



ACCESS IT

ACCESS-IT

Innovation pour le Tourisme Accessible
dans les zones naturelles et rurales

Convention de subvention: 2019-1-PL01-KA202-065140

Scénarios pour les sessions pratiques

Boîte des outils des formateurs

GL4



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

Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne.
Cette communication n'engage que ses auteurs et la Commission
ne peut pas être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait
être faite des informations qu'elle contient.

ACTIVITÉ 1

Analyser les sites Web

Type d'activité	Activité de groupe, guidée par le tuteur. À certains moments, le groupe peut être divisé en petites unités ad hoc pour analyser des aspects spécifiques.
Vue d'ensemble et objectifs d'apprentissage	<p>Les sites web sont l'un des principaux moyens de communication avec les clients potentiels. Leur conception adéquate, respectant au moins les recommandations WCAG 2.x, est essentielle pour être détectés et compris par ce groupe cible. Cette activité vise à fournir une expérience directe des différences entre un site Web WCAG et non WCAG. En ayant cette expérience directe, les participants comprendront mieux pourquoi une telle adaptation est très importante et nécessaire.</p> <p>Activité : Le tuteur sélectionne deux sites Web de services touristiques, de destinations, etc. L'un d'eux est conforme aux WCAG, l'autre non. Ensuite, ces deux sites sont comparés côte à côte selon les critères énoncés dans les lignes directrices 4 et/ou directement la norme WCAG 2.x</p> <p>Objectifs pédagogiques : comprendre dans la pratique les différences entre une conception web conforme et non conforme aux WCAG. Obtenir une expérience pratique des différents critères et de leur aspect lorsqu'ils sont mis en œuvre dans la réalité. Réduire la crainte d'exigences „trop compliquées”.</p>
Durée / calendrier	1 heure (60 minutes)
Nombre de participants	15 - 20 personnes (en personne) 20 personnes ou plus (online)
Entraîneur, Matériaux et environnement	Connexion Internet, ordinateur portable ou PC, projecteur. Si cet équipement n'est pas disponible, il est possible d'utiliser des impressions de deux sites web alternatifs (ou également en parallèle avec la projection en ligne).
Procédure de mise en œuvre (instructions / notes des formateurs)	<p>I. Instruction : Expliquez aux participants l'objectif de l'activité. Préparez l'activité en sélectionnant deux sites Web alternatifs à analyser.</p> <p>II. Processus de mise en œuvre : en général, analyse suivant les critères de la LD4 dans l'ensemble du groupe. Pour l'analyse plus approfondie d'aspects ou de critères spécifiques, le groupe peut être divisé en sous-groupes, chacun d'entre eux n'examinant qu'un seul des critères et faisant ensuite rapport en plénière..</p> <p>III. Débriefing et réflexion : Résumez les principales expériences du groupe en comparant les sites. Proposez des suggestions de lectures complémentaires.</p>
Conseils et recommandations pour les formateurs	Use websites of the same business sector as the learning group (i.e. if you train accommodation providers, use sites of accommodation; if destination officials, websites of destinations of similar size; etc.)
Variations / possibilité d'adaptation	L'objectif principal est de comprendre pourquoi il est important de respecter les normes d'accessibilité dans le matériel promotionnel. Au lieu de sites web, des documents imprimés (dépliants) ou des vidéos pourraient être analysés si cela correspond à l'objectif de la formation globale.
Documents et autres ressources	Impressions (si elles ne sont pas entièrement en ligne) ; liste de contrôle des critères de GL4.

NOTE GÉNÉRALE sur les activités suivantes :

La réalisation complète de l'activité (créer des posts, rechercher des contacts, préparer la communication) ET leur discussion dans le groupe est probablement trop longue. En fonction du type de cours et des participants, il est possible de les réduire de deux manières :

- Préparez les postes, la liste de contacts, etc. comme devoir à la maison. Puis présentez et discutez des différents résultats dans le groupe F2F.
- Approche inverse : les préparer lors de la session F2F en petits groupes, puis les présenter et en discuter en ligne à un moment ultérieur.

Pour tirer le meilleur parti de la dynamique F2F par rapport au travail à domicile (isolé ou à distance), la première option est probablement la meilleure.

ACTIVITÉ 2

Créez un message sur les médias sociaux

Type d'activité	<p>Créez un post dans les médias sociaux (FB, Insta, etc.) qui informe d'un service ou d'un événement destiné aux visiteurs ayant un quelconque besoin spécial.</p> <p>Chaque participant travaille de son côté. Alternativement, de petits groupes peuvent être créés pour élaborer conjointement le post (en fonction de l'expérience SM des participants)</p>
Vue d'ensemble et objectifs d'apprentissage	<p>Mettez en œuvre l'expérience de l'activité précédente à travers votre propre action.</p> <p>Tous les services touristiques utilisent aujourd'hui les médias sociaux, c'est donc le format le plus simple et le plus pratique pour s'entraîner à l'application des critères.</p>
Durée / calendrier	40 minutes
Nombre de participants	15 - 20 personnes (en personne) 20 personnes ou plus (online)
Entraîneur, Matériaux et environnement	Connexion en ligne. Appareils permettant de générer du contenu de médias sociaux (mobiles, tablettes, ordinateurs portables, etc.).
Procédure de mise en œuvre (instructions / notes des formateurs)	<p>I. Instruction : Expliquez l'objectif - Les participants doivent mettre en pratique ce qu'ils ont vécu et appris en analysant des sites tiers. Demandez aux participants s'ils se sentent dépassés pour faire cela individuellement, et si oui, faites-le en petits groupes de travail.</p> <p>II. Processus de mise en œuvre : Lancez la tâche. Les participants ont 25 minutes pour générer le post SM. Ils disposent ensuite de 15 minutes pour publier et montrer leur publication ou leur post à l'ensemble du groupe. Ces temps peuvent être modifiés (c'est-à-dire moins de temps pour la génération, plus de temps pour la présentation et la discussion) en fonction du niveau de connaissance.</p> <p>III. Débriefing et réflexion : Publication et discussion des résultats. Cela peut être fait au même moment, ou comme un „devoir“.</p>
Conseils et recommandations pour les formateurs	Important : le formateur doit avoir une connaissance suffisante de la génération de contenu de médias sociaux sur tous les appareils pour pouvoir aider les participants !
Variations / possibilité d'adaptation	<p>Se concentrer sur des médias sociaux spécifiques (par exemple, uniquement FB, Insta, etc.)</p> <p>Élaboration en petits groupes, plutôt qu'individuellement - cela limite le nombre de résultats à évaluer et donne plus de temps pour les discuter tous.</p> <p>Les messages sur les médias sociaux sont générés en tant que devoirs, et ne sont ensuite consultés et discutés qu'en présence d'une session F2F.</p>
Documents et autres ressources	Voir „Matériaux et environnement“.

ACTIVITÉ 3

Trouvez des communautés et des événements liés au tourisme accessible.

Type d'activité	Rechercher des communautés ou des événements pour les personnes ayant des besoins d'accessibilité (génériques ou spécifiques) à une distance raisonnable de leur propre service pour essayer de les attirer comme visiteurs. L'activité peut être organisée pour un travail individuel ou en petits groupes.
Vue d'ensemble et objectifs d'apprentissage	Utilisation des moteurs de recherche et d'autres ressources ; définir et enregistrer les canaux de communication et de promotion qui peuvent être utilisés pour une offre spécifique ; établir une combinaison raisonnable de canaux de communication et la justifier .
Durée / calendrier	40 minutes
Nombre de participants	15 - 20 personnes (en personne) 20 personnes ou plus (online)
Entraîneur, Matériaux et environnement	Connexion Internet, accès aux moteurs de recherche, équipement pour enregistrer / noter / écrire les résultats.
Procédure de mise en œuvre (instructions / notes des formateurs)	<p>I. Instruction : expliquez l'objectif comme précédemment. Définissez s'il s'agit d'une tâche individuelle ou en petits groupes.</p> <p>II. Implementation process: Initiate the task. Participants have 25 minutes to generate the contact list. Then use 15 minutes to present and explain results to the whole group. These times can be modified (i.e. less time for generation, more time for presentation and discussion – especially when the action is done individually).</p> <p>III. Débriefing et réflexion : Exposition publique des résultats et discussion. En cas de manque de temps, cela peut être fait comme un travail à domicile.</p>
Conseils et recommandations pour les formateurs	Il est pratique que le formateur dispose déjà d'une liste minimale de communautés, d'événements, etc. afin de comparer les résultats du groupe à l'éventail optimal de contacts. Veillez à inclure non seulement les réseaux et structures „traditionnels”, mais aussi les réseaux virtuels (chaînes YouTube, groupes FB, etc.).
Variations / possibilité d'adaptation	La recherche est effectuée en tant que devoir, et chaque participant doit également préparer une liste raisonnée. Ensuite, ces différents résultats / listes sont présentés et discutés lors de la session F2F.
Documents et autres ressources	Dispositifs permettant la recherche et le stockage des résultats.

ACTIVITÉ 4

Préparer le premier contact

Type d'activité	Préparez le premier contact avec les entités ou les personnes qui ont été détectées lors de l'activité précédente. Il peut s'agir d'un courriel, d'un appel téléphonique ou vidéo, d'une lettre, d'un message ciblé sur les médias sociaux, etc.
Vue d'ensemble et objectifs d'apprentissage	Concluez le processus depuis la compréhension des exigences en matière de communication accessible, la conception du matériel, les listes de contacts marketing ciblés et l'action de communication finale.
Durée / calendrier	40 minutes
Nombre de participants	15 - 20 personnes (en personne) 20 personnes ou plus (online)
Entraîneur, Matériaux et environnement	Équipement permettant de préparer le message de premier contact - qu'il s'agisse d'une vidéo, d'un texte, d'une lettre (DOCX), etc. La possibilité d'impression est recommandée.
Procédure de mise en œuvre (instructions / notes des formateurs)	I Instruction : expliquer l'objectif - appliquer toutes les aptitudes et compétences acquises dans les activités précédentes en une action finale. II Processus de mise en œuvre : comme précédemment - lancement, temps d'élaboration, présentation et discussion. III. Debriefing & réflexion: as previous
Conseils et recommandations pour les formateurs	Veillez à ce que le format de communication choisi par les participants soit adapté aux besoins de leur cible. Évaluez les approches originales.
Variations / possibilité d'adaptation	Le document de contact est fait comme un devoir, et chaque participant doit également préparer une explication de la raison pour laquelle il l'a fait d'une certaine manière. Ensuite, ces différentes approches sont présentées et discutées lors de la session F2F.
Documents et autres ressources	Impressions du document "contact"

Le contenu des activités doit être basé sur le guide pratique.

V. Ressources supplémentaires

(Références et lien vers d'autres REL liés au tourisme accessible, par exemple comme nous l'avons collecté pour IO1)

Nous suggérons de garder les trois premières sections du programme plutôt courtes et de se concentrer davantage sur les activités d'apprentissage.