et du matériel promotionnel pour les sites web (y compris les PDF, les vidéos, les articles de blog, les infographies, le contenu téléchargeable), la communication par courriel et les médias sociaux.
- **Employés** chargés de construire et de **concevoir des sites web et des applications pour les prestataires de services touristiques**. Ils contrôlent l'affichage et la mise en page, ils ont donc un impact crucial sur la capacité des utilisateurs à s'engager avec le contenu. L'accessibilité du site web et/ou de l'application dépend d'eux.
- **Autres membres du personnel** peuvent trouver les suggestions suivantes utiles pour mieux faire connaître leurs installations accessibles et assurer l'égalité d'accessibilité de leurs matériels de marketing.

3. COMMENT?

Les entreprises fournissant des produits et services accessibles sont sur la bonne voie pour garantir l'accessibilité pour tous. Toutefois, la première étape consiste à attirer le bon client. Afin de faire connaître ces offres, les entreprises doivent appliquer une stratégie de marketing correcte pour promouvoir leurs installations accessibles.

3.1. Plateformes

Envisagez de partager votre site web sur différentes **plateformes spécialement créées pour les personnes ayant des besoins d'accès spécifiques**. Il existe un grand nombre de sites d'évaluation et de forums qui donnent aux personnes handicapées la possibilité de partager leur opinion et leurs expériences concernant l'accessibilité d'un lieu particulier. Exemples :

- [TripAdvisor \(Travelling with Disabilities Forum\)](#)
- [Lonely Planet Forum](#)
- [ENAT Accessible Tourism Group on Facebook](#)

Un autre excellent exemple est Euan's guide: un site web et une application où les entreprises peuvent partager leurs informations d'accès et où les visiteurs peuvent partager leur avis sur le lieu ou l'événement. Pour s'inscrire, il faut répondre à une courte liste de questions sur l'accessibilité et télécharger des photos de son établissement. Les commentaires des visiteurs précédents constituent une excellente ressource marketing et peuvent vous fournir un feedback constructif que vous pouvez adopter pour rendre votre lieu encore plus accessible.

<https://www.euansguide.com/>

Pantou est un site web où les entreprises touristiques peuvent promouvoir leurs services accessibles, aidant ainsi les visiteurs avec des besoins d'accès spéciaux à trouver facilement une destination ou un service approprié. **Pour s'inscrire, les fournisseurs touristiques doivent vérifier l'accessibilité de leurs services par leur adhésion à un programme d'information sur l'accessibilité ou par l'envoi d'une déclaration d'accessibilité de Pantou.** Il s'agit d'un formulaire d'auto-déclaration qui fournit aux visiteurs potentiels des informations objectives sur les services et les installations proposés. Être répertorié sur le portail Pantou est totalement gratuit et aidera le service touristique à être **plus inclusif et accessible** pour les personnes ayant des besoins d'accès spéciaux. <https://pantou.org/>

3.2. Sites web



Lorsque vous créez du contenu pour votre site web, votre blog ou vos médias sociaux, il est important de veiller à ce que ces **supports soient accessibles à tous**. Il est donc essentiel de savoir quels ajustements sont nécessaires pour atteindre cet objectif.

3.2.1. Informations sur l'accessibilité

Les personnes handicapées s'appuient sur votre site web pour trouver des informations sur l'accessibilité et évaluer si votre entreprise répond à leurs besoins.

Fournir des informations sur l'accessibilité solides et fiables aux personnes ayant des besoins d'accès particuliers est essentiel pour maximiser le potentiel du marché et améliorer l'expérience des visiteurs.

- **Les informations sur l'accessibilité doivent être détaillées, précises et actualisées, ainsi que faciles à trouver.** Elles doivent être clairement indiquées sur la page d'accueil du site web et énumérées dans une section spécifique, ainsi que sur l'ensemble du site web dans d'autres sections, par exemple l'hébergement, les attractions, les restaurants, etc.
- **Incluez des photographies de vos installations accessibles** afin que les invités sachent à quoi s'attendre et puissent se familiariser avec votre site, hôtel, attraction ou destination avant leur arrivée.
- **Une déclaration d'accès** fournit des informations sur l'accessibilité d'une installation ou d'un service touristique, et peut être un outil utile pour les visiteurs (potentiels) qui ont des besoins d'accès spécifiques (causés par l'âge, la maladie ou les problèmes de santé à long terme, le manque de maîtrise de la langue ou même les différences culturelles, et donc pas toujours visibles).
- Présenter des **suggestions d'itinéraires adaptés et des informations supplémentaires** peut aider les personnes ayant des besoins d'accès à planifier leur visite, par exemple des **options de transport** avec des informations d'accès pertinentes, telles que des détails sur l'accessibilité des transports publics, des parkings accessibles, etc.
- Pensez à représenter une **diversité de visiteurs dans les images présentées sur votre site web**. Des photographies incluant des personnes ayant des besoins d'accès spéciaux vous donnent non seulement l'occasion de montrer vos services d'accès, mais c'est aussi un moyen d'illustrer votre dévouement à **l'égalité et à l'inclusion**.
- **Les témoignages de visiteurs précédents** contribueront à diminuer l'incertitude et sont particulièrement appréciés par les voyageurs handicapés.

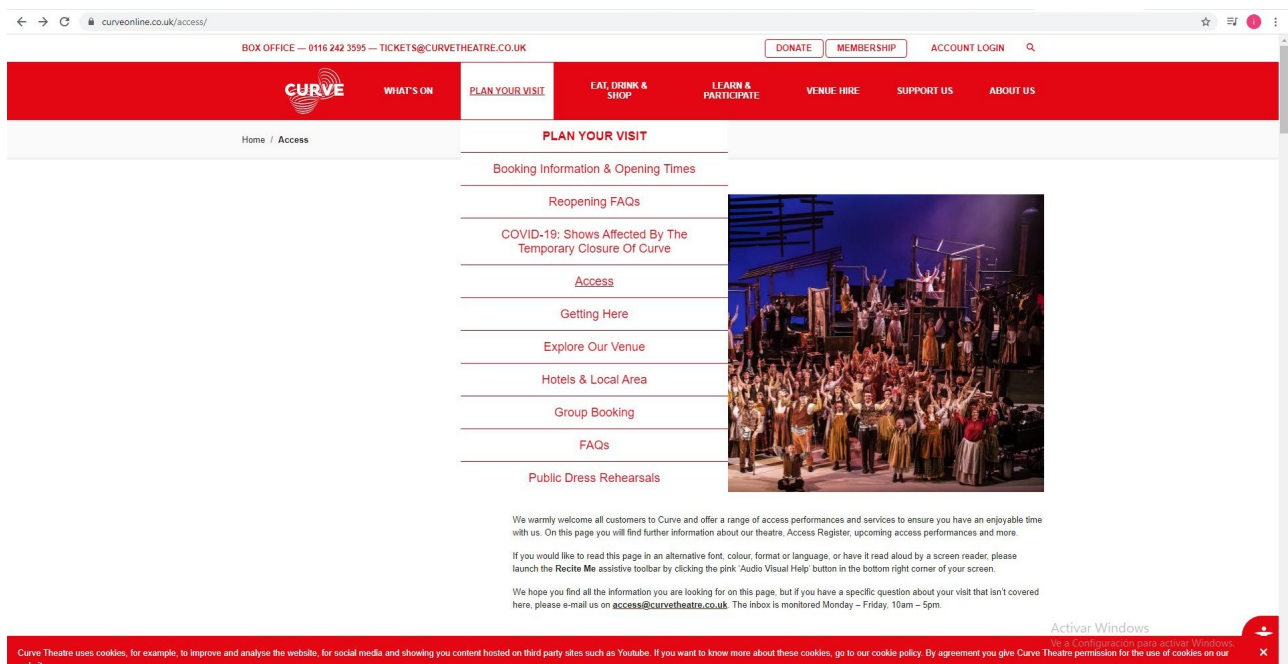
3.2.2. Caractéristiques d'un site web accessible

Vous devez non seulement fournir des informations adéquates sur l'accessibilité de votre lieu, mais votre site web lui-même doit également être présenté de manière accessible.

- Votre contenu doit être accessible dans **différents formats**, afin de répondre à tous les besoins (par exemple, possibilité d'une **police plus grande**, fournir des **photos et des symboles** pour les personnes qui ne parlent pas la langue et les personnes ayant des difficultés d'apprentissage). Différents formats doivent être disponibles pour différents appareils (téléphone, tablette, pc) et vous devez également proposer des informations spécifiques, comme votre déclaration d'accès, dans des **fichiers téléchargeables**.
- Votre contenu doit être **organisé et formaté** de manière à pouvoir être **correctement traduit par les lecteurs d'écran, comme VoiceOver, JAWS et Chromevox**.
- Offrez à vos visiteurs la possibilité de **régler l'affichage, la police et la taille de la police** du site Web en fonction de leurs besoins.
- Il est crucial de **tester manuellement** l'accessibilité de votre site Web pour garantir sa facilité d'utilisation par les personnes handicapées. Pour un processus de test approfondi et complet, il est recommandé d'effectuer **trois cycles de test différents**: l'un à l'aide d'un lecteur d'écran (pas de vue), l'autre sans haut-parleurs ni microphones (pas de son) et le dernier sans la souris.

Bons exemples de sites web accessibles

1. <https://www.curveonline.co.uk/access/>



BOX OFFICE — 0116 242 3595 — TICKETS@CURVETHEATRE.CO.UK

DONATE MEMBERSHIP ACCOUNT LOGIN

CURVE WHAT'S ON PLAN YOUR VISIT EAT, DRINK & SHOP LEARN & PARTICIPATE VENUE HIRE SUPPORT US ABOUT US

Home / Access

PLAN YOUR VISIT

Booking Information & Opening Times

Reopening FAQs

COVID-19: Shows Affected By The Temporary Closure Of Curve

Access

Getting Here

Explore Our Venue

Hotels & Local Area

Group Booking

FAQs

Public Dress Rehearsals

We warmly welcome all customers to Curve and offer a range of access performances and services to ensure you have an enjoyable time with us. On this page you will find further information about our theatre, Access Register, upcoming access performances and more.

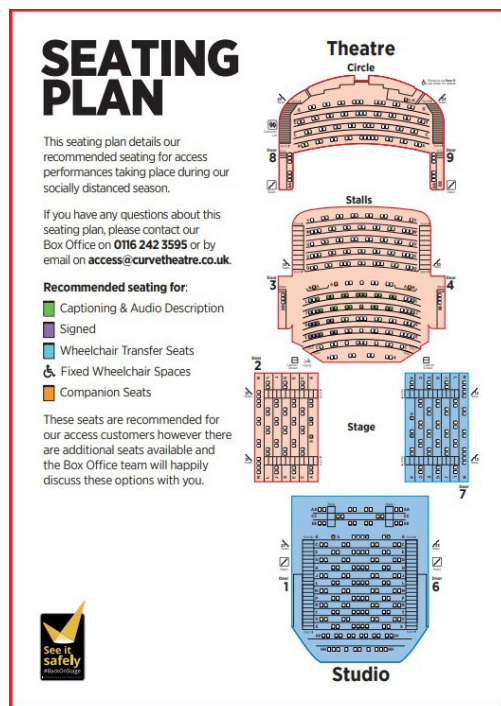
If you would like to read this page in an alternative font, colour, format or language, or have it read aloud by a screen reader, please launch the **Recite Me** assistive toolbar by clicking the pink 'Audio Visual Help' button in the bottom right corner of your screen.

We hope you find all the information you are looking for on this page, but if you have a specific question about your visit that isn't covered here, please e-mail us on access@curvetheatre.co.uk. The inbox is monitored Monday – Friday, 10am – 5pm.

Activar Windows
Ve a configuración para activar Windows.

Curve Theatre uses cookies, for example, to improve and analyse the website, for social media and showing you content hosted on third party sites such as Youtube. If you want to know more about these cookies, go to our cookie policy. By agreement you give Curve Theatre permission for the use of cookies on our website.





Un exemple de site Web accessible est celui du Curve, un théâtre à Leicester, au Royaume-Uni.

Les informations sur l'accessibilité sont clairement indiquées sur la page d'accueil et fournissent des détails sur les différentes exigences d'accès (accès en fauteuil roulant, toilettes et parking accessibles, chiens d'assistance, etc.)

Un plan détaillé du site est présenté et indique les **places recommandées pour les personnes avec différents handicaps.**

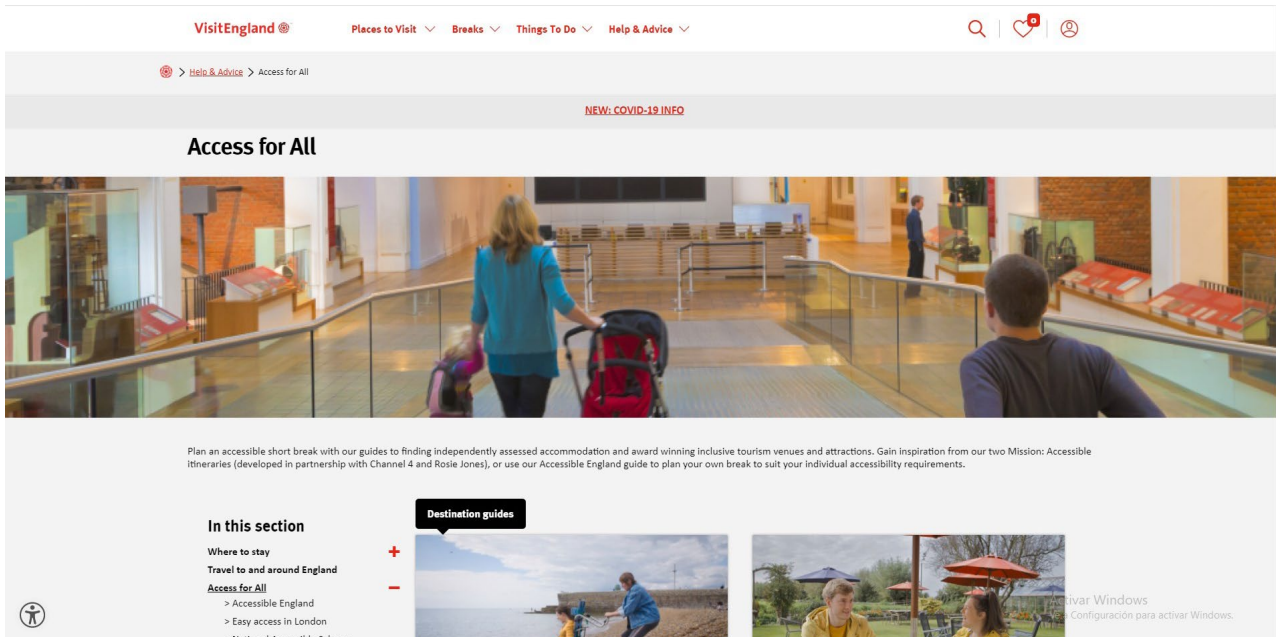
Le Curve Theatre dispose également d'une adresse électronique de **service à la clientèle spécialement dédiée aux questions d'accessibilité.**

En outre, le site Web dispose **d'une barre d'outils d'accessibilité „Recite Me”**, qui offre aux visiteurs la possibilité de **lire le texte à haute voix, d'ajuster la taille et la police du texte, de changer les couleurs du site Web et comprend également des outils de traduction.** Toutes ces fonctionnalités tiennent compte des **différents types de handicaps (cognitifs, visuels, etc.)** et donnent aux utilisateurs la possibilité de **personnaliser entièrement le site web en fonction de leurs besoins.**



2. <https://www.visitscotland.org/supporting-your-business/marketing-toolkits/accessible-inclusive-tourism>

En tant qu'autorité nationale du tourisme en Angleterre, **Visit England** accorde une grande importance au tourisme accessible, comme en témoigne son site Web. **Le site propose un large éventail d'options de transport et d'hébergement et d'activités pour les visiteurs ayant des besoins d'accès spéciaux. Les itinéraires proposés comprennent des images de visiteurs handicapés, ce qui encourage les clients potentiels à réserver.** La **liste détaillée des ressources et des liens utiles** aidera les visiteurs ayant des besoins d'accès à planifier leurs voyages.



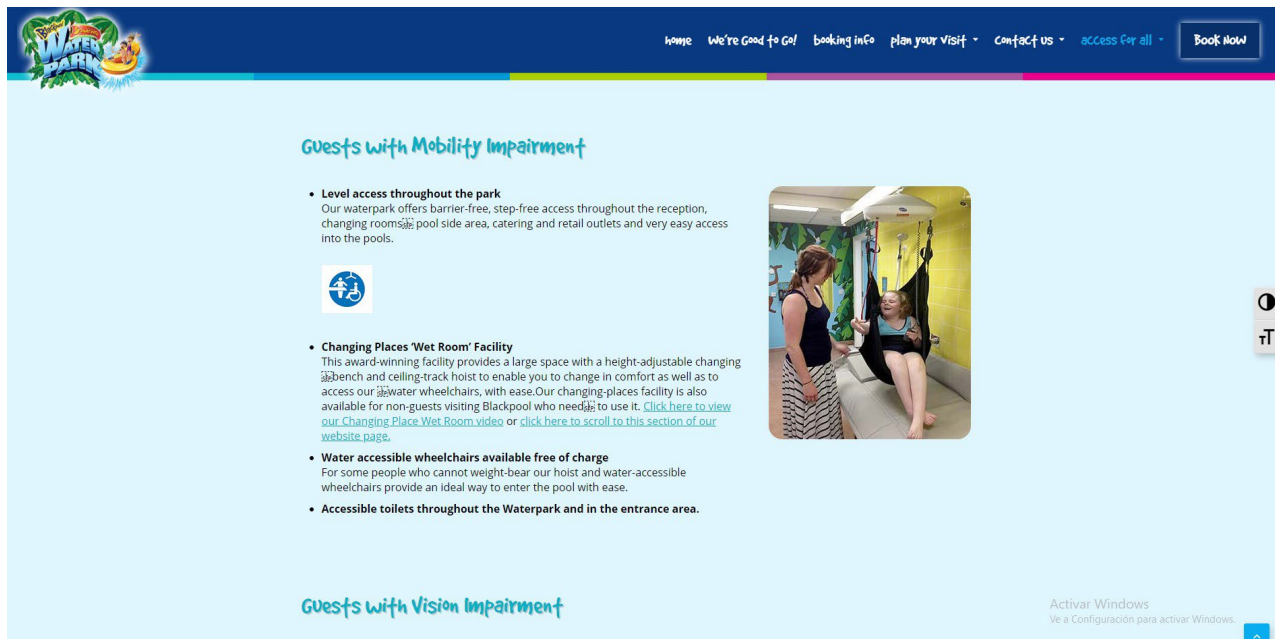
Visit England dispose également d'**une barre d'outils d'assistance** permettant de **personnaliser le site Web en fonction des besoins des visiteurs**. Elle offre la possibilité de **naviguer au clavier** et les utilisateurs peuvent **ajuster la police et la taille**, ainsi que **le contraste et les couleurs du contenu**.



3. <https://www.sandcastle-waterpark.co.uk/access-for-all/>

Le site web de Sandcastle Waterpark fournit de nombreuses informations sur l'accessibilité, organisées par différents handicaps (mobilité réduite, déficiences visuelles et auditives, autisme) et de nombreuses photos des installations.

La déclaration d'accessibilité est disponible dans différents formats et peut être téléchargée (audio, PDF). Dans la capture d'écran, vous pouvez voir comment ils incluent une description du lien, afin que les visiteurs utilisant des lecteurs d'écran puissent savoir à quoi s'attendre en cliquant sur le lien.



The screenshot shows a website page for a waterpark with a blue header. The main content area is light blue and features the heading "Guests with Mobility Impairment". Below the heading is a list of accessibility features:

- Level access throughout the park**
Our waterpark offers barrier-free, step-free access throughout the reception, changing rooms, pool side area, catering and retail outlets and very easy access into the pools.
- Changing Places 'Wet Room' Facility**
This award-winning facility provides a large space with a height-adjustable changing bench and ceiling-track hoist to enable you to change in comfort as well as to access our water wheelchairs, with ease. Our changing-places facility is also available for non-guests visiting Blackpool who need it to use it. [Click here to view our Changing Place Wet Room video](#) or [click here to scroll to this section of our website page](#).
- Water accessible wheelchairs available free of charge**
For some people who cannot weight-bear our hoist and water-accessible wheelchairs provide an ideal way to enter the pool with ease.
- Accessible toilets throughout the Waterpark and in the entrance area.**

To the right of the text is a photograph of a woman sitting in a specialized hoist chair in a changing room, being assisted by a staff member. Below the list is the heading "Guests with Vision Impairment". At the bottom right of the page, there is a small Windows logo and the text "Activar Windows. Ve a Configuración para activar Windows."

Feedback

"Went to the accessible swim session and cannot fault anything. The staff were fantastic both on reception/mall and in the pools. For that amount of staff to fully understand the needs of different abilities show consistent and up to date training. I cannot recommend you enough."

Jane

July 2017

"Thanks to all the Staff last night at the accessible evening. We took Sam (7) and his siblings (8) and (3) and we all had a fantastic time. From the staff member who welcomed us in and showed us where to go, to the floats, balls and equipment provided and the staff who took time to talk and play with the children. Everyone was very friendly and we will definitely be booking again. Job well done!"

Alison

July 2017

La page Web sur l'accessibilité présente également **des commentaires positifs de visiteurs précédents**, ce qui est un **excellent moyen d'accroître la confiance et d'encourager les visiteurs potentiels à venir**.

Les utilisateurs ont la possibilité de **consulter et de télécharger le dépliant général et les menus des restaurants en gros caractères**.

Les futurs visiteurs peuvent **utiliser la fonction de visite virtuelle ou regarder la vidéo sur l'accessibilité** (dans laquelle toutes les installations accessibles sont présentées) pour se familiariser avec le parc.

3.3. Médias sociaux - Contenu

Non seulement votre site web doit être accessible, mais votre stratégie de médias sociaux doit également tenir compte de l'accessibilité.

Les médias sociaux constituent un outil formidable pour interagir et engager votre public et créer une communauté. En répondant aux demandes d'informations et autres

commentaires, vous créez un **sentiment de confiance** et vous **renforcerez la fidélité de votre public**.

Un marketing des médias sociaux **inclusif** dans son contenu est indispensable pour maximiser votre portée et votre engagement auprès de votre public.

Le paragraphe suivant vous fournira des moyens d'accroître l'accessibilité de vos posts sur les médias sociaux.

3.3.1. Texte accessible

- Utilisez un **langage simple** et faites des **phrases courtes** pour augmenter la lisibilité et la rétention.
- Lorsque vous utilisez des acronymes et des abréviations, épelez-les d'abord (avec l'abréviation entre parenthèses).
- **Limitez l'utilisation d'emojis et de GIFs**, car ces fonctionnalités peuvent être difficiles à comprendre pour les gens et pourraient confondre les personnes utilisant des lecteurs d'écran.
- **Évitez d'utiliser des caractères ou des polices spéciales**, et assurez-vous que la taille de votre police est adéquate pour augmenter la lisibilité.
- Tenez compte de la façon dont les technologies d'assistance comme VoiceOver liront votre post, car des éléments comme les hashtags et **les mentions @ peuvent perturber votre copie**.
- Lorsque vous utilisez des couleurs, veillez à ce que le contraste des **couleurs du texte par rapport au fond soit élevé**.



- Pour être conforme aux normes **AA des directives d'accessibilité aux contenus Web (WCAG)**, vous devez utiliser un **rapport de contraste d'au moins 4:5:1**. Un **rapport de contraste d'au moins 7:1** serait encore mieux, une exigence pour la conformité aux **normes de niveau AAA**.
- <https://webaim.org/resources/contrastchecker/> est un outil utile pour vérifier votre contraste et voir s'il est conforme aux normes WCAG.



3.3.2. Images accessibles

- Incluez des **légendes descriptives et des textes alternatifs** (également appelé „alt text”) avec vos photos, car les lecteurs d'écran et les outils d'assistance les utilisent pour expliquer l'image aux utilisateurs aveugles ou malvoyants. La description doit transmettre brièvement le contenu de l'image, et si la photo comprend du texte ou une couleur qui est centrale pour la comprendre, cela doit également être mentionné.
- N'oubliez pas d'utiliser un **contraste de couleur élevé** et profitez d'outils utiles comme **Color Oracle**, qui simule le daltonisme, pour vérifier si votre image est accessible à tous.
- En plus de la couleur, **des étiquettes ou des symboles clarifiants** peuvent aider à transmettre le sens des graphiques, des tableaux et des diagrammes.
- Évitez de placer du texte sur les images.

** Conseil utile **

Comment ajouter un texte alternatif dans votre post instagram?

1. Après avoir téléchargé votre image, appuyez sur les paramètres avancés en bas de l'écran.
2. Appuyez sur „Écrire un texte alternatif”
3. Ajoutez votre texte alt dans la case et enregistrez!

3.3.3. Vidéos accessibles

- **Les sous-titres** sont nécessaires pour rendre vos vidéos accessibles aux spectateurs malentendants, mais ils sont également utiles pour les utilisateurs dans des environnements non sonorisés et ceux qui regardent dans une langue non maternelle. De nombreux canaux de médias sociaux proposent des sous-titres générés automatiquement (dont il faut toujours vérifier l'exactitude), ainsi que la possibilité de les écrire soi-même.
- **Des transcriptions écrites** de vos vidéos qui décrivent le son et le visuel de la vidéo sont nécessaires pour expliquer le contenu aux personnes aveugles et sourdes.

Bon exemple de vidéo accessible

<https://www.youtube.com/watch?v=rjXwje--5lg&feature=youtu.be>



Le conseil du tourisme accessible de Catalogne a créé des vidéos qui sont des cas exemplaires de matériel de marketing accessible. Ces vidéos comprennent des **sous-titres clairs et faciles à lire**, ainsi qu'un **traducteur en langue des signes, et montrent des personnes ayant des besoins d'accès spéciaux profitant de diverses activités en Catalogne**.

3.4. Médias sociaux - Réseaux

Parcourir les photos de vacances de ses amis sur Facebook et Instagram est plus qu'un simple divertissement - cela inspire souvent d'autres personnes à faire un futur voyage. En 2018, environ un tiers des voyageurs américains ont consulté des plateformes de médias sociaux lorsqu'ils ont envisagé un voyage.



Les différentes plateformes de médias sociaux influencent les utilisateurs de manières distinctes. Par exemple, les photos sur Facebook des amis affectent plus de 50 % des plans de voyage des utilisateurs. Le fait qu'un lieu soit „Instagrammable” a également son importance. 40 % des Millennials britanniques considèrent dans quelle mesure un lieu est digne d'être photographié lorsqu'ils décident où aller.

Sur Pinterest, des milliers de tableaux contiennent les mots „inspiration de voyage”. Beaucoup de ces tableaux ne sont pas spécifiques à une destination ; ils présentent plutôt la possibilité d'un voyage. Cela entraîne souvent des recherches plus approfondies et, finalement, une réservation.

C'est sur les médias sociaux que de nombreux voyageurs entendent de nouvelles marques et destinations pour la première fois. Ils ne sont peut-être pas à la recherche d'informations spécifiques, mais ils sont exposés à ce contenu sur leur flux. Les visiteurs d'un lieu accessible peuvent être des „influenceurs” importants, en mettant en évidence les caractéristiques qui aident les touristes ayant des besoins d'accès.

Les réseaux de médias sociaux et les blogs de personnes handicapées peuvent être un excellent moyen pour les voyageurs ayant des besoins d'accès spéciaux d'obtenir des informations fiables et utiles concernant leurs voyages. Les prestataires touristiques désireux de promouvoir leurs services accessibles peuvent s'adresser à certains blogueurs et leur demander de publier des articles sur leurs installations.

3.4.1. Blogs

1. **Martin Sibley**: vivant avec une amyotrophie spinale, Martin Sibley parcourt le monde et écrit sur ses voyages et sur les destinations touristiques accessibles aux personnes en fauteuil roulant. <http://martynsibley.com/about-me/>
2. **Curb free with Cory Lee**: Offre des informations sur les destinations de vacances accessibles aux personnes en fauteuil roulant, les choses à faire, les lieux de restauration et d'hébergement, etc. <https://curbfreewithcorylee.com/>
3. **Anything is possible travel blog**: Glenda Watson Hyatt, atteinte de paralysie cérébrale, raconte ses voyages. <https://anythingispossibletravel.com/>
4. **The Bimblers**: ce blog est l'un des principaux blogs britanniques sur le handicap et la vie avec des maladies chroniques. Il propose des commentaires sur l'accessibilité et les expériences de voyage, ainsi que des conseils aux personnes handicapées. <https://www.thebimblers.com/>
5. **Rexy Adventures**: Ed, diagnostiqué sourd à l'âge de 5 ans, décrit ses expériences de voyage en toute indépendance et écrit des critiques sur les destinations. <https://rexyadventures.com/>

6. **Simply Emma** donne à ses lecteurs des conseils sur les voyages accessibles et partage des histoires personnelles avec des guides de voyages accessibles, des critiques de logements, des critiques d'événements live, des conseils de voyage et des ressources. Elle possède également une chaîne YouTube où elle partage des vlogs de voyage. <https://www.simplyemma.co.uk/>
7. **The Chronic Traveller**: Jenny Wren écrit sur le voyage avec des maladies chroniques, des handicaps et des maladies invisibles et partage des expériences honnêtes sur le voyage avec la MII, en particulier. Le blog a été créé pour faire connaître les maladies chroniques et encourager les autres. <https://thechronictraveller.com/>

3.4.2. Youtube

1. **Wheels no Heels**: Gemma Hubbard partage ses expériences en tant qu'utilisatrice de fauteuil roulant et, bien que son canal ne soit pas entièrement axée sur les voyages, elle comporte quelques vlogs sur les voyages accessibles (par exemple, l'accessibilité des parcs Disney). <https://www.youtube.com/channel/UCNP1tYcve1MtivJtDjHsO-g>

3.4.3. Facebook Groups

1. **Accessible Travel Club** <https://www.facebook.com/groups/AccessibleTravelClub>
2. **Accessible Tourism** <https://www.facebook.com/groups/accessibletourism>

3.5. 3.5. Courriels

Des modifications simples peuvent être apportées à vos courriels pour éliminer les obstacles d'accès pour vos clients handicapés. Ces pratiques permettront non seulement d'accroître l'accessibilité pour les utilisateurs handicapés, mais aussi d'améliorer la convivialité en général pour tous les utilisateurs, car elles vous aideront à créer un contenu plus logique et plus lisible.

- Assurez-vous que votre e-mail s'**affiche dans l'ordre prévu**, quel que soit l'appareil utilisé. Présenter votre email dans un ordre logique et correct, permet aux personnes utilisant des lecteurs d'écran de recevoir et de comprendre le contenu.
- Augmentez l'engagement en utilisant un **objet bref mais descriptif et significatif** pour vos e-mails. C'est la première chose que vos abonnés verront (ou entendront, s'ils utilisent un lecteur d'écran) et qui détermine en grande partie s'ils ouvriront ou non votre email.
- Tenez compte du **contraste des couleurs et de la taille de la police**.
- Fournissez un **texte alternatif** lorsque votre email contient des images.
- Lorsque vous incluez des **liens** dans votre e-mail, assurez-vous que le texte de votre lien informe vos abonnés de ce qui apparaîtra lorsqu'ils cliqueront dessus. Abstenez-



vous d'utiliser un texte de lien générique et vague comme „ Cliquez ici „. Choisissez plutôt quelque chose comme „ **Cliquez ici pour découvrir nos produits** „. Cela est plus **significatif** et permet aux abonnés de savoir à quoi s'attendre.

- L'utilisation d'**éléments d'en-tête HTML (comme <h1> et <h2>)** dans votre code peut également être utile aux personnes utilisant des lecteurs d'écran afin de déterminer les parties les plus importantes de votre contenu, de comprendre comment les différents éléments d'information sont liés les uns aux autres et de trou

3.6. Événements en direct

3.6.1. Salons professionnels du tourisme

La participation à des salons professionnels est un excellent moyen de promouvoir votre entreprise auprès de futurs clients potentiels. Il existe un large éventail de salons internationaux, comme l'ITB Berlin ou FITUR à Madrid. Pour les petites entreprises, nous recommandons de s'intéresser aux salons nationaux, par exemple Hungexpo en Hongrie ou Tourest pour les pays nordiques.

Participez également à d'autres événements, ou lancez votre propre initiative. Par exemple, mettez en valeur vos dispositions de l'accès en organisant une journée portes ouvertes pour les personnes handicapées, afin qu'elles puissent explorer et essayer vos installations.

Voici une liste utile de salons, organisations et événements auxquels vous pourriez envisager de participer.

Salons professionnels généraux du tourisme (non spécialisés dans le tourisme accessible)

International fairs:

- **ITB Berlin** - <https://itb.com/>
- **FITUR: International Tourism Trade Fair in Madrid** - <https://ifema.es/en/fitur/>

Local fairs:

- Hungary: **Hungexpo** - <https://utazas.hungexpo.hu/en>
- Nordic countries: **Tourest** - <https://tourest.eu/eng/>

Specialized in accessible tourism:

- **International Congress on Accessibility at Smart Tourism Destinations**
<https://congreso.tur4all.com/en/>

3.6.2. Les réseaux pour le tourisme accessible

Rejoindre des réseaux spécialisés dans le tourisme accessible peut présenter de nombreux avantages pour votre organisation, car cela peut **faire connaître votre entreprise** et ses activités, mais aussi vous donne la possibilité d'obtenir des **conseils et des formations spécialisés de la part d'experts dans ce domaine. Le réseau européen du tourisme accessible (ENAT)** est une excellente ressource pour la mise en réseau et la création de partenariats avec des organisations du monde entier partageant les mêmes idées.

En rejoignant l'ENAT, vous pourrez participer à des **groupes de travail, des ateliers et des conférences**, ce qui peut vous aider à positionner votre entreprise comme un pionnier du secteur du tourisme accessible.

Les réseaux nationaux, comme **Red Estable pour les organisations espagnoles**, peuvent également être utiles pour renforcer la visibilité de votre organisation au **niveau national**.

3.6.3. Journées portes ouvertes

S'engager auprès de groupes et de clubs communautaires locaux et les inviter à une journée portes ouvertes peut être un autre excellent moyen de démontrer votre accessibilité aux clients potentiels. Cela leur donne l'occasion d'explorer et de se promener dans votre établissement et de se familiariser avec lui, ce qui augmente les chances qu'ils reviennent vous visiter à l'avenir. En outre, cela peut être utile pour recueillir des commentaires sur vos points forts et vous permettre de découvrir ce qui peut être amélioré.

Invitez vos visiteurs à partager **leurs opinions et leurs réflexions** sur votre contenu, et **adoptez et apprenez de leurs commentaires**. Leurs points de vue seront d'une valeur inestimable pour votre stratégie de marketing lorsque vous tenterez d'améliorer votre accessibilité



4. Citations intéressantes

“Les personnes handicapées s’appuient encore plus sur les sites web, les blogs et les médias sociaux, lorsqu’elles recherchent des informations supplémentaires concernant les conditions d’accès à leur voyage.”

“Mais aussi, le marché du tourisme accessible comprend les personnes âgées présentant des limitations liées à l’âge telles que la mobilité réduite, la capacité à recevoir et à traiter l’information, la désorientation spatiale et temporelle, la difficulté à parler, lire, écrire ou comprendre les mots, etc. Néanmoins, il faut également prendre en compte les enfants, les femmes enceintes, les personnes souffrant d’allergies, d’asthme et/ou d’intolérances alimentaires, les personnes blessées, les aidants de personnes handicapées, les personnes avec des poussettes et des landaus ou avec des bagages, les résidents locaux, les étrangers, etc.”

“Une photographie qui représente une diversité de visiteurs fait beaucoup pour augmenter la confiance à visiter. Mettez en avant les témoignages de visiteurs précédents. Les informations de „bouche à oreille” sont particulièrement appréciées par les voyageurs handicapés. Les témoignages peuvent être utilisés dans d’autres canaux de marketing et sur vos médias sociaux également. Incluez les personnes handicapées dans votre marketing général et votre imagerie.”

Extrait de:

www.easpd.eu

<https://rb.gy/gvimnd>

Vous voulez en savoir plus sur les bonnes pratiques, l’impact économique et les habitudes de voyage du tourisme accessible en Europe?

Cliquez ici pour télécharger la brochure - <https://bit.ly/3sRqOV4>

5. Références

- https://advertiseonbing-blob.azureedge.net/blob/bingads/media/library/insight/moder-marketing-is-accessible-marketing/accessibility-marketing_gbl.pdf
- <https://blog.hootsuite.com/inclusive-design-social-media/>
- <https://campaignmonitor.com/resources/guides/accessibility/#link>
- <https://dbswebsite.com/web-accessibility/best-practices/social-media-accessibility/>
<https://deque.com/blog/experts-deques-approach-web-accessibility/>
<https://disabledaccessday.com/news/how-do-you-market-your-accessibility>
- https://easpd.eu/sites/default/files/sites/default/files/guidelines_for_the_implementation_of_a_customizeied_accessible_tourism_program.with_disclaimer.pdf
- <https://emailonacid.com/blog/article/email-development/email-accessibility-in-2017/>
- https://europewithoutbarriers.eu/download/21_Dimitrios-Buhalis.pdf
- <https://forbes.com/sites/forbestechcouncil/2020/12/07/how-to-put-accessibility-at-the-forefront-of-marketing/?sh=22bb66567831>
- <https://mailchimp.com/help/accessibility-in-email-marketing/>
- <https://pantou.org/access-statement>
- <https://practicalecommerce.com/Accessibility-and-Social-Media>
- <https://siteimprove.com/en/blog/how-to-be-more-accessible-on-social-media/>
- https://visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/winning_more_visitors.pdf





ACCESS IT

ACCESS-IT

Innovation for Accessible Tourism
in Natural and Rural Areas

www.accessitpro.eu