

Travail de Bachelor

Analyse du développement du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers



Réalisé par
Sandrine Rossier

Professeur responsable
Margot-Cattin, Pierre

Déposé le 15 décembre 2014, à Sierre

HES-SO Valais

Domaine Économie & Services, filière Tourisme

www.hevs.ch

Résumé

Cette étude vise à offrir une image actuelle du développement du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers. Cette activité touristique permet aux destinations de proposer leur offre à un public très large. S'adressant tout d'abord à une clientèle en situation de handicap, le tourisme pour tous peut également bénéficier à toute personne ayant des besoins particuliers en termes d'accessibilité. Son implantation dans une région touristique exige de franchir un certain nombre de barrières. Quelles sont celles présentes dans le Val d'Anniviers ? La région dispose-elle de ressources intéressantes lui permettant de franchir ces obstacles ? Des questionnaires, des communications personnelles et une analyse qualitative du matériel promotionnel régional auront permis de répondre à ces questions.

Au terme de ce travail, il a été démontré que plusieurs barrières en matière d'offre et de communication empêchent un bon développement du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers. Malgré le manque d'initiatives de la plupart des prestataires locaux, certaines sociétés proposent une accessibilité intéressante et témoignent d'un réel intérêt pour cette clientèle en situation de handicap. Les sociétés ne proposent cependant pas une communication adéquate mettant en valeur leurs produits.

Afin d'offrir un paysage d'Anniviers aussi large que possible les lieux d'hébergements, les restaurants et les remontées mécaniques ont été interrogées. La communication est quant à elle liée à la société Sierre Anniviers marketing.

Mots-clés : Val d'Anniviers, Anniviers Tourisme, tourisme pour tous, handicap

Avant-propos et remerciements

Au cours de cette année, j'ai effectué mon stage au sein de la société d'Anniviers Tourisme. Dès mon arrivée dans cette société, j'ai été séduite par cette destination ouverte et novatrice où tous les offices du tourisme proposaient d'accueillir les touristes au sein d'une seule et même destination ; la région du Val d'Anniviers.

Désireuse d'apporter ma pierre au développement touristique régional, je choisis de réaliser mon travail de Bachelor pour cette société. Le directeur d'Anniviers tourisme, Monsieur Simon Wiget me parla très vite de son rêve de faire de la destination d'Anniviers une région accessible aux personnes en situation de handicap. Cette idée me plut et j'acceptais donc ce travail.

Remarquant très rapidement que les informations sur l'offre accessible locale, je choisis mon travail vers les prestataires touristiques afin de pouvoir analyser les barrières au tourisme pour tous actuel et dressé une liste de l'offre existante.

Au cours de mon travail, j'ai été confrontée à plusieurs difficultés. Durant ma formation, je n'ai reçu aucun cours sur le tourisme adressé aux personnes en situation de handicap. Un travail de recherche m'a donc permis de découvrir cette activité touristique et de découvrir les critères d'accessibilité indispensable à la réalisation de mon questionnaire. La réalisation de l'étude m'a également posé quelques problèmes. Désireuse d'offrir un paysage global du tourisme pour tous dans cette région. Un grand travail d'échantillonnage a dû être effectué afin de déterminer les personnes auquel ce questionnaire allait s'adresser.

Au terme de ce travail, je souhaiterais remercier les personnes sans lesquelles mon étude n'aurait pas pu être réalisée. Monsieur Simon Wiget pour ses recommandations, son écoute et ses conseils dans l'orientation de mon projet. Monsieur Pierre Margot-Cattin pour sa disponibilité et ses précieux conseils dans la réalisation de cette étude. Les collaborateurs d'Anniviers ainsi que ceux de Sierre Anniviers marketing pour les informations fournies durant la réalisation de ce travail. Les différents prestataires touristiques du Val d'Anniviers pour leur collaboration à cette étude. Mon père ainsi que ma sœur pour leur soutien et leur relecture assidue de mon travail de Bachelor.

Table des matières

Introduction	1
1. Généralités sur le handicap	2
1.1. Définition du handicap	2
1.2. Les différentes catégories de déficiences	3
1.3. Les statistiques du phénomène du handicap	4
2. Le Tourisme pour tous	5
2.1. Les principes du Tourisme pour tous	5
2.1.1. La chaîne du tourisme.....	6
2.1.2. Le design universel.....	7
2.2. Acteurs importants du développement du Tourisme pour tous	8
2.3. Le Tourisme pour tous en chiffres	10
2.4. Le touriste en situation de handicap.....	11
3. Les Best Practice du tourisme pour tous	12
3.1. Le tourisme pour tous en France.....	12
3.1.1. Label Tourisme et Handicap	12
3.1.2. Label destination pour tous.....	13
3.2. Le tourisme pour tous en Flandres.....	14
3.2.1. Le Label.....	14
3.2.2. Le site internet « Infopunt Toegankelijk Reizen »	15
3.2.3. Les brochures du « Point d'informations du Voyage accessible ».....	15
3.3. Un programme européen de formation au tourisme pour tous.....	16
4. Développement du tourisme pour tous en Anniviers	18
4.1. Présentation du tourisme dans le Val d'Anniviers	18
4.2. Le Val d'Anniviers en quelques chiffres	19
4.3. La société Sierre-Anniviers Marketing	20
5. Contexte de l'étude.....	21
5.1. Introduction	21

5.2.	Méthodologie.....	22
5.3.	Echantillonnage.....	23
5.4.	La réalisation de l'enquête	23
5.5.	Le taux de réponses	24
6.	Résultats de l'analyse quantitative	25
6.1.	Expérience des sociétés avec des touristes en situation de handicap	25
6.2.	Aménagements pour l'accueil des touristes en situation de handicap	27
6.2.1.	Hébergement	27
6.2.2.	La restauration	31
6.2.3.	Les remontées mécaniques	33
6.3.	Communication avec votre clientèle.....	36
6.3.1.	Moyen de promotion utilisé pour la clientèle	36
6.3.2.	Utilisation de brochures pour la promotion des infrastructures accessibles	38
6.3.3.	Conseils sur des produits accessibles pour les touristes handicapés	39
6.4.	Avenir du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers.....	40
6.4.1.	Infrastructure publique à rendre accessibles aux touristes handicapés	40
6.4.2.	Formation des professionnels au tourisme pour tous	42
6.4.3.	Adoption de mesures pour le développement du tourisme pour tous.....	42
6.5.	Les bonnes pratiques régionales	45
7.	Résultats de l'analyse qualitative	49
7.1.	Analyse du site internet de Sierre-Anniviers Marketing	50
7.1.1.	Les critères d'accessibilité positif du site internet.....	51
7.1.2.	Les critères faibles de l'accessibilité sur site internet	54
7.2.	Les brochures de Sierre Anniviers : Analyse de l'Anniscope.....	56
8.	Analyse SWOT du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers.....	57
8.1.	Les Forces	58
8.2.	Les faiblesses	60
8.3.	Les opportunités	62
8.4.	Les menaces	63

9. Les limites de l'étude	64
Conclusion.....	66
Bibliographie	67
Annexe I : Graphique des questions diverses sur les sociétés.....	72
Annexe II : Questionnaire de base adressé aux hébergements.....	73
Annexe III : Questions complémentaires adressées aux restaurants	77
Annexe IV : Questions complémentaires posées aux remontées mécaniques	78
Annexe IV : Questions complémentaires posées aux remontées mécaniques	1

Liste des tableaux

Tableau 1 : témoignages des prestataires sur les difficultés lie à l'accessibilité	26
Tableau 2 : hôtels proposant des critères d'accessibilité	27
Tableau 3 : hôtels possédant des chambres accessibles	28
Tableau 4 : Hôtel proposant des services adaptés à leur clientèle handicapée	28
Tableau 5 : hôtels proposant un service de restauration accessible	29
Tableau 6 : restaurants proposant des critères d'accessibilité	31
Tableau 7 : restaurants proposant un service accessible	32
Tableau 8 : remontées mécaniques proposant des critères d'accessibilité	33
Tableau 9 : aménagements facilitant l'accès aux remontées mécaniques	34
Tableau 10 : Activités accessibles proposées par les remontées mécaniques	34
Tableau 11 : Informations sur l'accessibilité des sociétés	37
Tableau 12 : Les sociétés accessible capable de renseigner leur clientèle handicapée	39
Tableau 13 : Justification des sociétés désireuses ou non d'améliorer leur accessibilité	43
Tableau 14 : témoignages des entreprises désireuses d'améliorer leur accessibilité	44
Tableau 15 : Comparaison entre des difficultés et investissements des sociétés	44
Tableau 16 : Présentation de l'hôtel Alpina	47
Tableau 17 : Présentation du Restaurant la Gougra	47
Tableau 18 : Présentation de l'hôtel Sorebois	48
Tableau 19 : Présentation du restaurant de Bendolla	48
Tableau 20 : Présentation des remontees mecaniques de grimentz-zinal	49
Tableau 21 : analyse de l'accessibilité du guide touristique « anniscope »	56
Tableau 22 : Analyse SWOT du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers	57

Liste des figures

Figure 1 : Opinion des sociétés interrogées sur le tourisme pour tous.....	25
Figure 2 : Outils de promotions utilisés par les sociétés	36
Figure 3 : sociétés mettant des brochures à la disposition de leur clientèle	38
Figure 4 : sociétés pouvant recommandés des produits accessibles dans leur région.....	39
Figure 5 : Infrastructures publiques devant devenir accessible dans l'avenir.....	40
Figure 6 : Prestataires touristiques intéressées par l'accueil des personnes handicapées...	42
Figure 7 : sociétés désirant adopter prendre des mesures pour favoriser leur accessibilité	42
Figure 8 : Table de contenu du site de Sierre Anniviers MARKETING	51
Figure 9 : Cheminement clair sur le site internet de sierre anniviers Marketing.....	52
Figure 10 : Images en exemple de la recherche d'informations	53
Figure 11 : Exemple de texte du site internet	55
Figure 12 : Barre de News défilante du site internet	55

Introduction

Le concept du tourisme pour tous a été motivé par la volonté des personnes en situation de handicap de participer comme tout le monde aux activités de loisir et aux vacances. Tout d'abord fruit de quelques initiatives isolées, il connaît un véritable essor dès les années 2000 où des organisations mondialement reconnues telles que l'Organisation des Nations Unies (ONU) ou l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) permettent d'instaurer un cadre légal favorisant son développement à travers le monde. Bien développé dans les pays environnants, il peine cependant à s'imposer sur le territoire suisse.

Destination touristique toujours à la recherche de nouveaux produits, le Val d'Anniviers souhaite aujourd'hui élargir son public cible en se rendant accessible aux personnes en situation de handicap quelles que soient leurs déficiences physiques ou intellectuelles. Or, le développement d'un tourisme pour tous exige de pouvoir répondre aux besoins particuliers et variés de cette clientèle. De nombreux défis se présentent aux différents professionnels du tourisme local afin de pouvoir assurer une accessibilité de tout son territoire à ces personnes. Quelles sont les barrières à franchir du Val d'Anniviers pour développer un tourisme pour tous ? La région dispose-elle d'atouts intéressants pour accueillir des personnes en situation de handicap ? Ce sont ces questions auxquelles cette étude cherche à répondre.

Le travail se compose de trois parties principales. La première traite des différents types de handicaps, et donne quelques notions sur le tourisme pour tous et la place qu'il occupe dans le monde actuel. Cette partie présente également quelques exemples de « best practices » qui aident à comprendre comment certains pays ont su s'adapter aux besoins des personnes en situation de handicap. La deuxième partie replace le tourisme pour tous dans le cadre du Val d'Anniviers. Elle se concentre sur les résultats des enquêtes quantitatives et qualitatives destinés à découvrir les barrières et les atouts du tourisme pour tous au niveau de l'offre et de la communication. Elle aide également à mieux saisir l'intérêt des prestataires touristiques locaux pour cette activité. La troisième partie résume l'enquête et donne une image actuelle du tourisme pour tous dans la destination.

1. Généralités sur le handicap

1.1. Définition du handicap

La définition du handicap évolue au fil du temps. En 1980, l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) adopte sa première définition officielle. Cette dernière considère avant tout les causes du handicap et les conséquences qu'il entraîne dans la vie quotidienne des personnes. (Blaho-Poncé, 2012, p.98). Les associations de personnes handicapées critiquent vivement cette définition qui ne met en avant que le côté dysfonctionnel du handicap. Elle ne tient pas compte des compétences et des capacités des personnes en situation de handicap (2012, p.99).

En 2001, l'OMS propose une nouvelle définition. Elle ne considère plus le handicap comme un dysfonctionnement mais comme une perte d'indépendance. Elle tient à présent compte des obstacles rencontrés par les personnes en situation de handicap dans leur vie quotidienne causés par l'environnement dans lequel elles évoluent (2012, p.100).

« Le handicap est un terme général qui qualifie des incapacités, une limitation des actes de la vie quotidienne et une participation restreinte à la vie sociale (...) Le handicap n'est pas simplement un problème de santé. Il s'agit d'un phénomène complexe qui découle de l'interaction entre les caractéristiques corporelles d'une personne et les caractéristiques de la société où elle vit. Pour surmonter les difficultés auxquelles les personnes en situation de handicap sont confrontées, des interventions destinées à lever les obstacles environnementaux et sociaux sont nécessaires. » (Wikipédia, 2014)

La nouvelle définition de l'OMS prend également en compte trois aspects importants du handicap que sont la déficience, l'incapacité et le désavantage (Annuaire Sanitaire et Social, 2013). La déficience correspond à l'altération d'une structure psychologique, physiologique ou anatomique. L'incapacité parle de la limite ou de l'impossibilité partielle ou totale d'accomplir une activité de manière normale. Le désavantage traite de tous les préjudices subis par une personne en raison de sa déficience ou de son incapacité limitant ou interdisant le rôle qu'elle pourrait jouer dans la société compte tenu de son âge, de son sexe ou de facteurs socioculturels (Annuaire Sanitaire et Social, 2013).

1.2. Les différentes catégories de déficiences

Les déficiences sont très variées mais peuvent cependant être classées en quatre grandes catégories : la déficience motrice, la déficience intellectuelle, la déficience visuelle ou la déficience auditive. (Tourisme & Handicaps, 2013) Chacune de ces déficiences peut entraîner des difficultés personnelles et des problèmes d'adaptation à l'environnement.

Déficience motrice

La déficience motrice correspond à une atteinte partielle ou totale de la motricité. Les personnes touchées perdent le contrôle de leur corps ou d'une partie de ce dernier et ressentent des difficultés à se maintenir dans une position de manière naturelle. (Tourisme & Handicap, 2013) Cette déficience peut engendrer différents types de problèmes. La communication, l'alimentation, le contrôle des gestes et les interactions avec le monde extérieur peuvent être altérés. Le déplacement peut également être difficile pour certaines de ces personnes. Elles ont alors recours à différents moyens pour se déplacer (une canne, des béquilles ou un fauteuil roulant) (Tourisme & Handicap, 2005, p.18).

Déficience intellectuelle

La déficience intellectuelle est une déficience de la communication, de la compréhension et de la décision (Tourisme & Handicap, 2005, p.18). La personne qui en est atteinte peut avoir des difficultés d'apprentissage et d'adaptation. Elle peine également à se situer dans le temps et l'espace. Un encadrement humain et une aide technique lui permettent de mieux appréhender son environnement. Elle recherche des informations visuelles et sonores simplifiées (2005, p.18).

Déficiences auditives

Cette déficience se traduit par une difficulté à percevoir, entendre et déchiffrer les messages oraux. Elle peut s'exprimer de différentes manières. La personne ayant cette déficience peut être sourde ou malentendante. Pour se repérer, elles s'appuient uniquement sur des informations visuelles et communiquent par la langue des signes. Les personnes malentendantes perçoivent leur environnement sonore mais de manière diffuse et lointaine. Elles localisent difficilement l'origine du bruit. Des appareils auditifs et des boucles magnétiques peuvent les aider dans leur vie quotidienne. (Tourisme et Handicaps, 2013)

Déficiences visuelles

Cette déficience se traduit par une défaillance de la vue. Elle entraîne des problèmes de mobilité, d'orientation et de communication. Il en existe principalement deux types : la cécité et la malvoyance. Très peu de personnes finissent par être totalement aveugles. Les personnes malvoyantes perçoivent leur environnement d'une manière différente des autres. Elles peuvent avoir une vision floue, ne pas distinguer certaines couleurs ou avoir une vision périphérique limitée. Ces individus possèdent des moyens techniques pour se diriger (une canne ou un chien-guide) (Tourisme & Handicap, 2005, p.23).

1.3. Les statistiques du phénomène du handicap

L'Office Fédéral de la Statistique (OFS) (2014) a publié en 2011 une étude démographique sur le handicap en Suisse. Selon cette étude, 1,4 millions de personnes dans le pays souffrent d'un handicap. Le tiers d'entre elles vivent dans des homes ou dans des institutions car déclarées inaptes à vivre de manière autonome. Cette étude révèle également que le phénomène du handicap évolue avec l'âge. Sur la totalité des personnes en situation de handicap de la population suisse, 6% sont âgées de 16 à 24 ans alors que 38% ont 85 ans et plus. L'étude révèle également que les personnes les plus exposées au risque de handicap sont celles âgées de 55 ans et plus. Le vieillissement est donc considéré comme étant à l'origine de nombreux handicaps.

Si le phénomène du handicap est lié très étroitement à l'âge, il est intéressant d'analyser le phénomène de vieillissement de la population suisse. La Confédération Suisse (2006, p.1) a mené une étude en 2006 (pp. 1-2) pour estimer le nombre de personnes âgées dans les années 2050. Selon cette étude, le nombre de personnes âgées augmentera de 90% jusqu'en 2050. La Suisse comptera donc 2,2 millions de personnes âgées sur une population de 8,1 millions soit environ le 27 % de la population helvétique.

Au niveau mondial, une étude de l'Organisation Mondiale de la Santé (2014) démontre bien l'importance du développement du phénomène du handicap. En 2011, le nombre de personnes en situation de handicap était de 1 milliard de personnes ce qui représentait 15% de la population mondiale. Ce même pourcentage s'élevait à 10% en 2009. Tout comme pour la Suisse, ce pourcentage augmentera. L'Organisation Mondiale de la Santé (2014) prévoit que d'ici à 2050, le nombre de personnes âgées s'élèvera à 20% de la population mondiale.

Ces pourcentages permettent d'imaginer ce que sera le tourisme de demain. En effet, l'augmentation du nombre de personnes âgées et donc de celui de personnes en situation de handicap entraînera une augmentation de la demande touristique de ces personnes (Organisation mondiale du tourisme [OMT], 2014, p.3). Les besoins en accessibilité étant plus élevé pour ces personnes, le développement d'un tourisme pour tous permettra de répondre aux exigences de cette clientèle (2014, p.3).

2. Le Tourisme pour tous

2.1. Les principes du Tourisme pour tous

Le tourisme accessible est une activité touristique permettant aux personnes ayant des besoins particuliers en termes d'accessibilité de profiter de leurs vacances de manière autonome, digne et égalitaire (Buhalis & Darcy, 2011, p.11). Il propose d'ouvrir le tourisme à toute forme de handicaps permanents (déficience auditive, motrice, visuelle et intellectuelle). Il s'adresse également à d'autres personnes telles que les personnes âgées, les personnes en surpoids, les femmes enceintes et les familles avec de jeunes enfants (2011, p.11). Des aspects essentiels sont à considérer lorsque l'on parle de tourisme pour tous : Premièrement, la participation et la collaboration de tous les prestataires touristiques et la

conception de produits et de services dans l'idée d'un développement global. Deuxièmement, la création d'environnements reposant sur le principe du design universel (OMT, 2014, p.3).

2.1.1. La chaîne du tourisme

Le tourisme est une activité économique complexe. Elle se compose de différents fournisseurs indépendants dont le but est de satisfaire les besoins des touristes à chaque étape de leur voyage (Eichhorn & Buhalis, 2011, p.48). Lorsque l'on parle d'accessibilité, il faut tenir compte de tous les agents de la chaîne du tourisme. Ces agents peuvent être classés selon 4 catégories (European Network for Accessible Tourism [ENAT], 2011) :

- 1) les infrastructures comprenant les hôtels et les restaurants ainsi que les infrastructures publiques comme les routes les gares ou les aéroports.
- 2) Les services comptant les services d'accueil et ceux fournis durant les activités ou dans les lieux de restauration.
- 3) L'information apportée aux touristes tout au long de leur voyage.
- 4) Les transports dont les touristes se servent pour se rendre sur place et se déplacer dans la destination

La chaîne du tourisme est particulièrement importante dans le cadre du tourisme pour tous. Les prestataires touristiques sont liés de manière indirecte (ENAT, 2008, p.12). Un touriste ayant réservé une chambre dans un hôtel accessible ne peut pas s'y rendre si les transports publics ne sont pas adaptés à ses besoins (2008, p.12). Une destination qui se veut accessible doit donc veiller à ce que chacun des prestataires touristiques adopte des mesures afin de devenir accessibles. Nous verrons dans les Best Practice que certains pays, tels que la France, ont su développer une politique touristique d'accessibilité régionale.

2.1.2. Le design universel

Le design universel se définit comme étant la conception de produits et d'environnements utilisables par tous types de consommateurs quelles que soient leurs déficiences, leur état de santé ou leur âge. L'utilisation de ces produits et de ces environnements ne doit faire l'objet d'aucune adaptation particulière. Le but du design universel est donc de simplifier la vie de beaucoup de personnes sans ou avec peu de coûts supplémentaires. Les consommateurs doivent être informés de l'accessibilité de ces différents aménagements. (Center for Universal Design, 2009).

En s'inspirant du design universel, le tourisme pour tous apporte de nombreux bénéfices à ses consommateurs.

Premièrement, ce tourisme ne s'adresse pas uniquement aux personnes à handicap permanent. Un environnement pensé et conçu de manière universelle permet une utilisation facilitée pour les personnes avec d'autres besoins spécifiques. Les personnes âgées, les femmes enceintes, les personnes accidentées ou malades, les familles avec de jeunes enfants font notamment partie des bénéficiaires importants du tourisme pour tous (Blaho-Poncé, 2012, p. 140).

Deuxièmement, la clientèle n'est pas la seule à bénéficier de cette accessibilité. Les prestataires touristiques en situation de handicap, travaillant dans des infrastructures touristiques accessibles, en profitent également. Le design universel permet d'ouvrir le marché du travail aux personnes en situation de handicap. (ENAT, 2008, p.13).

Troisièmement, cette clientèle voyage rarement seule. Rendre les prestations touristiques plus accessibles permet d'alléger la tâche de leurs accompagnateurs. (Stafford J., Samson M. & Roy Caroline, 2001, p.17).

Quatrièmement, cette forme de tourisme permet à des prestataires touristiques généralistes d'accueillir un nouveau type de clientèle au sein de leurs établissements. Cette adaptation est d'ailleurs très appréciée des touristes en situation de handicap. Une étude anglaise démontre que ces personnes préfèrent voir les logements existants s'adapter à leurs besoins plutôt que d'avoir recours à des spécialistes. Ils estiment que les spécialistes

les mènent à une sorte de ségrégation sociale et ces touristes ne souhaitent pas être isolés des personnes valides (ENAT, 2008, p.15).

2.2. Acteurs importants du développement du Tourisme pour tous

Si le tourisme pour tous a pu se développer à travers le monde, il le doit notamment à certaines organisations reconnues au niveau régional ou mondial. Des organismes importants tels que l'Organisation Mondiale du Tourisme, L'Organisation des Nations Unies ou encore la Commission Européenne ont reconnu le droit des personnes en situation de handicap d'accéder au tourisme comme les autres vacanciers. Ils ont ainsi élaboré plusieurs politiques dans le but de développer le tourisme pour tous.

Dès les années 1990, L'OMT identifie les nombreuses barrières empêchant les touristes en situation de handicap de participer à l'activité touristique. En 1991, l'organisation publia ses premières recommandations afin de promouvoir le tourisme accessible. (OMT, 2014, p.2). Travaillant en collaboration avec des organismes non gouvernementaux, l'OMT remet régulièrement ses recommandations à jour afin que le tourisme pour tous puisse correspondre à l'évolution des besoins des personnes en situation de handicap (OMT, 2009, p.5). Ces recommandations ont plusieurs objectifs : encourager les états membres de l'OMT à rendre accessibles les établissements et les sites touristiques en mettant en place des aménagements spécialisés, encourager ses états membres à offrir au personnel de leurs établissements des formations particulières pour l'accueil des touristes en situation de handicap et publier des informations claires et précises sur les installations destinées aux personnes handicapées (2009, p. 5). L'OMT publie en 2009 la « Déclaration sur la facilitation des déplacements touristiques » faisant suite à ses recommandations. Elle encourageait notamment les pays membres à faciliter le transport des personnes en situation de handicap (2009, p.5).

L'ONU publia en 2004 la « Convention relative aux droits des personnes handicapées ». Cette convention a pour but d'assurer aux personnes souffrant d'une quelconque déficience de pouvoir bénéficier de toutes les libertés et les droits fondamentaux. L'un de ses articles est consacré aux activités créatives et culturelles ainsi qu'aux loisirs (Organisation des Nations Unies [ONU], 2014). Les parties prenantes doivent reconnaître le droit aux

personnes handicapées de participer aux activités récréatives sur une base d'égalités avec les autres personnes (ONU, 2014). Ces personnes ont notamment le droit de participer à des événements culturels et touristiques. L'accessibilité aux produits culturels doit pouvoir leur être assurée. Les organisateurs d'évènement culturels doivent pouvoir assurer une communication auprès des personnes en situation de handicap (ONU, 2014).

L'Europe est également active dans le développement d'un tourisme accessible à tous. Dès les années 1980, dans de nombreux pays européens, des sociétés privées et publiques adoptent des initiatives locales, régionales et nationales afin d'améliorer leur accessibilité. (Ambrose, 2012, p.26). Cependant, le rêve de faire de l'Europe une destination entièrement accessible nécessite une politique cohérente et collaborative entre les pays européens. En 2006, neuf organisations ayant l'expérience du tourisme accessible s'unissent pour créer le réseau européen pour le tourisme accessible autrement nommé ENAT (European Network for Accessible Tourism (2012, p.21). Elles lancent un premier projet de deux ans. Ce travail a pour principal objectif de créer une feuille de route guidant le développement de politiques touristiques d'accessibilité. L'ENAT est aujourd'hui une institution officielle. Basée en Belgique, elle comporte un comité directeur et est soutenue financièrement par la Commission européenne (ENAT, 2013). Les missions de l'ENAT sont multiples : faire la promotion de bonnes pratiques et des principes du tourisme accessible, développer les connaissances et les expertises en matière d'accessibilité dans le tourisme européen, créer une plateforme d'échanges d'expériences entre les prestataires touristiques actifs dans ce domaine et se faire entendre auprès des organismes nationaux et européens ayant une influence dans le secteur touristique. (ENAT, 2013).

Le tourisme pour tous est encore très peu développé en Suisse. La signature de la « Convention relative aux droits des personnes handicapées » au mois d'avril 2014, est cependant un premier pas pour l'ouverture du tourisme pour tous (Humanrights, 2014). Plusieurs associations militent déjà pour les droits aux vacances des personnes en situation de handicap. L'association Mobility International Schweiz en est un excellent exemple. Le MIS est un office spécialisé dans le voyage des personnes atteintes d'une déficience motrice (Mobility International Schweiz [MIS], 2014). Le MIS met à disposition des internautes des

banques de données sur les infrastructures, les chemins de randonnées accessibles et édite des guides de voyage spécialisés sur différentes destinations à travers le monde (MIS, 2014). Le MIS est également à l'origine de plusieurs projets visant à rendre le voyage accessible. Pour ce faire, l'association sensibilise les associations et les prestataires touristiques, vérifie l'accessibilité de l'offre existante et en propose de nouvelles (MIS, 2014).

2.3. Le Tourisme pour tous en chiffres

Le tourisme pour tous représente un secteur intéressant de l'activité touristique. Plusieurs études démontrent son importance à travers le monde.

En Australie, 20% de la population est en situation de handicap (Dwyer & Darcy, 2011, p.214) et le tourisme interne compte 11% de touristes à besoins particuliers parmi tous les vacanciers (OMT, 2014, p.3). En 1998, ces touristes ont rapportés 8034,68 millions de dollars à leur pays (Small & Darcy, 2012, p.83). Aux Etats-Unis, les américains en situation de handicap voyagent beaucoup. Le 71% d'entre eux effectuent au minimum un voyage sur deux ans, ce qui représente 22 millions de touristes. Durant cette période, les touristes américains ont ajouté 27 milliards de dollars au revenu touristique total des Etats-Unis (Van Horn, 2012, p.67).

En Europe, une étude réalisée sur une période d'une année entre 2012 et 2013 a fait ressortir quelques chiffres intéressants. Les personnes à mobilité réduite ont effectué 170 millions d'excursions journalières et autant de nuitées. Les personnes âgées ont quant à elles effectués 225 millions excursions journalière et 217 millions nuitées (Neumannconsult, 2014, p.2). Ces personnes passent une grande partie de leurs vacances en Europe. 87% des personnes à mobilité réduite passent leurs vacances soit dans leur pays soit dans d'autres pays européens alors que ce pourcentage est de 92% pour les personnes âgées (2014, p.2). Ces chiffre devraient se monter à 862 millions de personnes jusqu'en 2020 (2014, p.3).

2.4. Le touriste en situation de handicap

Les personnes en situation de handicap souhaitent s'engager dans des activités de loisir et sont prêtes à partir en vacances. Elles ne considèrent pas leur handicap comme une raison suffisante de ne pas participer à l'activité touristique (Darcy, 2006, p.13). Afin d'offrir la meilleure des accessibilités aux touristes en situation de handicap, il est important de connaître leurs motivations ainsi que leurs habitudes de voyage.

Les personnes en situation de handicap souhaitent avant tout profiter de leurs voyages pour s'éloigner de leur cadre de vie. Elles souhaitent devenir plus indépendantes et ne veulent plus dépendre du personnel soignant qui les encadre quotidiennement. (Blishfeldt & Nicholaisen, 2010, p.86). L'expérience du voyage est également l'occasion pour elles d'échapper aux préjugés de personnes dites « non capables ». En participant aux mêmes activités que les touristes valides, ces personnes leur prouvent qu'elles peuvent s'intégrer à un cadre de vie ordinaire. Elles reprennent ainsi confiance en elles (Blishfeldt & Nicholaisen, 2010, p.87).

Les personnes en situation de handicap partent rarement seules en vacances. Une étude de l'Institut canadien Kéroul a démontré que 77% de ces touristes étaient accompagnés de leur famille ou de leurs amis durant leurs dernières vacances. (Kéroul, 2001, p.7). Plusieurs critères peuvent influencer le choix de la destination de vacances. Le critère principal est avant tout l'accessibilité des lieux. D'autres critères tels que le prix, les activités proposées dans la région et le climat en font aussi partie (Blaho-Poncé, 2012, p.210). Certaines personnes apprécient également le sport qui les pousse à dépasser les barrières posées par leur handicap (Ray and Ryder, 2003, p.61). Les visites à leur famille ou à leurs amis constituent une des principales raisons de leur voyage. (Kéroul, 2001, p.7).

Il existe traditionnellement deux sortes de tourisme dédié aux personnes en situation de handicap. La première est nommée sectorielle et se consacre à des voyages spécialisés dédiés uniquement à cette clientèle. La deuxième est nommée intégrée et elle est composée de généralistes intégrant les touristes en situation de handicap à leur clientèle habituelle (Reichhart, 2009, p. 73). La seconde semble cependant être la plus populaire. Les personnes participant à des activités sectorielles peuvent ressentir une gêne et un sentiment de

stigmatisation. Elles préfèrent donc partir avec leur famille ou leurs amis (Reichhart, 2011, p. 231).

3. Les Best Practice du tourisme pour tous

Réalisant le potentiel économique que peut représenter les personnes en situation de handicap et les seniors, de nombreuses destinations ont pensés à développer un tourisme qui répond aux besoins de ces personnes. Nous allons ici présenter des exemples de « best practices » adoptées par des pays européens.

3.1. Le tourisme pour tous en France

En 2005, La France promulgue la loi sur l'égalité des droits et des chances des personnes handicapées. Cette loi a pour but de renforcer l'accessibilité aux espaces publics, aux systèmes de transport et au cadre bâti (Vie publique, 2004). Afin de répondre à cette volonté de développement d'un tourisme pour tous en France, le gouvernement créa l'association « Tourisme & Handicap » en 2005. Cette association a pour but de sensibiliser les prestataires touristiques et le grand public à l'accueil des personnes handicapées dans des infrastructures de tourisme et de loisirs. Elle est également responsable de la mise en œuvre de dispositifs promotionnels pour le développement de l'accessibilité (Tourisme & Handicaps, 2013).

3.1.1. Label Tourisme et Handicap

L'association créa en 2005 un premier label garantissant l'accessibilité de différentes infrastructures touristiques. Ce label est attribué par famille de handicap : moteur, visuel, intellectuel et auditif. Ce label peut être discerné à plusieurs types de prestataires touristiques tels que des lieux d'hébergement, de restauration, des sites culturels ou de loisir. Le label remporta un grand succès et la France compte aujourd'hui 5000 lieux accessibles référencés (Handicap, 2014). Compte tenu de ce succès, l'association « Tourisme & Handicap » choisit de franchir une nouvelle étape en parlant d'accessibilité du territoire en créant un nouveau label.

3.1.2. Label destination pour tous

Le label « destination pour tous » a été lancé en 2013 par les ministères français responsables du tourisme et des personnes handicapées. Le but de ce dernier est de valoriser les territoires menant une politique cohérente et globale d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap (Tourisme et Handicap, 2013). Le label est attribué à des destinations garantissant l'accessibilité des prestations touristiques (hôtels, restaurants, activités culturelles et sportives) ainsi que des services de proximité accessibles (commerces, pharmacies) (Ministère écologie et développement durable, 2010). Ce label est attribué aux destinations qui ont développés une accessibilité pour au moins 2 à 4 familles de handicaps (Tourisme & Handicap, 2013). En plus de ces critères, les destinations labellisées doivent garantir leur volonté d'élargir leurs champs de prestations et doivent proposer de nouvelles infrastructures accessibles (Handicap, 2014).

En 2013, certaines destinations françaises ont donc concouru afin d'obtenir ce label. Afin d'être labellisée, la destination doit répondre à un certain nombre de critères. Elle doit occuper un territoire français ayant une vocation touristique, être dynamique et posséder une offre touristique ainsi que favoriser la vie quotidienne des personnes en situation de handicap, mettre en place un comité de pilotage. Le rôle de ce dernier est d'élaborer une politique de formation et une stratégie de communication pour le tourisme accessible qui soit bénéfique au bien-être des populations locales (Masson, 2014).

Parmi toutes les villes candidates, le premier label de Destination pour tous fut attribué à la ville de Bordeaux (Masson, 2014). L'association lui a attribué le label pour deux familles de handicap (moteur et mental) (Masson, 2014). La ville de Bordeaux compte notamment douze sites labellisés proposant une accessibilité aussi bien des hébergements, des offices de tourisme, ses restaurants ainsi que des lieux culturels tel qu'un théâtre ou un cinéma (bordeaux-tourisme, 2014). Une particularité de la ville de Bordeaux est d'offrir à sa clientèle en situation de handicap trois itinéraires accessibles afin de découvrir les lieux. Ces itinéraires sont proposés aux personnes atteintes d'un handicap moteur ou auditif. Ils ont pour thème les découvertes culturelles ou de loisirs.

La ville met à la disposition de son public un guide touristique lui permettant de guider les touristes au travers de la ville de Bordeaux (bordeaux-tourisme, 2014).

3.2. Le tourisme pour tous en Flandres

En Flandres, l'accessibilité au tourisme devient une priorité dès 1999 (Ghijssels, 2012, p. 36). Au début de sa démarche de développement touristique régional, l'organisation Tourisme Flandres reconnaît que le manque d'informations fiables est l'une des barrières importantes empêchant le développement d'un tourisme pour tous (2012, p. 39). L'organisation décide donc d'améliorer la communication sur l'accessibilité régionale par le biais de différents moyens promotionnels; la création d'un label, les informations transmises via son site internet « Visit Flanders » et la réalisation de brochures spécialisées dédiées à cette clientèle.

3.2.1. Le Label

Le label lancé par les organisations est attribué aux différents hébergements dans la région des Flandres et la ville de Bruxelles. Il récompense les hôtels, les maisons d'hôtes ou les auberges de jeunesse qui adoptent des mesures pour améliorer leur accessibilité aux personnes en situation de handicap. Le label est à présent également accordé aux offices du tourisme accessibles (visitflanders, 2014). Le label une fois attribué fait l'objet de contrôles réguliers de la part de l'organisation (visitflanders, 2014). Contrairement au label français, il ne fait pas de distinction entre les différents handicaps et se rapproche donc plus de l'idée d'un tourisme pour tous.

Il existe trois labels différents (visitflanders, 2014).

Le **label A+** est attribué à un hébergement considéré comme confortable et accessible de manière autonome par les personnes en situation de handicap.

Le **label A** est attribué à un hébergement étant considéré comme possédant les bases de l'accessibilité. Les personnes en situation de handicap ont accès à ces lieux mais une aide extérieure peut être nécessaire.

Un **troisième label** est attribué aux hébergements n'offrant aucune ou très peu d'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite. Le logo sert avant tout d'indication pour préciser que l'hébergement a été consciencieusement examiné.

3.2.2. Le site internet « Infopunt Toegankelijk Reizen »

Le Point d'information du Voyage Accessible (en flamand : Infopunt Toegankelijk Reizen) est un service coopératif rassemblant l'organisation « Tourisme Flandres » ainsi que plusieurs organisations et sociétés spécialistes dans le service aux personnes en situation de handicap (accessinfo, 2014). La création de ce point d'information a pour but de renseigner les touristes en situation de handicap sur l'accessibilité d'un lieu et d'orienter les professionnels du tourisme pour l'amélioration de leur accessibilité.

Le site internet de l'organisation donne de nombreuses informations pour les touristes handicapés. Il propose notamment aux internautes une page consacrée aux différentes destinations accessibles dans le monde entier. Les informations sont classées par pays et les visiteurs peuvent trouver pour chacun d'eux des liens vers des sites internet d'agences spécialisées. Ils peuvent ainsi obtenir des informations sur les lieux d'hébergements, des attractions, des agences de voyage ou des moyens de transports (accessinfo, 2014). Les touristes peuvent également publier des rapports sur leurs expériences personnelles de vacances (accessinfo, 2014).

3.2.3. Les brochures du « Point d'informations du Voyage accessible »

L'organisation touristique des Flandres a mis au point quatre brochures pour valoriser son offre accessible locale. Il existe des brochures traitant de l'hébergement, des activités de loisirs, des transports et des offices du tourisme. Ces différentes brochures regorgent d'informations utiles pour les voyages des personnes en situation de handicap.

La brochure « Hébergement » donne une liste de 250 établissements accessibles dans la région des Flandres (Visitflanders, 2014). Les catégories de ces établissements sont très variées et proposent une description ainsi qu'une liste des critères d'accessibilité mis en place par ces différents établissements.

La brochure « Activités » propose de nombreuses activités dans toutes les régions de Flandres (Visitflanders, 2014). Elle propose aussi bien des offres culturelles que de loisirs. Chaque activité propose une liste des restaurants environnants accessibles aux personnes en situation de handicap.

La brochure « Transport » donne un descriptif pour toutes les compagnies de transport privées et publiques accessibles dans la région (visitflanders, 2014). Elle juge également de l'accessibilité des stations de métro et des arrêts de bus. La brochure donne aussi des recommandations pour les réservations ou des conseils sur l'utilisation des transports publics.

Une dernière brochure donne des informations sur l'accessibilité des offices du tourisme (visitflanders, 2014). Cette brochure décrit les différents aménagements effectués dans les offices du tourisme certifiés et décrit pour faciliter l'accueil des personnes en situation de handicap.

3.3. Un programme européen de formation au tourisme pour tous

Dans le développement de l'accessibilité, peu d'attention a été prêté aux besoins en formations pour les prestataires touristiques. Cependant l'entraînement peut jouer un rôle important pour permettre aux employeurs et aux employés de s'adapter à la nouvelle demande du marché (Commission européenne, 2013, p.10). Le personnel doit en effet savoir s'adapter aux demandes particulières de la clientèle ce qui comporte également ceux de touristes en situation de handicap ou ayant une maladie à long terme. La formation peut ainsi lever les barrières physiques, fonctionnelles ou attitudinales (2013, p.9). L'Europe a par exemple lancé son propre programme de formation : L'initiative Europe Training Certificate Accessible for all in the tourism sector (ETCAATS).

L'initiative ETCAATS est proposée par huit organisations et entreprises de petite et moyenne importance implantées en Europe. Ces différentes sociétés possèdent une solide expérience dans le développement du tourisme accessible. Leur but était de créer une plateforme internet éducative permettant à toutes les entreprises d'obtenir ou d'améliorer leurs connaissances en matière de tourisme pour tous. Le site internet devait leur fournir

une solide formation afin d'offrir aux personnes en situation de handicap une accessibilité et un accueil adaptés à leurs besoins. A long terme, la compagnie souhaiterait également développer une certification européenne pour une formation commune.

Le site internet www.accesstraining.eu fut officiellement mis en ligne en 2011. Il propose une plateforme e-learning regroupant des cours classés en 4 thèmes : l'accessibilité des visiteurs, les connaissances et les compétences des professionnels du tourisme, l'état de développement des formations et de l'hospitalité en tourisme ainsi que sur les qualifications législative du cadre européen.

Les différents sujets abordés dans le cours visent à changer les mentalités des prestataires touristiques en leur faisant comprendre l'importance économique du marché du tourisme pour tous. La matière propose donc une meilleure connaissance du phénomène du handicap ainsi que des informations sur les barrières du tourisme pour tous et des services visant à les amoindrir. Il permet également une réflexion sur les stratégies d'intégration de son développement dans une entreprise.

Ces nombreux cours sont mis à la disposition du public gratuitement, le site internet étant financé par l'ENAT. Les matières des cours sont basées sur des généralisations et tous les types d'entreprises peuvent donc y participer. Toutes les entreprises peuvent s'inscrire et ont ensuite un accès illimités au contenu du site internet. Cette plateforme s'adresse à une clientèle très large : les prestataires touristiques aussi bien des managers que du personnel, les écoles de tourisme, les architectes pour le développement du design universel. Les cours ont également comme avantage de s'adresser à des prestataires touristiques qui n'ont pas ou peu de connaissances dans le domaine du tourisme pour tous.

4. Développement du tourisme pour tous en Anniviers

Cette partie de l'étude se concentre sur le développement du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers et concerne donc les différentes stations gérées par l'organisation d'Anniviers Tourisme. En préambule de cette étude, voici donc une petite présentation des organisations touristiques locales et de l'offre mise à la disposition de la clientèle actuellement.

4.1. Présentation du tourisme dans le Val d'Anniviers

Le Val d'Anniviers est situé dans le district de Sierre dans le canton du Valais. Cette région se concentre autour de la commune d'Anniviers, créée à la suite de la fusion des différentes communes de l'époque effective dès le 1^{er} janvier 2009 (HES, 2007, p.4) Cette dernière comprend les villages de Chandolin, de Grimentz, de Saint-Jean, de Saint-Luc, d'Ayer, de Zinal et de Vissoie (HES, 2007, p.5). Le regroupement des communes aura également conduit à la fusion des différents offices du tourisme régionaux en la société d'Anniviers tourisme.

Autour du centre administratif de Vissoie gravitent donc les différents offices du tourisme (Chandolin, Grimentz, Saint-Luc et Zinal). Les employés de ces offices du tourisme font à présent la promotion de la destination dans son ensemble. Le développement de l'offre touristique est également une des forces de l'organisation. Toujours à l'affût d'une innovation régionale, les responsables du tourisme local proposent de nombreux projets concrétisés par les employés. Le dossier de la valorisation du patrimoine anniviard aura conduit à l'inauguration des parcours historiques d'Anniviers et à celle des sentiers des chapelles (Valdanniviers, 2014). La gestion touristique régionale permet notamment l'existence d'une offre très variée.

Les hébergements : Il existe des hébergements de différentes catégories dans le Val d'Anniviers. Allant de l'hôtel au logement de groupe en passant par les auberges, les campings, les chambres d'hôte ou encore les cabanes de montagne. Ce chiffre doit encore être complété par les nombreuses locations privées se trouvant sur tout le territoire d'Anniviers. Cette grande variété d'établissements permet de s'adresser à

une clientèle familiale, sportive ou encore aux voyages de groupe (valdanniviers, 2014).

La restauration : Cette destination propose également de nombreux moyens de se restaurer. Il existe des restaurants et des hôtel-restaurants dans les villages ainsi que des restaurants d'altitude et des buvettes dans les montagnes. On peut également trouver des tea-rooms, des après-ski ou des vinoxthèques. Ces différents établissements proposent de goûter à une cuisine régionale et étrangère notamment italienne et française. Les touristes peuvent également participer à des dégustations de vins (valdanniviers, 2014)

Les remontées mécaniques : Le Val d'Anniviers compte deux sociétés de remontées mécaniques sur son territoire : la société du Funiculaire de Saint-Luc- Chandolin et les Remontées mécaniques de Grimentz-Zinal située sur chaque versant de la commune d'Anniviers. Les remontées mécaniques sont le point de départ de nombreuses activités estivales et hivernales et proposent différents services de restauration et d'hébergement sur son territoire (RMA, 2014)

La destination d'Anniviers propose de nombreuses activités durant toute l'année. Les touristes ont l'occasion de profiter d'offres de loisir aussi bien culturelles que sportives (valdanniviers.2014). Les vacanciers peuvent visiter les expositions temporaires ou assister à de célèbres événements tels que la course Sierre-Zinal ou le Grand Raid de Grimentz durant la période estivale (valdanniviers, 2014).

4.2. Le Val d'Anniviers en quelques chiffres

La clientèle du Val d'Anniviers se compose essentiellement d'une clientèle suisse puisque 50% des touristes sont originaires de ce pays. La région compte également des personnes issues du BENELUX, de France, d'Allemagne, du Royaume-Unis et d'Italie. (Sierre Anniviers, 2013, p.18)

En 2013, la commune d'Anniviers comptabilise 208'813 nuitées. La répartition selon les villages se fait ainsi : Grimentz et Zinal compte chacune 33% de nuitées, Saint-Luc en

comptabilise 20%, le village de Chandolin représente 10% de la clientèle et celui de Vissoie 3% de la totalité des touristes (Sierre Anniviers, 2013, pp.24-26)

Les nuitées sont bien réparties sur la station entre les hébergements publics et les locations privées puisque chacune représente environ 50% des nuitées totales (Sierre Anniviers. 2013, p. 23).

4.3. La société Sierre-Anniviers Marketing

Afin de permettre aux différentes destinations de se concentrer sur l'accueil des touristes et le développement du tourisme régional, une organisation de marketing régionale du tourisme a vu le jour. L'organisation rassemble sous un même toit les offices du tourisme de plaine de Sierre/Salggesch et environs ainsi que les offices du tourisme de montagnes tels que ceux de Vercorin ou de la commune d'Anniviers (valdanniviers, 2014). Les campagnes de promotion de l'organisation menée en Suisse et à l'étranger se présentent sous la forme de différentes plateformes.

Le site internet « www.valdanniviers.ch » : Le site internet rassemble sous une seule plateforme les sites internet des différents offices du tourisme. Il constitue un moyen de renseignement populaire au niveau des différents marchés suisses et étrangers. Il regroupe des informations sur toute l'offre touristique régionale et propose des liens vers d'autres prestataires importants(valdanniviers, 2014).

Les réseaux sociaux : L'organisation propose également la publication d'informations aux travers de différents réseaux sociaux. Elle publie notamment en continu des photos et des news sur ses différentes pages Facebook et Twitter. Elle possède également un blog ouvert en 2013 « sierreanniviersstories.com » où les internautes pourront retrouver des articles sur les produits régionaux testés par les membres de l'organisation. (sierreanniviersstories, 2014)

Les brochures et les prospectus : La société met à la disposition également de nombreuses brochures pour les touristes qu'elle redistribue par le biais des offices du tourisme ou en proposant aux clients de les commander en ligne. En ce qui concerne le Val d'Anniviers, ces brochures comprennent notamment la liste des différents

loueurs privés de la région ou les listes de baby-sitter, les prospectus sur différentes visites culturelles ou encore les plans de randonnées estivaux et hivernaux (valdanniviers, 2014)

Les guides touristiques : Ces guides sont produits deux fois par année pour les différentes saisons touristiques estivales et hivernales de chaque destination « Sierre et environs » « le Val d’Anniviers » et « Vercorin » possèdent leur propre édition. Il résume toutes les offres touristiques des différentes régions ainsi que des informations utiles sur les services publics régionaux.

5. Contexte de l’étude

5.1. Introduction

La première partie de cette étude a permis de définir le tourisme pour tous et de le replacer dans son contexte mondial. Après avoir développé les besoins des touristes en situation de handicap, les « best practice » ont permis d’illustrer l’intérêt et les initiatives développées par les organisations et les entreprises européennes afin d’améliorer l’accueil et le confort des personnes en situation de handicap.

A présent que le cadre général est brossé, l’étude peut se concentrer sur le cas du Val d’Anniviers. Le projet du développement d’un tourisme pour tous n’en est encore qu’à un état embryonnaire et ne dépend que de quelques initiatives isolées de la part de prestataires touristiques locaux. Pourtant, il existe une véritable ambition de la part d’Anniviers Tourisme d’ouvrir son activité touristique aux personnes en situation de handicap, avec l’espoir qu’un jour cette destination puisse un jour devenir un laboratoire de développement touristique de cette activité en région de montagne (S. Wiget, directeur d’Anniviers Tourisme, CP, 18 juin 2014).

La première étape d’un développement touristique pour tous est l’estimation de l’accessibilité des prestations touristiques régionales (Reichhart & Lomo Myazhiom, 2013, p.60). Cette étape permet non seulement de faire un état des lieux de la présence de cette activité touristique dans la région mais également de mettre en évidence les faiblesses sur lesquelles l’organisation touristique devra travailler pour améliorer l’ensemble de son offre

et attirer la clientèle désirée. Ce travail se concentrera avant tout sur l'offre et aura pour but de répondre à cette question :

« Le tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers : Etat des lieux de ses forces et de ses faiblesses »

Cette étude aura principalement cinq objectifs :

- Déterminer les faiblesses en matière d'offres régionales
- Repérer les bonnes pratiques et lister les offres existantes
- Déterminer les faiblesses en matière de communication
- Identifier les besoins en matière de formation
- Offrir un état des lieux du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers

5.2. Méthodologie

Cette étude se compose principalement d'une étude quantitative qui se centre sur les différents prestataires touristiques de la destination. Cette étude sera complétée par une analyse qualitative de l'accessibilité de différents supports promotionnels utilisés par la société de Sierre-Anniviers marketing.

L'étude quantitative repose sur un questionnaire électronique envoyé à trois agents touristiques importants de la région : les hôtels, les restaurants et les remontées mécaniques. Cette méthode a été privilégiée car elle permet de toucher un maximum de prestataires et ainsi de répondre à l'objectif global qui souhaite offrir une image complète du tourisme pour tous dans la région du Val d'Anniviers.

Le questionnaire est divisé en quatre parties principales : l'expérience avec la clientèle handicapée, l'infrastructure des sociétés, la communication des sociétés ainsi que l'avenir du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers. Ces sections sont destinées à délimiter les barrières en matière d'offre et de communication et de juger l'activité touristique de la région ainsi que de l'intérêt des prestataires locaux pour son développement. Chacun des établissements interrogés sont invités à parler des différents aménagements qu'ils ont effectués pour faciliter leur accessibilité aux personnes en situation de handicap. Ce

questionnaire est basé sur le même modèle pour les hôtels, les restaurants et les remontées mécaniques. Le questionnaire comprend cependant des critères d'accessibilité spécifiques pour chacun d'eux. Les critères pour les hôtels et les restaurants sont proposés par l'association « Tourisme et Handicaps » (Tourisme & Handicap, 2007, pp. 36-54) pour tous les types de handicap. Les critères des remontées mécaniques étaient basés sur une liste de critères proposés par l'association Suisse « Procap » (Procap, 2003).

5.3. Echantillonnage

Les résultats de l'étude sont avant tout destinés à Anniviers Tourisme la délimitation géographique est donc effectuée sur les cinq villages principaux du Val d'Anniviers : Chandolin, Grimentz, Saint-Luc, Vissoie et Zinal. L'échantillonnage est effectué en se basant sur la liste de contact des principaux partenaires d'Anniviers et ont été sélectionnés de la manière suivante :

Les hébergements : Les établissements interrogés sont sélectionnés selon leur facilité d'accès. Ainsi seuls les établissements se trouvant dans les villages et leurs environs sont interrogés. Un intérêt particulier est porté aux établissements hôteliers complété par des établissements para hôteliers tels que les auberges et les logements de groupe.

Les restaurants : Seuls les établissements offrant un service complet de restauration ont été interrogés. Les buvettes, les tea-rooms et vinothèques sont éliminés d'office. L'accessibilité étant à nouveau un critère déterminant, les restaurants sélectionnés comprennent les restaurants, les hôtels-restaurants de la station ainsi que les restaurants d'altitude situés au sommet des remontées mécaniques.

Les remontées mécaniques : Les remontées mécaniques n'ont en revanche fait l'objet d'aucune présélection.

5.4. La réalisation de l'enquête

L'enquête a ensuite été réalisée sur le logiciel SPHINX. Ce logiciel est simple à utiliser et permet de gérer plusieurs études, il est jugé le plus à même de récolter et d'analyser les données reçues.

Après avoir fait l'objet d'une relecture attentive, une phase de pré-test du questionnaire a été effectuée auprès de deux prestataires touristiques locaux comprenant un établissement hôtelier ainsi qu'un restaurant afin de s'assurer de la compréhension et de la justesse du questionnaire.

Afin de lancer cette enquête, un e-mail accompagné d'un lien pour le questionnaire est ensuite envoyé à tous les prestataires locaux. Une des premières préoccupations était de recevoir un nombre de réponses équivalent pour chacun des types de société et proportionnel à l'activité touristique de chaque village. Ces différents aspects sont donc analysés dès la réception du premier bloc de réponses. La répartition des réponses n'étant pas très équilibrée, un contact téléphonique est établi avec les différentes sociétés afin de motiver les entreprises à répondre. Une deuxième série de questionnaires est ensuite envoyée aux entreprises se déclarant intéressées à participer à cette étude. Cette technique a notamment permis d'équilibrer le nombre de réponses pour chaque type d'entreprises et d'arriver à une représentation proportionnelle de chacun des villages.

5.5. Le taux de réponses

Le taux de réponses est plutôt satisfaisant. Sur quarante entreprises interrogées, quinze entreprises ont répondu. Le taux de réponse est de 38%.

La répartition des entreprises répondantes se fait donc ainsi

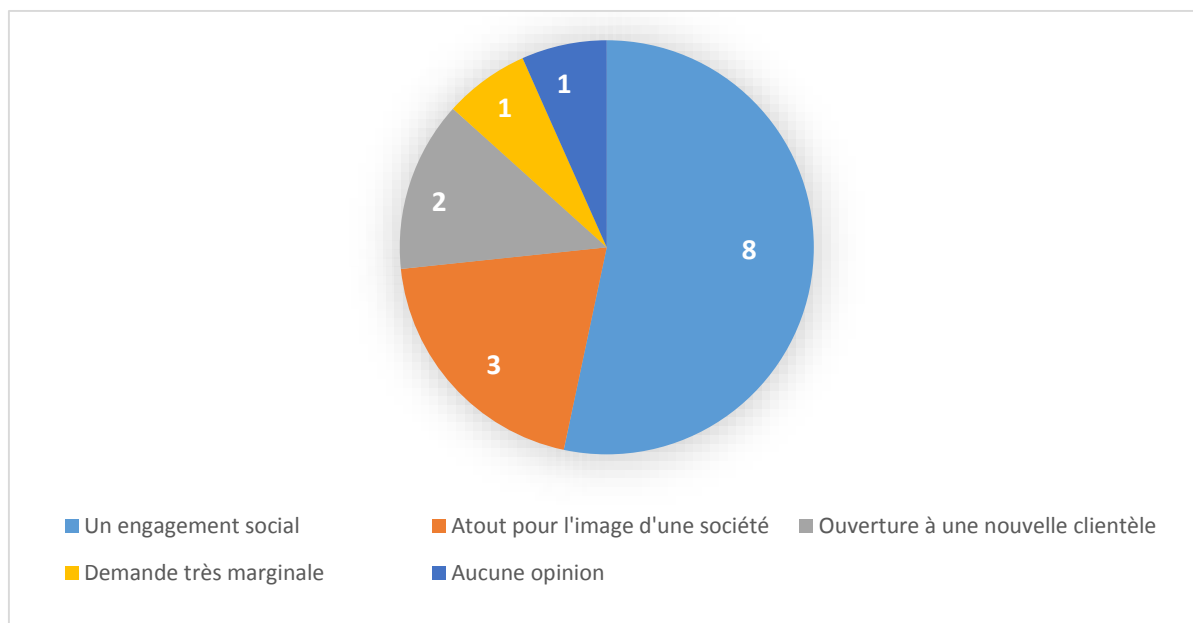
- huit hôtels répondants sur les seize établissements interrogés
- cinq restaurants répondants sur les dix-sept établissements interrogés
- deux remontées mécaniques sur les deux sociétés interrogées

6. Résultats de l'analyse quantitative

6.1. Expérience des sociétés avec des touristes en situation de handicap

Opinion sur le tourisme pour tous

FIGURE 1 : OPINION DES SOCIÉTÉS INTERROGÉES SUR LE TOURISME POUR TOUS



Source : Données de l'auteur

En observant ce graphique, on constate que plus de la moitié des sociétés interrogées considèrent que le tourisme pour tous est avant tout « un engagement social ». Les entreprises considérant ce tourisme comme « un atout économique » ou « une ouverture à une nouvelle clientèle » ne représentent que 33% des sociétés interrogées. Les sociétés valorisent donc l'aspect social du tourisme pour tous par rapport aux avantages économiques qu'il peut rapporter.

Une des sociétés interrogées considère que le tourisme pour tous représente « une demande très marginale ». Cette remarque est notamment appuyée par les réponses obtenues à la question suivante concernant le pourcentage de clientèle en situation de handicap reçue durant l'année. Les quinze entreprises interrogées admettent que la part des touristes en situation de handicap représente « moins de 5% » du total de leur clientèle

annuelle. Le pourcentage est donc très bas même si la question inclue les représentants des quatre catégories de handicap.

Difficultés rencontrées face à la clientèle en situation de handicap

TABLEAU 1 : TÉMOIGNAGES DES PRESTATAIRES SUR LES DIFFICULTÉS LIÉES À L'ACCESSIBILITÉ

Difficultés rencontrées face à la clientèle en situation de handicap
« Les toilettes de notre restaurant un peu trop serrées »
« Notre hôtel n'a pas d'ascenseur »
« Accès à certaines installations de nos remontées mécaniques »
« Accès aux différents locaux de notre restaurant »
« Accès à notre hôtel »
« Nous ne pouvons pas accueillir une clientèle handicapée. Notre hôtel n'a pas d'ascenseur »
« Accès aux véhicules »

Source : Données de l'auteur

En observant les différents arguments avancés par les sociétés on constate que les principales difficultés qu'elles rencontrent sont liées à l'accessibilité et à l'utilisation des locaux des différentes sociétés. Parmi les aménagements représentant des difficultés d'accessibilité on peut évoquer «les toilettes», « les véhicules », «les aménagements des installations des remontées mécaniques» et «les ascenseurs». Ces derniers sont d'ailleurs évoqués à deux reprises par les entreprises. Il est intéressant de noter que les sociétés n'ont mis en avant que l'aspect physique de l'accessibilité. Elles ne semblent avoir rencontrés aucune difficulté liées à la communication.

6.2. Aménagements pour l'accueil des touristes en situation de handicap

6.2.1. Hébergement

Aménagements extérieurs et intérieurs accessibles des hébergements

TABLEAU 2 : HÔTELS PROPOSANT DES CRITÈRES D'ACCESSIBILITÉ

Etablissement	Aménagements Extérieurs	Aménagements Intérieur
Hôtel 1	Rampe d'accès portes automatiques	Largeur des portes salles de bain
Hôtel 2	Place de parc Rampe d'accès au bâtiment Chemin d'accès jusqu'au bâtiment Portes automatiques Place d'embarquement/débarquement	Aucune
Hôtel 3	Rampe d'accès au bâtiment	Ascenseurs escaliers à main courante
Hôtel 4	Place de parc rampe d'accès au bâtiment	Escaliers à main courante

Source : Données de l'auteur

Une première question est posée aux lieux d'hébergement afin de déterminer ce qui est fait en matière d'infrastructures pour la clientèle en situation de handicap. La liste de ces différents critères se trouve dans les questionnaires **en annexe II, III et IV**. Les résultats obtenus ont permis de découvrir que seulement quatre sociétés sur les huit répondantes possèdent de tels aménagements.

En observant le tableau on constate que la plupart des mesures adoptées restent basiques et peu variées. En ce qui concerne les aménagements extérieurs, les quatre sociétés ont aménagé une rampe d'accès. Deux lieux d'hébergement ont ajoutés à leur liste soit une place de parc, soit des portes automatiques. Seul l'un de ces hébergements répond à une grande partie des critères proposés.

En ce qui concerne les aménagements intérieurs, seuls les hôtels ayant fait des aménagements extérieurs les ont également réalisés à l'intérieur de leurs établissements.

Ceci prouve qu'il existe une volonté de cohérence pour assurer l'accueil de leur clientèle à besoins spécifiques. Un fait est cependant surprenant. « L'hôtel 2 » qui a adopté de nombreuses mesures pour son accessibilité extérieure n'a cependant rien effectué pour améliorer la circulation intérieure.

Chambres adaptées aux personnes en situation de handicap

TABLEAU 3 : HÔTELS POSSÉDANT DES CHAMBRES ACCESSIBLES

Etablissement	Chambres accessibles	Aménagement	Accessibilité intérieure
Hôtel 2	OUI	NON	Aucune
Hôtel 3	OUI	NON	Ascenseurs escaliers à main courante

Source : Données de l'auteur

Seuls deux des huit hôtels répondants possèdent des chambres adaptables aux personnes en situation de handicap. En d'autres termes, seul le quart de ces hébergements offrent la possibilité aux personnes en situation de handicap de séjourner dans leurs établissements. Une question supplémentaire est adressée aux hôtels afin de connaître les aménagements particuliers de ces chambres. Aucun des deux établissements avec des chambres accessibles n'a apporté de réponses. Cela pourrait notamment signifier que ces chambres n'ont fait l'objet d'aucun aménagement particulier mais que les établissements estiment malgré tout qu'elles conviennent aux personnes en situation de handicap

Les prestations et les services

TABLEAU 4 : HÔTEL PROPOSANT DES SERVICES ADAPTÉS À LEUR CLIENTÈLE HANDICAPÉE

Etablissement	Prestations accessibles	Aménagements particuliers
Hôtel 3	OUI, salle des banquets	NON

Source : Données de l'auteur

Une des questions consiste à savoir si ces derniers ont effectués des investissements pour l'accessibilité de leurs différentes prestations. Sur les quatre hôtels qui ont rendu leur établissement accessible, seul un de ces hébergements révèle que sa salle des banquets est accessible aux personnes en situation de handicap. Très peu d'hôtels offrent donc des services intérieurs accessibles aux personnes en situation de handicap.

Tout comme pour les chambres, la question complémentaire sur les aménagements spéciaux effectués pour rendre leurs services accessibles est restée sans réponse. Cela pourrait signifier que l'hôtel considère que sa « salle de banquet » se prête à l'utilisation des personnes en situation de handicap mais sans avoir effectué d'aménagements spéciaux. Elle n'a donc pas forcément été pensée à son ouverture aux personnes à besoins spécifiques.

Le service de restauration

TABLEAU 5 : HÔTELS PROPOSANTS UN SERVICE DE RESTAURATION ACCESSIBLE

Etablissement	Accessibilité extérieur	Déplacement salle	Toilettes accessibles
Hôtel 1	OUI	OUI	NON
Hôtel 2	OUI	OUI	NON
Hôtel 3	OUI	OUI	OUI
Hôtel 4	OUI	OUI	OUI
Hôtel 5	NON	OUI	NON

Source : Données de l'auteur

Cette question est posée afin de connaître l'accessibilité du service de restauration des différents hôtels. Ce tableau est basé sur la question de l'espacement des tables dans les restaurants. En effet, ce critère est un élément essentiel dans l'accessibilité et la circulation à l'intérieur d'un établissement. La question est posée en y ajoutant l'espacement recommandé par l'association Tourisme & Handicap qui était de 1,30m entre chaque table (Tourisme & Handicap, 2007, p.36).

Une fois encore, ce sont majoritairement les hôtels offrant une accessibilité extérieure qui répondent à ce critère. Un nouvel hôtel s'est cependant ajouté à cette liste et répond à ce critère. Les toilettes jouent également un rôle important pour l'accessibilité d'un restaurant. La moitié des hôtels ne possèdent pas de toilettes adaptées.

Synthèse des résultats des hébergements

En résumé, seul la moitié des hôtels interrogés proposent un accès facilité à leur établissement. Bien que les aménagements soient basiques, la plupart des établissements respectent une accessibilité cohérente en proposant aussi bien des aménagements extérieurs qu'à l'intérieur de leurs établissements.

Il n'existe que deux hôtels pouvant offrir une accessibilité à leur chambre. L'un de ces hôtels ne possède aucun aménagement intérieur et les chambres peuvent donc être difficilement atteignables. On ne trouve que deux hôtels qui peuvent proposer un service complet dans leurs restaurants alors qu'un seul d'entre eux peut mettre une seconde prestation à la disposition de ses clients en situation de handicap.

Trois établissements sont susceptibles d'offrir une bonne accessibilité à sa clientèle. Selon cette étude, « L'hôtel 3 » est le meilleur des établissements. Il propose des aménagements extérieurs et intérieurs à son bâtiment. Il possède également des chambres accessibles aux personnes en situation de handicap. Au niveau de ses prestations, il peut mettre à la disposition de ses clients une salle de banquet. Son restaurant propose un passage facilité entre les tables ainsi que des toilettes accessibles. Son accessibilité serait donc très bonne.

« L'hôtel 2 » est également un établissement intéressant. Bien qu'il ne propose aucun aménagement intérieur, il répond à de nombreux critères pour son accessibilité extérieure. Il propose également des chambres accessibles pour sa clientèle à besoins particuliers même s'il n'existe pas encore de moyens de pouvoir les atteindre.

« L'hôtel 4 » propose une accessibilité complète de son bâtiment. Bien qu'il ne possède pas de chambres accessibles, il pourrait néanmoins proposer un service de restauration intéressant pour les personnes handicapées.

6.2.2. La restauration

Aménagements extérieurs et intérieurs des restaurants

TABLEAU 6 : RESTAURANTS PROPOSANT DES CRITÈRES D'ACCESSIBILITÉ

Etablissement	Aménagements Extérieurs	Aménagements Intérieur
Restaurant 1	Rampe d'accès au bâtiment Portes automatiques Place d'embarquement/débarquement	Rampes d'accès
Restaurant 2	Place de parc Chemin d'accès jusqu'au bâtiment Portes automatiques	Signalétique intérieure Ascenseur
Restaurant 3	Rampe d'accès au bâtiment Portes automatiques Chemin d'accès jusqu'au bâtiment	Signalétique intérieure Ascenseur

Source : Données de l'auteur

Sur les cinq restaurants interrogés, deux d'entre eux ne possèdent aucun aménagement particulier. Trois établissements en revanche possèdent des infrastructures intéressantes pour faciliter l'accessibilité extérieure et intérieure à leur clientèle à besoins particuliers.

Il faut également noter que le « Restaurant 1 » est un restaurant de village alors que les autres sont des restaurants d'altitude et sont implantés aux arrivées des remontées mécaniques. C'est une des raisons expliquant que les critères d'accessibilité soient plus variés que ceux des lieux d'hébergements. Les besoins de la clientèle ne sont pas les mêmes dans les villages qu'en altitude. Cet argument est confirmé par le fait que les deux restaurants d'altitude possèdent des aménagements similaires.

Les trois restaurants ont en commun des portes automatiques. Ils ont également tous les trois effectués des aménagements intérieurs pour compléter leur accessibilité. Il faut cependant noter que le « Restaurant 3 » a signalé une difficulté d'accessibilité à ses différents locaux sans pour autant préciser la raison. Il n'a pas précisé non plus quels locaux

étaient inaccessibles. Les différents aménagements effectués ne suffiraient peut-être pas pour assurer une accessibilité adéquate.

Service de restauration

TABLEAU 7 : RESTAURANTS PROPOSANTS UN SERVICE ACCESSIBLE

Etablissement	Accessibilité extérieur	Déplacement salle	Toilettes accessibles
Restaurant 1	OUI	OUI	OUI
Restaurant 2	OUI	OUI	OUI
Restaurant 3	OUI	OUI	OUI
Restaurant 4	-	OUI	NON
Restaurant 5	NON	OUI	NON

Source : Données de l'auteur

Ce tableau illustre les restaurants répondant aux critères du déplacement facilité dans la salle. Quatre restaurants sur les cinq interrogés se retrouvent dans ce tableau, ce qui est plutôt bon. Le nombre de ces établissements est complété par le « Restaurant 4 » qui est un restaurant des remontées mécaniques. Les réponses sont apportées par les remontées mécaniques, la question de l'accessibilité extérieure n'a pas été traitée car elle est absente du questionnaire des remontées mécaniques. Ce phénomène explique notamment l'ignorance à propos de l'accessibilité extérieur de l'établissement.

En analysant ce tableau, on peut notamment constater que les trois restaurants possédant une accessibilité extérieure et intérieure répondent à tous les critères d'accessibilité proposés. En revanche, les deux nouveaux établissements apparus sur ce tableau ne proposent pas de toilettes accessibles et l'un d'entre eux ne possède pas de critères d'accessibilité extérieure.

A noter également que le « Restaurant 3 » propose contrairement aux autres restaurants un emplacement réservé pour les personnes en situation de handicap. En revanche aucun des restaurant interrogés ne disposent d'un service de self-service accessible aux personnes en situation de handicap.

Synthèse des résultats des restaurants

Une fois encore, seule la moitié des restaurants répondants propose une accessibilité à leur clientèle. La plupart des restaurants interrogés possèdent une salle satisfaisante pour leur clientèle. En revanche, seule la moitié des restaurants répondant ont des toilettes accessibles. Cette situation diminue donc le potentiel d'accessibilité de ces différents établissements.

Parmi les restaurants répondants, trois d'entre eux sont particulièrement intéressants. Les trois restaurants proposent une accessibilité cohérente et ont investis dans un aménagement intérieur et extérieur varié. Le « Restaurant 1 » de village propose notamment des rampes d'accès intérieures ainsi que plusieurs critères extérieurs facilitant l'entrée de son bâtiment. Les deux restaurants d'altitude possèdent quant à eux des ascenseurs ainsi qu'une signalétique intérieure. Ces trois restaurants proposent une accessibilité complète notamment les WC et un passage facilité entre les tables.

6.2.3. Les remontées mécaniques

Aménagements extérieurs et intérieurs des restaurants

TABLEAU 8 : REMONTÉES MÉCANIQUES PROPOSANT DES CRITÈRES D'ACCESSIBILITÉ

Société	Aménagements Extérieurs	Aménagements Intérieurs
RM 1	Rampe d'accès aux bâtiments	Rampes d'accès
RM 2	Place de parc Place d'embarquement/débarquement Portes automatiques Rampe d'accès au bâtiment	Rampes d'accès Signalétique intérieure Ascenseur accessible Escaliers avec main courante

Source : Données de l'auteur

Les deux remontées mécaniques ont fait des investissements afin d'améliorer leur accessibilité. Les aménagements varient cependant fortement selon les remontées mécaniques interrogées. Ces dernières ont en commun l'aménagement de rampes d'accès à l'extérieur et à l'intérieur de leurs établissements. Cependant les « Remontées mécaniques

2 » ont fait des aménagements bien plus variés que les « Remontées mécaniques 1 ». Elles ont d'ailleurs répondu à la plupart des critères proposés et assurent donc une bonne accessibilité pour leur clientèle.

L'accessibilité des installations mécaniques

TABLEAU 9 : AMÉNAGEMENTS FACILITANT L'ACCÈS AUX REMONTÉES MÉCANIQUES

Société	Accessibilité des remontées mécaniques
RM 1	Aménagement d'un passage pour fauteuil roulants évitant les tourniquets infranchissables
RM 2	Aménagement d'un passage pour fauteuil roulants évitant les tourniquets infranchissables

Source : Données de l'auteur

Une question supplémentaire est adressée aux remontées mécaniques afin de connaître les aménagements effectués pour faciliter l'accès à leurs installations. Les résultats démontrent que cette accessibilité n'est pas encore très développée. Pour faciliter l'accès de leurs installations, les deux sociétés de remontées mécaniques ont mis en place des passages afin d'éviter aux personnes à mobilité réduite de devoir emprunter les tourniquets. Les « RM 2 » ont d'ailleurs signalé à la question sur les difficultés rencontrées avec la clientèle que l'accès aux installations constitue un des problèmes rencontrés lors de ses contacts avec la clientèle.

Les activités accessibles aux personnes en situation de handicap

TABLEAU 10 : ACTIVITÉS ACCESSIBLES PROPOSÉES PAR LES REMONTÉES MÉCANIQUES

Société	Offre d'activités adaptées	Accompagnateurs spécialisés
RM 1	Aucune	NON
RM 2	Ski alpin Snowboard Sentiers de randonnées	NON

Source : Données de l'auteur

Ce tableau donne un aperçu des activités proposées aux personnes en situation de handicap par l'intermédiaire des remontées mécaniques. Il n'existe que très peu d'activités ouvertes aux personnes handicapées proposées par le biais de leurs sociétés. Des sports d'hiver tel que le ski, le snowboard ou encore les sentiers de randonnées en été font partie des activités considérées comme pouvant être accessibles. Ces activités n'ont cependant fait l'objet d'aucune adaptation particulière et la pratique de ces sports dépend donc essentiellement des capacités propres de chaque participant.

Une seconde question en lien avec les activités leur a été adressée. Il s'agissait de savoir si des moniteurs ou des accompagnateurs étaient formés pour encadrer la clientèle en situation de handicap lors de ces activités. Les deux sociétés de remontées mécaniques ont déclarés qu'il n'existait à leurs connaissances aucune personne formées pour encadrer les personnes en situation de handicap. Ce fait a notamment été confirmé par la suite par l'école de ski de Grimentz (I. Dominé, employé de l'ESS Grimentz, CP, 3 décembre 2014).

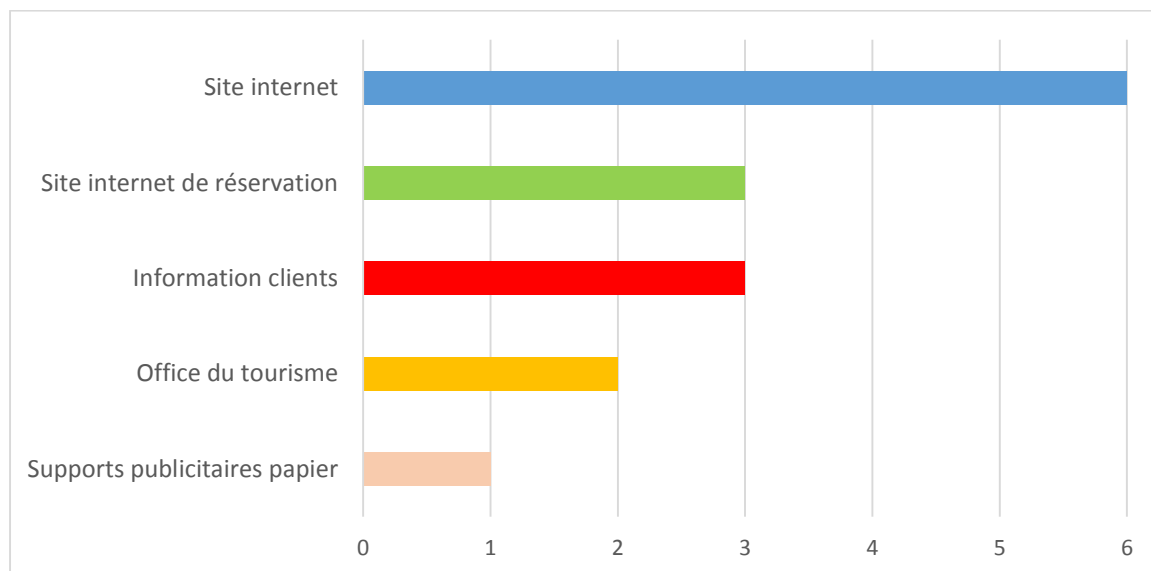
Synthèse des résultats des remontées mécaniques

Une rapide analyse des deux remontées mécaniques laisse entrevoir quelques problèmes liés à l'infrastructure de base des remontées mécaniques. En effet, seule l'une d'entre elle a réellement su adapter son accessibilité à sa clientèle. L'offre proposée quant à elle est également minime, les remontées mécaniques ne proposant pas d'activités adaptées et l'encadrement n'étant apparemment pas proposé. Les « RM 2 » ont fait malgré tous des efforts pour améliorer leur accessibilité. Il existe de nouveau ce phénomène de cohérence entre les différents aménagements pour améliorer l'accessibilité.

6.3. Communication avec votre clientèle

6.3.1. Moyen de promotion utilisé pour la clientèle

FIGURE 2 : OUTILS DE PROMOTIONS UTILISÉS PAR LES SOCIÉTÉS



Source : Données de l'auteur

Le graphique ci-dessus décrit les outils promotionnels employés habituellement par les entreprises pour communiquer avec leur clientèle. Dix des entreprises interrogées ont répondu à cette question. Lorsque l'on observe ce tableau, on constate rapidement qu'internet est un moyen de communication très utilisé par les différentes sociétés puisque plus de la moitié de ces dernières déclarent l'employer comme outil de promotion.

Les clients apprécient également le contact direct avec l'entreprise. La « communication personnelle » arrive en seconde position à égalité avec les sites internet de réservation. Il peut sembler en revanche étrange que seul deux sociétés aient cité les offices du tourisme comme canal d'informations important. Les offices pourraient ne pas sembler essentiels dans la promotion de leurs établissements qu'elles préfèrent mener elles-mêmes. Pourtant les offices du tourisme proposent des listes complètes d'hébergements ainsi que de lieux de restauration.

Les supports publicitaires tels que les affiches et flyers arrivent quant à eux en dernière position dans le classement. Une seule société a révélé l'importance qu'a pour elle les supports publicitaires autrefois souvent utilisés et un peu oubliés de nos jours.

La question porte sur les supports habituellement utilisés par ces sociétés pour la promotion de l'entreprise. Nous avons analysé les résultats obtenus pour voir quelles entreprises possédant des critères d'accessibilité donnent des informations sur les aménagements pour faciliter l'accessibilité auprès des personnes en situation de handicap. Il faut partir du principe que les entreprises sont capables de donner les informations complétées sur leur accessibilité. Les informations du tableau portent sur les supports publicitaires tels que les sites internet ou les brochures en ligne.

Communication avec la clientèle en situation de handicap

TABLEAU 11 : INFORMATIONS SUR L'ACCESSIBILITÉ DES SOCIÉTÉS

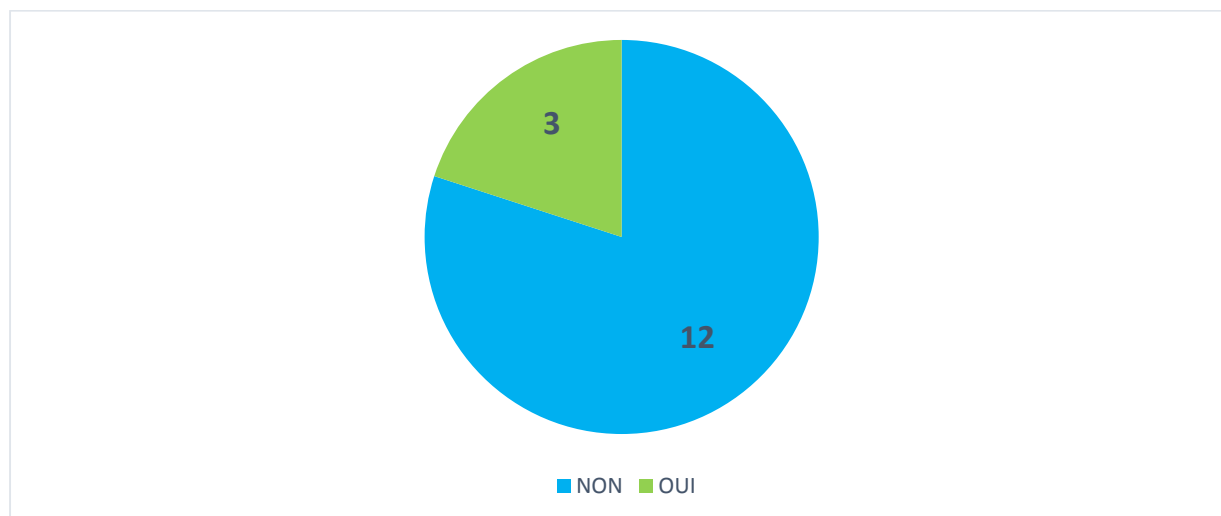
Société	Informations clientèle handicap	Biais utilisé
Hôtel 1	OUI	Site Internet de la société Site Internet de réservation
Hôtel 2	NON	-
Hôtel 3	NON	-
Hôtel 4	NON	-
Restaurant 1	NON	-
Restaurant 2	OUI	Site internet des remontées mécaniques
Restaurant 3	OUI	Site internet des remontées mécaniques
RM1 Restaurant 4	NON	-
RM2	NON	-

Source : Données de l'auteur

Il n'y a que trois sociétés qui publient des informations sur leur accessibilité par le biais des sites internet. Les personnes doivent donc interrogés directement les entreprises pour leur demande d'information.

6.3.2. Utilisation de brochures pour la promotion des infrastructures accessibles

FIGURE 3 : SOCIÉTÉS METTANT DES BROCHURES À LA DISPOSITION DE LEUR CLIENTÈLE



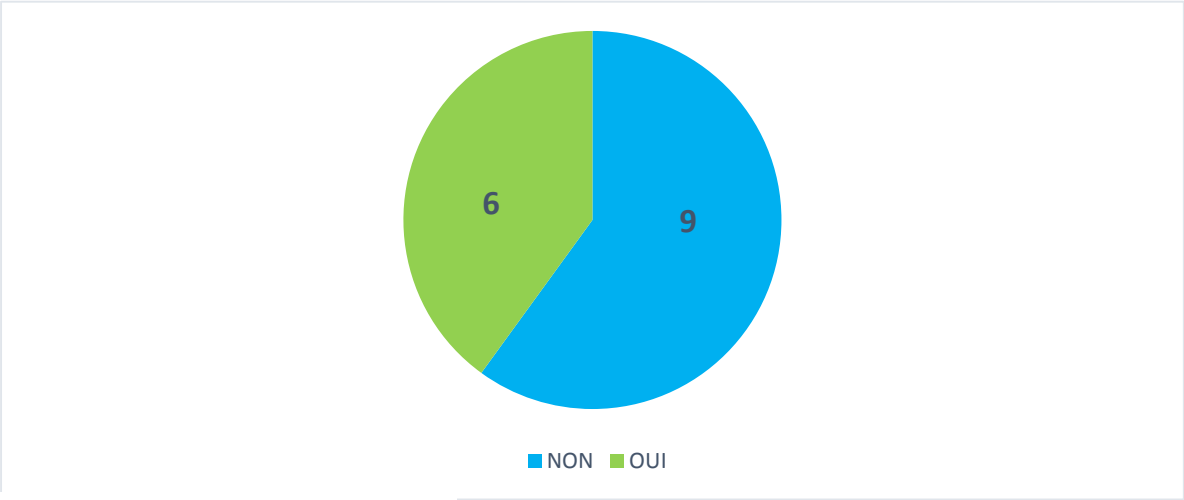
Source : Données de l'auteur

Une question est ensuite été posée aux entreprises afin de savoir si ces dernières mettent à la disposition de leur clientèle une brochure descriptive sur leurs infrastructures et leurs services disponibles dans leur établissement. Sur les 15 sociétés répondantes, seulement 3 mettent à disposition de tels moyens de communication. Les entreprises mettant à disposition ces informations sont des hôtels.

Suite à cette question, une question en rapport avec les personnes en situation de handicap leur a été posée. Il s'agit de découvrir si les entreprises mettent à disposition des brochures adaptées à cette clientèle. Toutes les entreprises ont alors admis qu'elles ne proposent aucune brochure adaptable à ce public. Le manque de clientèle en situation de handicap en est sans doute la cause.

6.3.3. Conseils sur des produits accessibles pour les touristes handicapés

FIGURE 4 : SOCIÉTÉS POUVANT RECOMMANDÉS DES PRODUITS ACCESSIBLES DANS LEUR RÉGION



Source : Données de l’auteur

Sur les quinze entreprises répondantes, seulement 6 sont capables de conseiller les personnes en situation de handicap sur les établissements accessibles dans leur région et les activités adaptées dans la région. Afin de mieux comprendre ce phénomène, mettons en relation les entreprises disposant d’une accessibilité et les sociétés capables de renseigner les touristes en situation de handicap sur l’accessibilité régionale.

TABLEAU 12 : LES SOCIÉTÉS ACCESSIBLE CAPABLE DE RENSEIGNER LEUR CLIENTÈLE HANDICAPÉE

Société	Accessibilité	Conseils aux touristes en situation de handicap
Hôtel 1	OUI	OUI
Hôtel 2	OUI	NON
Hôtel 3	OUI	NON
Hôtel 4	OUI	OUI
Restaurant 1	OUI	OUI
Restaurant 2	OUI	OUI
Restaurant 3	OUI	NON
RM 1	OUI	NON
RM 2	OUI	OUI

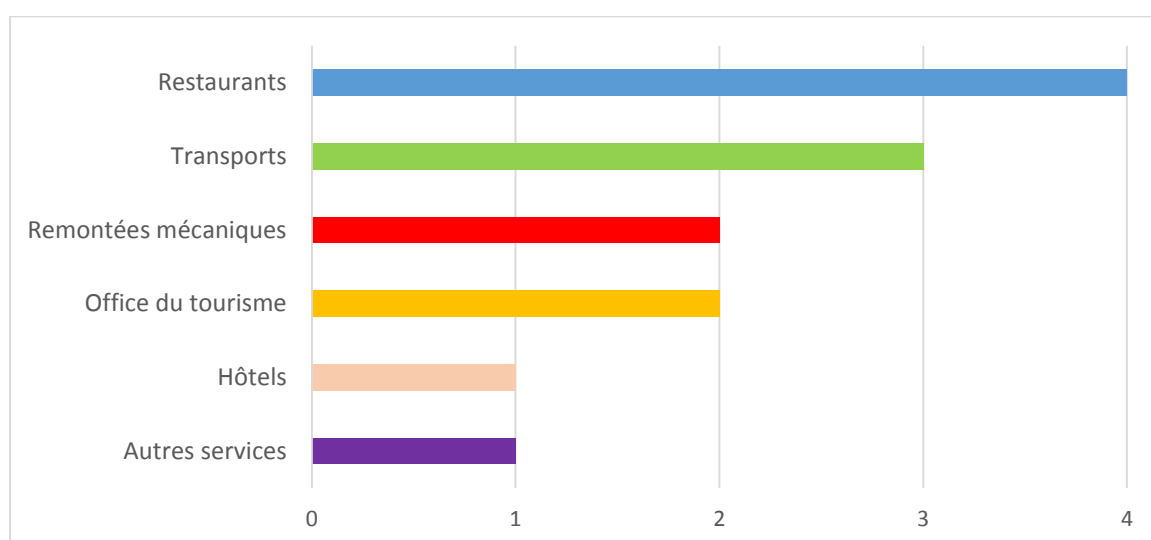
Source : Données de l’auteur

Selon les observations de ce tableau, cinq des six sociétés sont capables de renseigner les touristes en situation de handicap se retrouvent parmi les sociétés ayant pris des mesures pour développer leur accessibilité. Les résultats positifs peuvent notamment signifier que les entreprises actives dans le développement du tourisme pour tous régional ne se contentent pas uniquement d'améliorer l'accessibilité de leurs établissements mais s'intéressent également à l'accessibilité régionale offertes par d'autres prestataires. Les réponses négatives peuvent être motivées par deux raisons. Premièrement, il peut s'agir d'un manque d'intérêt de la part de certaines entreprises d'approfondir leurs connaissances du tourisme pour tous. Deuxièmement, il peut également être dû au manque de développement du tourisme pour tous ou de communication de la part des différentes sociétés.

6.4. Avenir du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers

6.4.1. Infrastructure publique à rendre accessibles aux touristes handicapés

FIGURE 5 : INFRASTRUCTURES PUBLIQUES DEVANT DEVENIR ACCESSIBLE DANS L'AVENIR



Source : Données de l'auteur

Ce graphique illustre les opinions des entreprises concernant les infrastructures devant bénéficier en priorité d'une accessibilité pour les personnes en situation de handicap. Les neuf sociétés répondantes ont cité chacune plusieurs entreprises très variées. Certaines reviennent régulièrement. C'est notamment le cas des « restaurants » et des « transports publics » qui se démarquent des autres propositions.

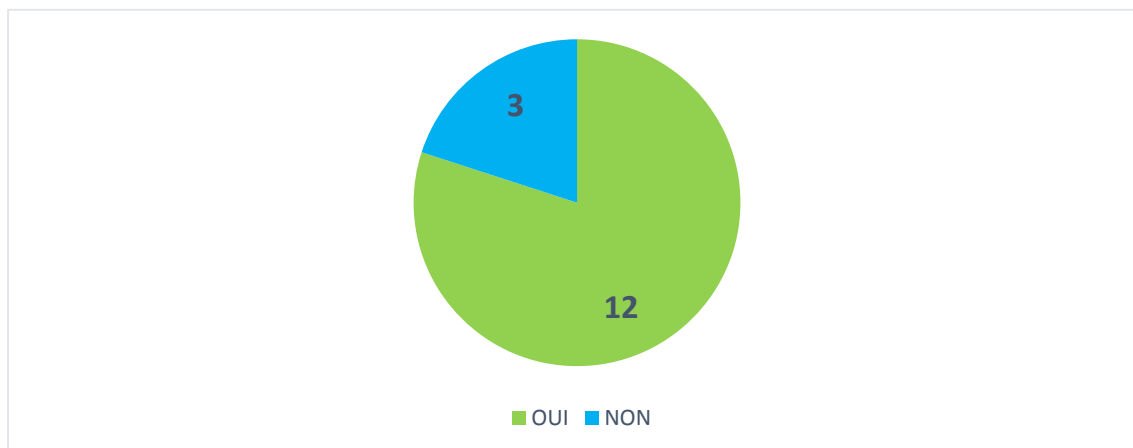
Les infrastructures citées en seconde position regroupent les « remontées mécaniques » et les « offices du tourisme ». Ces deux sociétés sont très importantes pour le tourisme mais profitent cependant plus aux visiteurs qu'à la population résidente.

Un fait surprenant est à noter. Une seule des sociétés répondantes considère que les hôtels devraient faire l'objet d'une accessibilité pour les personnes en situation de handicap. Considérant que les sociétés répondantes sont majoritairement des hôtels, il semble étrange que ces établissements ne considèrent pas que leur mise en accessibilité soit une priorité. Il pourrait y avoir deux explications à ce phénomène. Premièrement, un manque d'intérêt de ces derniers pour le développement du tourisme pour tous. Deuxièmement, le fait que les hôtels considèrent que d'autres infrastructures devraient devenir accessibles avant de pouvoir accueillir les personnes en situation de handicap.

Enfin, une société a précisé qu'il faudrait également veiller à l'accessibilité des « autres services ». Ces derniers regroupent des établissements destinés en priorité aux résidents de la région tels que les banques ou les cabinets médicaux. Il ne faut pas oublier que le développement de l'accessibilité d'une destination ne facilite pas seulement la vie des touristes mais également celle des résidents.

6.4.2. Formation des professionnels au tourisme pour tous

FIGURE 6 : PRESTATAIRES TOURISTIQUES INTÉRESSÉES PAR L'ACCUEIL DES PERSONNES HANDICAPÉES

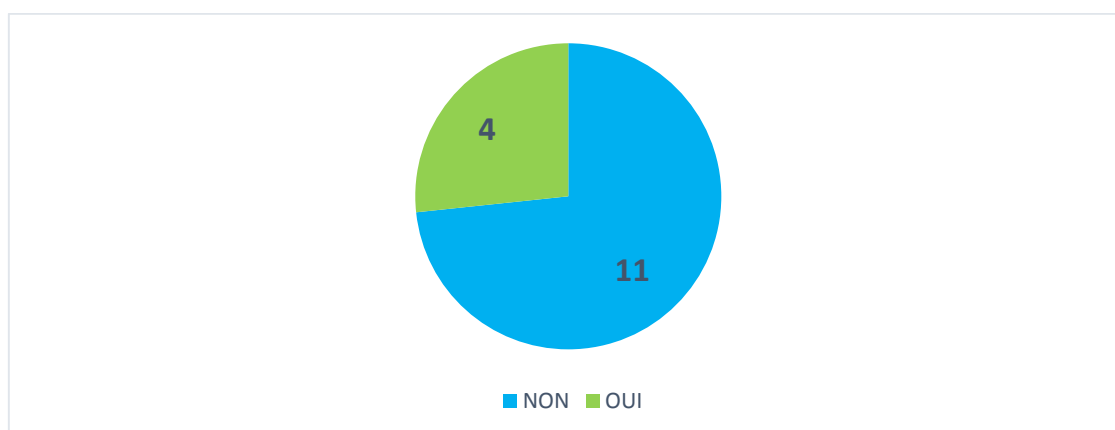


Source : Données de l'auteur

Ce graphique interroge l'intérêt des sociétés pour une formation des professionnels à l'accueil des touristes en situation de handicap. On constate que douze de ces sociétés répondantes considèrent qu'une formation pourrait être bénéfique pour eux. C'est un résultat très positif compte tenu que la formation constitue l'un des éléments clés au développement d'un tourisme pour tous.

6.4.3. Adoption de mesures pour le développement du tourisme pour tous

FIGURE 7 : SOCIÉTÉS DÉSIANT ADOPTER PRENDRE DES MESURES POUR FAVORISER LEUR ACCESSIBILITÉ



Source : Données de l'auteur

Lorsque l'on observe ce graphique, on constate que le bilan actuel est plutôt négatif en ce qui concerne le développement d'un tourisme pour tous dans la région du Val d'Anniviers.

En effet, une grande majorité des entreprises répondantes ne prévoient pas d'adopter des mesures pour le tourisme accessibles à tous.

Quant aux quatre sociétés souhaitant développer leur accessibilité, trois d'entre elles ont un lien avec les remontées mécaniques de Grimentz-Zinal puisqu'il s'agit soit de leurs installations mécaniques soit de leurs restaurants d'altitude. Ce résultat signifierait donc que seulement deux sociétés souhaitent réellement investir dans l'accessibilité de leurs établissements.

TABEAU 13 : JUSTIFICATION DES SOCIÉTÉS DÉSIREUSES OU NON D'AMÉLIORER LEUR ACCESSIBILITÉ

Justification du refus du développement d'un tourisme pour tous
« Coûts trop élevés si nous devons être aux normes concernant les chambres, et aucune aide n'est prévue... »
« Financement des travaux d'adaptation »
« Contrat de location saisonnier, Pas d'assurance de continuer d'une saison à l'autre »
« pas d'argent, pas notre clientèle cible »
« Manque d'argent et ancienneté du bâtiment »
« le nécessaire est déjà fait et c'est déjà pas mal »
« En 2017 j'aurais les fonds nécessaires pour faire un ascenseur pour les chambres »
« Adaptation de tous les accès pour les personnes handicapées et amélioration de l'information leur étant destinée »
« Nous améliorons chaque année nos locaux et sommes à l'écoute des désirs des personnes handicapées. »
« Nous répondons à leur demande et leur facilitons leur accueil dans la mesure de nos possibilités »

Source : Données de l'auteur

Il existe plusieurs raisons pour lesquelles les sociétés ne souhaitent pas améliorer leur accessibilité. La première d'entre elle est avant tout financière. Parmi les dix sociétés répondantes, cinq ont en effet évoqués des raisons financières. Cet argument peut être justifié par le fait que les sociétés locales sont majoritairement des entreprises de petite et moyenne taille. Elles n'ont donc pas forcément les moyens de supporter cette charge financière supplémentaire. Un autre argument évoque l'infrastructure elle-même: « coûts trop élevé pour se mettre aux normes » et « ancienneté du bâtiment ». Les normes liées à la construction seraient trop sévère ou que l'architecture du bâtiment ne permettrait pas d'effectuer de tels aménagements. Dans une des sociétés, les exploitants sont locataires de l'établissement et ne prévoient pas d'effectuer des aménagements supplémentaires ne

sachant pas s'ils seront encore présents l'an prochain et leurs investissements qui n'auront pas le temps d'être rentabilisés.

Justification des entreprises avec des projets de développement

TABLEAU 14 : TÉMOIGNAGES DES ENTREPRISES DÉSIREUSES D'AMÉLIORER LEUR ACCESSIBILITÉ

Société	Justification
RM 2	« Adaptation de tous les accès pour les personnes handicapées et amélioration de l'information leur étant destinée »
Restaurant 2	« Nous répondons à leur demande et leur facilitons leur accueil dans la mesure de nos possibilités »
Restaurant 3	« Nous améliorons chaque année nos locaux et sommes à l'écoute des désirs des personnes handicapées. »
Hôtel 4	« En 2017 j'aurais les fonds nécessaires pour faire un ascenseur pour les chambres »

Source : Données de l'auteur

Il est intéressant de remarquer que les quatre entreprises désireuses de faire de nouveaux aménagements pour l'accessibilité ont déjà toutes beaucoup investis. Ces entreprises sont également à l'écoute de leur clientèle. Si deux de ces entreprises l'expriment de manière claire dans cette question « Nous sommes à l'écoute des désirs de notre clientèle » et « Nous répondons à leur demande », les autres l'ont exprimé de manière indirecte au cours du questionnaire.

Rapport entre les difficultés rencontrées et les investissements des entreprises

TABLEAU 15 : COMPARAISON ENTRE DES DIFFICULTÉS ET INVESTISSEMENTS DES SOCIÉTÉS

Société	Difficultés rencontrées	Investissement en accessibilité
RM 2	Accès à certaines installations	Adaptation de tous les accès, Amélioration de la communication
Restaurant 3	Accessibilité des locaux	Amélioration courante des locaux
Hôtel 4	pas d'ascenseur	Un ascenseur pour les chambres

Source : Données de l'auteur

Il est intéressant de comparer la question des difficultés rencontrées dans l'accueil des personnes en situation de handicap et les investissements prévus dans les années à venir. Les trois sociétés tiennent compte des difficultés rencontrées et s'en servent afin d'adopter des mesures concrètes d'accessibilité. Il est également intéressant de constater que tous les

secteurs économiques se sentent concernés puisqu'on retrouve au moins une société de chaque catégorie dans ce tableau.

6.5. Les bonnes pratiques régionales

Même si la majorité de ces entreprises n'offrent que peu voire aucune accessibilité pour les personnes en situation de handicap, il existe déjà une prise de conscience de certains prestataires touristiques locaux qui ont adopté des initiatives pour leur clientèle. Ces exemples d'entreprises se retrouvent dans tous les secteurs économiques interrogés. Ces exemples de bonnes pratiques pourraient constituer des modèles intéressants pour les entreprises.

Même si leurs différentes offres ou leurs aménagements mériteraient d'être plus développés, ces entreprises ont pris d'excellents engagements pour adapter leur offre aux besoins particuliers de leur clientèle. Dans un souci de cohérence, ces entreprises ont su améliorer leur accessibilité par l'aménagement de différentes infrastructures extérieures et intérieures. Certaines de leurs offres ont également pu être ouvertes aux personnes en situation de handicap.

Parmi les bons exemples de cohérence nous retrouvons l'hôtel Alpina de Grimentz. Bien que l'hôtel dispose d'une simple rampe d'accès extérieure, il a aménagé un ascenseur et des escaliers à main courante dont pourrait également bénéficier aux personnes à mobilité réduite telles que les personnes âgées ou les familles avec de jeunes enfants. La société possède également des chambres ainsi qu'une salle de banquet qu'elle peut mettre à la disposition aux personnes en situation de handicap. L'hôtel propose encore dans son restaurant des toilettes adaptées ainsi qu'un espace suffisant pour la circulation entre les tables. Au niveau de sa communication, l'hôtel met également une brochure à disposition de sa clientèle sur les offres et infrastructures disponibles dans son hôtel. Cette brochure pourrait être adaptée aux personnes en situation de handicap.

Ces sociétés possèdent une vision à long terme du développement de leurs offres. Elles ont déjà fait des aménagements et comptent poursuivre sur cette lancée en proposant de nouveaux produits à leur clientèle. Elles sont également attentives aux besoins et aux

problèmes rencontrés par la clientèle. C'est une bonne manière de voir les choses car les personnes en situation de handicap connaissent très bien leurs besoins. Ces entreprises ont un comportement proactif et réfléchissent à la manière de régler les différentes difficultés préalablement identifiées. Le meilleur exemple de cette vision à long terme est sans nul doute le cas des restaurants des remontées mécaniques de Grimentz-Zinal. Que cela soit au niveau des installations ou des restaurants d'altitude de Sorebois ou de Bendolla, chacun de ses établissements ont témoigné de leur écoute de la clientèle. Les restaurants d'altitude ont notamment déclarés « Nous sommes à l'écoute de notre clientèle » et « Nous facilitons leurs accueil dans la mesure de nos possibilités ». Ils ont su également tirer des leçons de leurs difficultés. Ainsi les installations des remontées mécaniques ont identifié un problème d'accessibilité de leurs installations et souhaitent se développer afin d'être accessibles à tous. Le Restaurant de Bendolla a déclaré que l'accessibilité des locaux était parfois compliquée mais qu'il travaillait chaque année pour résoudre ce problème.

Parmi ces différentes sociétés, certaines ont mis en place des aménagements très variés permettant de satisfaire au maximum les besoins particuliers de leur clientèle. Cependant l'accessibilité ne se limite pas à l'aménagement physique. Certaines de ces entreprises réfléchissent également à l'aménagement de leur espace afin que leur environnement soit le plus confortable possible pour leur clientèle. Un des exemples les plus frappants est celui du restaurant de la Gougra à Saint-Jean. Le restaurant propose un grand nombre d'aménagements à l'extérieur et à l'intérieur de son établissement, ainsi qu'espace suffisant entre les tables permettant une circulation aisée dans la salle du restaurant. Le restaurant propose une accessibilité globale et cohérente de son établissement.

Les meilleurs exemples régionaux d'accessibilité sont répertoriés ci-dessous sous la forme d'une petite description de l'entreprise et des points positifs d'accessibilité pour le tourisme pour tous par ces différentes sociétés. Ceci n'est pas une liste exhaustive de tous les bons exemples d'entreprises et ont été sélectionnés pour la variété et la cohérence de leur offre globale.

TABLEAU 16 : PRÉSENTATION DE L'HÔTEL ALPINA

L'hôtel Alpina ***	<p>Description de l'entreprise</p> <p>L'hôtel Alpina est un établissement proposant une accessibilité élargie de son offre. Cet hôtel est situé à Grimentz en face du téléphérique de Grimentz-Zinal. Il propose des chambres simples ou double et ainsi que la location d'une salle de buffet / conférence. Il loue des chambres à 220.- (alpina-grimentz, 2009)</p>
<p>Les plus :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Aménagement d'infrastructures extérieures et intérieures du bâtiment ◆ Chambres accessibles ◆ Salle de buffet/ conférence accessible ◆ Toilettes dans le restaurant accessibles et salle bien espacée 	

Source : Données de l'auteur et le site internet de l'Alpina (<http://www.alpina-grimentz.com>)

TABLEAU 17 : PRÉSENTATION DU RESTAURANT LA GOUGRA

Restaurant la Gouggra	<p>Description de l'entreprise</p> <p>Le restaurant la Gouggra est situé dans le village de Saint-Jean aux abords du village de Grimentz. Il propose une cuisine régionale et la réservation du restaurant pour des événements spéciaux. (lagouggra, 2014).</p>
<p>Les plus :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Aménagement d'infrastructures extérieures et intérieures du bâtiment ◆ Chambres accessibles ◆ Salle de buffet/ conférence accessible ◆ Toilettes dans le bar accessibles et salle bien espacée 	

Source : Données de l'auteur et le site internet de la Gouggra (<http://lagouggra.ch/>)

TABLEAU 18 : PRÉSENTATION DE L'HÔTEL SOREBOIS

Restaurant Sorebois	<p>Description de l'entreprise</p> <p>Le restaurant de Sorebois est situé au sommet des remontées mécaniques de Zinal. Le restaurant propose un service en salle ou au self-service. Il peut également organiser des dîners pour des occasions spéciales. Il pratique une politique de prix selon l'âge des personnes. (rma, 2014).</p>
<p>Les plus :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Aménagement infrastructure intérieures et extérieures variées ◆ Toilettes accessibles ◆ Espace suffisant entre les tables ◆ Communication sur les services accessible aux personnes handicapées par l'intermédiaire du site internet des remontées mécaniques 	

Source : Données de l'auteur et le site internet des Remontées mécaniques d'Anniviers (<http://www.rma.ch>)

TABLEAU 19 : PRÉSENTATION DU RESTAURANT DE BENDOLLA

Restaurant Bendolla	<p>Description de l'entreprise</p> <p>Le restaurant de Bendolla est situé au sommet des remontées mécaniques de Grimentz. Il propose une cuisine traditionnelle ainsi qu'un service au self-service ou à table.</p>
<p>Les plus :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Aménagement infrastructure intérieures et extérieures variées ◆ Toilettes accessibles ◆ Espace suffisant entre les tables ◆ Espace réservé aux personnes en situation de handicap ◆ Communication sur les service ouvert aux personnes handicapées par l'intermédiaire du site internet des remontées mécaniques 	

Source : Données de l'auteur et le site internet des Remontées mécaniques d'Anniviers (<http://www.rma.ch>)

TABLEAU 20 : PRÉSENTATION DES REMONTEES MECANIQUES DE GRIMENTZ-ZINAL

RM Grimentz-Zinal	<p>Description de l'entreprise</p> <p>Les remontées mécaniques de Grimentz-Zinal comportent toutes les pistes du versant droit du Val d'Anniviers. Les deux remontées mécaniques ont fusionné en un seul secteur en 2014 à la suite de l'inauguration du téléphérique reliant les deux secteurs skiables. Elles sont les points de départ de nombreuses activités hivernale et estivale et organisent de nombreux évènements durant toute l'année</p>
<p>Les plus :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Aménagement infrastructure intérieures et extérieures variées ◆ Aménagement basiques des installations 	

Source : Données de l'auteur et le site internet des Remontées mécaniques d'Anniviers (<http://www.rma.ch>)

7. Résultats de l'analyse qualitative

La communication joue un rôle essentiel dans la connaissance des offres touristiques régionales. Cela est d'autant plus vrai pour les personnes en situation de handicap qui pour se sentir à l'aise et profiter de leurs vacances ont besoins d'informations précises et détaillées à chaque étape de leur voyage (ENAT, 2011). Comme nous l'avons vu, certains prestataires mettent leurs offres en avant, mais ils ne sont pas les seuls à promouvoir le tourisme régional. La société Sierre-Anniviers Marketing propose des supports promotionnels intéressants qu'elle met à la disposition de sa clientèle. La société ne publie actuellement aucune information concernant l'accessibilité aux personnes en situation de handicap. Cependant, si le Val d'Anniviers développe son offre touristique destinée aux touristes en situation de handicap, il se pourrait que cette promotion se retrouve également par le biais de ces documents.

Cette partie se consacre donc à une analyse qualitative de deux supports promotionnels comportant des informations sur les prestataires touristiques interrogés dans le cadre de cette étude. Cette analyse sera réalisée grâce à des critères d'accessibilité reconnus tels que ceux de la société Initiative d'accès au web (WAI) et ceux délimités par la société EBU. Le site internet de Sierre Anniviers marketing ainsi que le guide touristique de l'Anniscope seront analysés.

7.1. Analyse du site internet de Sierre-Anniviers Marketing

Internet joue un rôle très important pour les personnes en situation de handicap. Une étude américaine a démontré que 40% des internautes américains en situation de handicap possédaient un accès à Internet. (Peters & Bradbard, 2009, p.28). Le site internet de Sierre Anniviers Marketing regorge d'informations utiles à la préparation d'un voyage. Toute l'offre du Val d'Anniviers y est répertoriée, ce qui inclut notamment les lieux d'hébergements et les établissements de restauration. Elle contient également des informations de base sur les remontées mécaniques. Internet est une plateforme très utile pour la destination et mérite d'être analysée.

L'analyse du site internet est effectuée sur la ligne de conduite WCAG 2.0 créée par la société d'initiatives d'accès au web (WAI). Cette dernière est une référence dans le domaine de l'accessibilité des sites web. Elle met notamment à la disposition des programmeurs de sites internet des grilles d'évaluation permettant d'en juger l'accessibilité (Peters & Bradbard, 2009, p.41). La qualité du site internet sera ensuite évaluée par un certain nombre de niveau de critères. Les normes de WAI ont notamment délimités trois catégories d'accessibilité. Le « A » signifie que des éléments basiques sont présents. Le critère « AA » est posé pour les critères d'accessibilité moyenne et les critères « AAA » offre un niveau optimal d'accessibilité. (2009, p.41). La grille d'analyse réalisée pour l'évaluation du site internet se trouve en **annexe V** de cette étude.

L'étude démontre notamment que le site internet « **www.valdanniviers.ch** » dispose bonne accessibilité de base. Il compte de nombreux critères de niveau A mais dispose également de critères plus développés.

7.1.1. Les critères d'accessibilité positif du site internet

Textes et langues

En ce qui concerne les fonctions basiques, le site internet est multilingue et possède des pages en français, en allemand, en anglais et en néerlandais (Critère A). Ces langues se retrouvent systématiquement dans chacun des titres et des textes de toutes les pages du site internet (Critère AA).

Table de contenu

La navigation sur le site internet est très simple d'utilisation. Le site internet propose différents chemins d'accès pour se rendre sur les pages désirées (Critère AA). **Un table de contenu** (figure 8) se trouve à la fin de la page d'accueil et permet à l'internaute de se rendre directement sur la page désirée (Critère A).

FIGURE 8 : TABLE DE CONTENU DU SITE DE SIERRE ANNIVIERS MARKETING

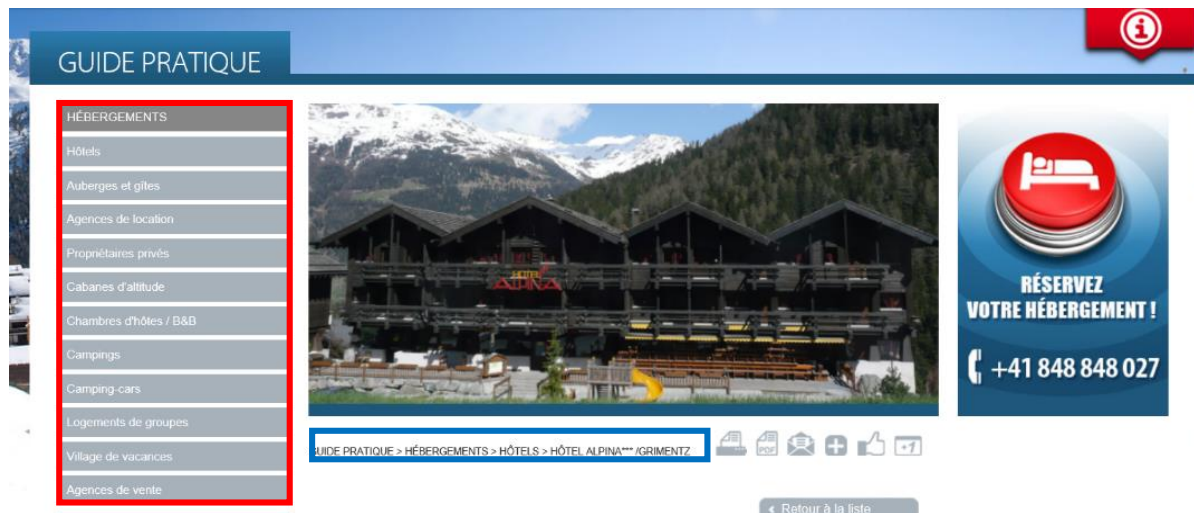
LA RÉGION	GUIDE PRATIQUE	A FAIRE EN ÉTÉ	A FAIRE EN HIVER	EN DIRECT
Les stations et les villages	Hébergements	Sport et loisirs	Sport et loisirs	Webcam
La ville	Restauration	Culture, patrimoine et découverte	Culture, patrimoine et découverte	Météo
Cartes interactives	Accès et transports	Anniviers Liberté	Programme d'animations	Info de dernière minute
Offices du Tourisme	Commerces	Pass Aventure Marmot' et Ado'	Top Events	Bulletin d'enneigement
	Evénements	Parcours Historiques	Bien-être et beauté	Etat des pistes
	Vie nocturne	Programme d'animations		Etat des routes
	Brochures	Top Events		Newsletter
	Pour les familles	Bien-être et beauté		Panoramas 360
	Ouvertures entre-saison			
	Autres services			
	Les taxes touristiques			

Source : <http://www.valdanniviers.ch> (2014)

Retrouver le chemin parcouru sur le site internet

Chaque page reprend directement un en-tête simple. Le titre de la fenêtre internet reprend le titre de la page affichée, expliquant alors son utilité (Critère A). **Une liste déroulante** (Figure 9) sur la gauche de l'écran permet à l'internaute de savoir où il se trouve à tout moment (Critère A). Afin de connaître **le chemin parcouru** jusqu'à la page affichée, celui-ci est affiché clairement au sommet de chaque page (Critère AA)

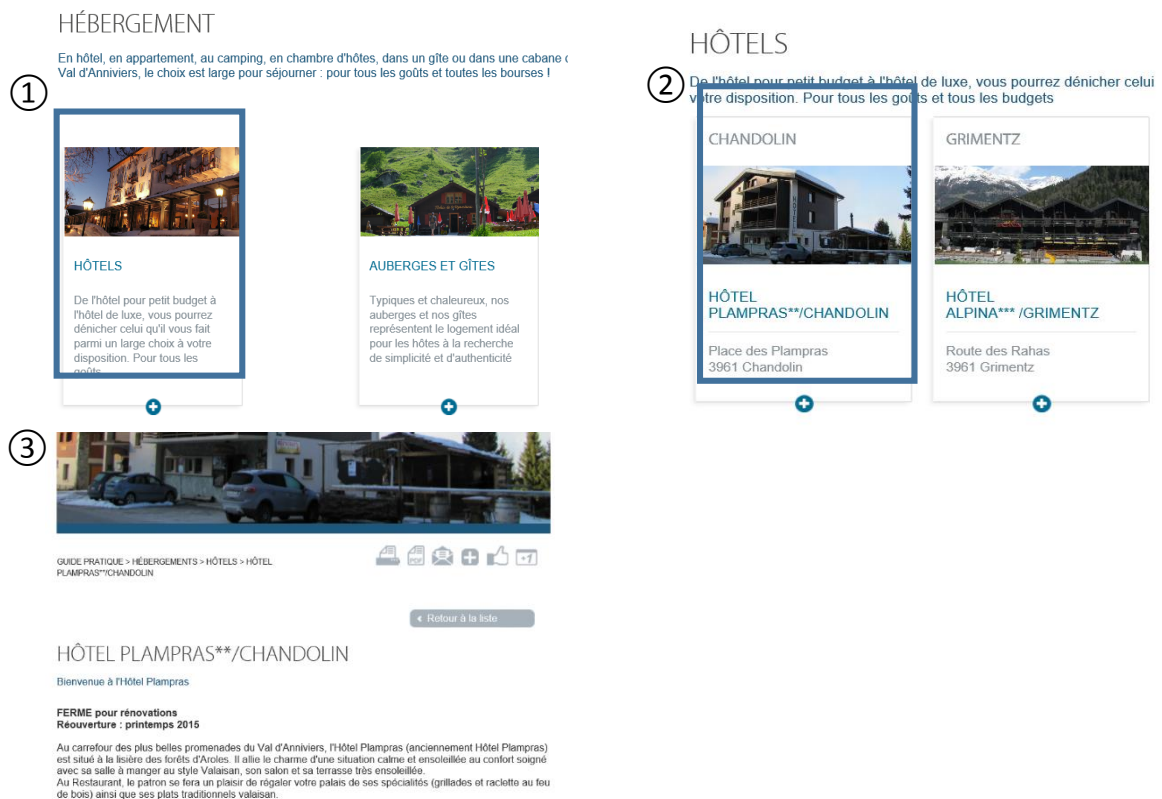
FIGURE 9 : CHEMINEMENT CLAIR SUR LE SITE INTERNET DE SIERRE ANNIVIERS MARKETING



Source : <http://www.valdanniviers.ch> (2014)

Une recherche d'information uniformisée

FIGURE 10 : IMAGES EN EXEMPLE DE LA RECHERCHE D'INFORMATIONS



Source : <http://www.valdanniviers.ch> (2014)

Le site internet propose également une navigation respectant toujours la même cheminement logique (Critère AA). En effet, le site internet est organisé par thèmes. Chaque page contient des onglets généraux sur lesquels l'internaute peut cliquer. Il arrive ensuite dans des sous-catégories telles que le nom des villages ou le type d'hébergement. Toutes les recherches sont semblables et possède une bonne visibilité ainsi qu'un accès rapide.

Des liens fonctionnels entre les différentes pages

Les liens sont très bien programmés (Critère A). Un simple clic sur les transports tel que « Car Postal » ou les « CFF » ramènent directement l'internaute vers les sites internet de ces compagnies.

Les atouts du site internet pour les internautes en situation de handicap

Le site internet contient également quelques éléments intéressants pour les personnes en situation de handicap. Premièrement, le site internet convient à la lecture des personnes malvoyante. Les pages internet peuvent être zoomée jusqu'à 200% sans rien perdre de ses informations ou de leur design initial (Critère AA). De plus, le temps d'affichage des pages est illimité (Critère A). Pour les personnes malentendantes, le site internet ne propose aucun arrière-fond sonore qui pourrait les gêner lors de leurs visites du site (critère A). Le site internet propose également quelques vidéos. Ces dernières ne contiennent que de la musique (Critère A). Le son des vidéos peut être cependant réglé selon la volonté de l'internaute.

7.1.2. Les critères faibles de l'accessibilité sur site internet

Comme le site internet n'a pas été programmé pour l'utilisation spécifique pour des personnes en situation de handicap, de nombreux points restent encore à améliorer pour permettre une complète accessibilité de ce dernier.

Le langage et les termes employés dans les descriptions peuvent être également être assez difficiles d'accès pour des personnes possédant une capacité de compréhension limitée (Critère AAA). Nous remarquons notamment que l'utilisation de termes recherchés ou des tournures de phrases inhabituelles. Le site internet gagnerait à être plus simple à comprendre.

Des textes et des polices difficiles d'accès

Pour les personnes malvoyantes, les contrastes du texte entre l'espace entre les paragraphes n'est pas toujours clair, cependant les différences de couleurs et de polices d'écriture peuvent aider l'internaute à différencier les parties (Critère A).

FIGURE 11 : EXEMPLE DE TEXTE DU SITE INTERNET

GÎTE DE BRIEY

Havre de paix pour les amoureux de la nature

Le gîte de Briey est situé à l'entrée du Val d'Anniviers ne peut qu'enthousiasmer les amoureux de la nature. Vous allez pouvoir côtoyer chaque jour des dizaines d'espèces de cerfs, biches et d'autres animaux et oiseaux dont l'élevage et le potager et fruitier (pommes, prunes, abricots, pêche et de repos. Retraité et fervent sportif montagnard c'est pouvoir vous faire bénéficier de son expérience pour les montagnes du centre du Valais qui regroupent les plus grandes d'altitude dont le Matterhorn, le Weisshorn, l'Obergraben d'Anniviers. Au fil des années en parcourant et gravissant les montagnes vous pouvez vous inciter à mieux apprécier les beautés de l'ancien président de la section Monte Rosa, la plus ancienne fondation de l'organisation cantonale de sauvetage alpin. Nous vous offrons nos conseils lors de vos randonnées que vous pourrez nous en faire part.

Pour les personnes malvoyantes, entre le titre et le texte n'est pas toujours claire. Cependant les différences de couleurs et de polices d'écriture peuvent aider l'internaute à différencier les différentes parties (Critère A).

Source : <http://www.valdanniviers.ch> (2014)

Animation des news mobiles difficile d'accès

FIGURE 12 : BARRE DE NEWS DEFILANTE DU SITE INTERNET



Source : <http://www.valdanniviers.ch> (2014)

Nous constatons également que les fenêtres de la page d'accueil ne peuvent pas être mises en pause et l'internaute dispose d'un temps limité pour parcourir les nouvelles publiées avant que les vignettes ne changent. Cet élément pourrait être déstabilisant pour les personnes malvoyantes. Le site internet ne propose aucun contenu en audiodescription (Critère A). Les images peuvent également poser quelques problèmes. Elles ne disposent d'aucun contenu explicatif en langage alternatif (Critère AA). Elles ne peuvent pas non plus être agrandies par l'internaute (critère AA), ce qui peut rendre leur observation difficile pour les personnes malvoyantes.

7.2. Les brochures de Sierre Anniviers : Analyse de l'Anniscope

Sierre Anniviers Marketing propose un choix intéressant de brochures qui pourraient représenter un bon support pour les personnes en situation de handicap. Ces touristes en situation de handicap doivent pouvoir bénéficier d'informations complètes et détaillées sur les produits accessibles dans la destination afin de pouvoir profiter de leurs vacances (ENAT, 2011). Parmi les brochures proposées par le service marketing, il en est une qui peut répondre à ces différents besoins. Il s'agit de l'anniscope. Ce petit guide touristique propose de nombreuses informations sur l'offre régionale (hébergement, restauration, activités proposées) (valdanniviers, 2014). Il propose également des informations complémentaires sur les services de santé. Le contenu y est détaillé et propose une description des lieux ainsi que le moyen de contacter les entreprises désirées. Ce guide est rédigé en trois langues : français, allemand et anglais. (valdanniviers, 2014). Il est traditionnellement proposé aux touristes dès leur arrivée. Les touristes peuvent donc les avoir à portée de main durant leur séjour dans la destination.

L'analyse de l'accessibilité de l'anniscope est réalisée en se basant sur les critères déterminés par la société European Blind Union (EBU). Cette société propose une plateforme collective de partage d'information sur internet. Elle propose notamment des initiatives pour améliorer le confort de vie des personnes aveugle ou malvoyantes (EBU, 2014).

TABLEAU 21 : ANALYSE DE L'ACCESSIBILITÉ DU GUIDE TOURISTIQUE « ANNISCOPE »

Accessibilité de la brochure Anniscope	
✓ Couleur et contraste :	Texte noir ou grisé sur fond blanc, le contraste permet une lecture facilitée
✓ Police de caractères :	Les polices employées n'ont pas d'empattement ou d'ornementation ce qui permet une lecture facilitée du texte les polices utilisées sont claires et faciles à lire
✓ Conception :	Le texte est aligné sur la gauche de l'écran On trouve un espacement adéquat entre les lignes et l'espacement respecté entre les paragraphes Le texte est écrit en minuscule ce qui en facilite la lecture Les contacts des entreprises sont mis en évidence
✗ Le papier :	Le papier utilisé est brillant et les pages sont transparentes
✗ Taille de caractères :	La taille des caractères est petite et peut constituer une gêne

Source : Données de l'auteur adapté d'EBU Central Office (2014)

8. Analyse SWOT du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers

Afin de replacer le développement du tourisme pour tous dans la destination du Val d'Anniviers, une matrice SWOT sera employée. La matrice SWOT est un outil marketing dont les sociétés se servent pour juger du potentiel de développement d'un de leurs produits. La matrice tient compte de 4 éléments importants. Les forces et les faiblesses déterminent les capacités et les limites d'une société à atteindre ses objectifs. Les opportunités ou les menaces sont quant à deux des facteurs externes qui influenceront l'atteinte des objectifs de la société. (Armstrong & Koetler, 2010, p.48).

Nous allons dresser le bilan de cette étude sur le développement du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers. Cette forme d'activité n'en est encore qu'à ses débuts et comporte de nombreuses faiblesses. Cependant les initiatives laissent entrevoir un potentiel de développement encore largement sous-exploité.

TABEAU 22 : ANALYSE SWOT DU TOURISME POUR TOUS DANS LE VAL D'ANNIVIERS



Source : Données de l'auteur adapté d'EBU Central Office (2014)

8.1. Les Forces

Les bonnes pratiques régionales

Le Val d'Anniviers compte déjà sur son territoire quelques entreprises ayant su développer leur accessibilité. Ces entreprises témoignent donc de leur volonté d'accueillir parmi leur clientèle des personnes en situation de handicap. Certaines de ces sociétés possèdent également une vision à long terme et restent à l'écoute des problèmes rencontrés par leur clientèle. Ceci est d'autant plus intéressant que ces sociétés font partie de toutes les catégories d'entreprises questionnées (restaurant, hébergement et remontées mécaniques). Un complément d'information reçu de la part de la Poste nous informe que leurs bus sont également équipés pour faciliter le transport de personnes en situation de handicap (L. Flueck, Communication personnelle, 23 novembre 2014). Toutes ces initiatives sont d'autant de bons exemples dont les autres sociétés pourraient s'inspirer afin de développer leur propre accessibilité.

Volonté de formation de sociétés

La plupart des entreprises répondantes considèrent que les prestataires touristiques devraient être formés à l'accueil des personnes en situation de handicap. Si les prestataires touristiques ont exprimés la volonté d'être formés, cela pourrait représenter une excellente opportunité pour la destination. La formation comporte de nombreux avantages. Premièrement, elle peut aider à franchir certains obstacles physiques ou fonctionnels (Commission européenne, 2014, p.9). Cet argument est notamment appuyé par la société Taxi d'Anniviers qui déclare que même si leurs taxis ne sont pas adaptés, leur formation les aide à surmonter les obstacles d'accessibilité du véhicule (M. Walter, communication personnelle, 23 novembre 2014). Elle peut ensuite permettre aux professionnels du tourisme d'adopter une attitude plus sereine avec les personnes en situation de handicap (Commission européenne, 2014, p.9). Le développement du tourisme pour tous pourrait également permettre aux organisateurs touristiques de prendre conscience du potentiel économique que représente le tourisme pour tous et ainsi les motiver à investir dans cette activité touristique. Certaines associations ne se contentent pas de dispenser des formations, elles offrent aussi un accompagnement dans démarches d'accessibilité. Par

exemple, la société « Tourisme & Handicaps » aide à estimer l'accessibilité d'un lieu et les accompagnent dans les démarches d'obtention de nouveaux labels (Tourisme & Handicap, 2013).

Un matériel promotionnel intéressant

La communication joue un rôle clé pour le client dans le choix d'une destination de vacances. L'information doit être complète et porter sur toutes les étapes du voyage d'un touriste (ENAT, 2011, p. 29). Or la société de Sierre Anniviers marketing possède justement un matériel de communication intéressant utile à chaque étape du voyage d'un touriste que cela soit au moment de la réservation du voyage ou de son séjour sur place. Si 40% des touristes en situation de handicap utilisent internet pour trouver des informations sur leurs destinations de voyage (Peter & Bradbard, 2009, p.28), la société doit posséder un site internet attractif. L'étude prouve notamment que le site internet de la société de Sierre Anniviers Marketing possède des critères d'accessibilité basiques intéressants. Le guide complet de l'anniscope possède également ces critères d'accessibilité intéressants et peut guider le touriste lors de son séjour. Ces différentes plateformes devraient donc pouvoir aider le touriste en situation de handicap au même titre qu'elles guident d'autres touristes aujourd'hui.

Une offre régionale et des infrastructures variées

L'organisation d'Anniviers tourisme a la chance de pouvoir gérer une région très vaste où sont rassemblé un très large choix d'activités et d'infrastructures. Grâce à la grande diversité de son offre, le Val d'Anniviers pourrait donc proposer des séjours en adéquation avec les capacités et les désirs des personnes en situation de handicap. Ces clients apprécient également de pouvoir participer à des activités en plein air, sportives ou d'aventures (ENAT, 2011, p.34) propres à une région telle que celle du Val d'Anniviers.

Destination portée sur le développement touristique

Une des grandes forces de l'organisation d'Anniviers Tourisme est d'être toujours à la recherche d'une innovation afin de développer son activité touristique. Elle invente sans cesse de nouveaux produits afin de se montrer compétitive face à ses concurrents. Son

ouverture d'esprit pourrait lui permettre de se lancer dans un projet d'envergure tel que le développement du tourisme pour tous.

8.2. Les faiblesses

Offre du tourisme pour tous limitée

L'offre touristique régionale pour les personnes en situation de handicap connaît de graves manquements. Pour commencer, seule la moitié des établissements interrogés proposent une accessibilité de base. Les hôtels devraient non seulement pouvoir proposer l'accessibilité de leurs chambres mais également à d'autres prestations de leur établissement (Patterson, Darcy & Mönninghoff, 2012, p.22). Or nos résultats montrent que seul un des établissements hôteliers répondant respecte totalement ces conditions.

L'offre de loisir pour les vacanciers en situation de handicap est également très limitée. Les remontées mécaniques ne peuvent offrir que des activités de base (transport et restaurants) et les personnes en situation de handicap ne peuvent pas trouver d'accompagnateurs ou de moniteurs spécialisés dans leur encadrement.

Toutefois, une demande complémentaire effectuée auprès de prestataires d'activités régionales « Vol libre » et « Ambiance nature », proposant respectivement des activités de vol en parapente et de trekking, démontre que malgré le manque de formation ou de matériel adapté, il était possible de pouvoir satisfaire la demande de cette clientèle (P. Briod & S. Peter, communication personnelle, 1 décembre 2014).

Accessibilité basique des différentes infrastructures

L'accessibilité physique de l'offre est également importante à prendre en compte. Elle constitue la base du développement du tourisme pour tous (ENAT, 2011, p.14). Or il existe des faiblesses dans le développement des infrastructures locales. Elles possèdent des aménagements basiques et sous-estiment les infrastructures qui pourraient être mises en place pour faciliter le confort de la clientèle. L'accessibilité des restaurants est également limitée. On retrouve très souvent les barrières traditionnelles au développement du tourisme pour tous : la circulation en salle, les toilettes non accessibles et l'impossibilité d'utiliser le self-service (Commission européenne, 2014, p.361). L'absence de ces

infrastructures indispensables à une bonne utilisation du restaurant réduit considérablement l'accessibilité de ces établissements.

Manque de cohérence des différentes infrastructures

Il existe également un manque de cohérence dans les accessibilités locales proposées. Si les hôtels possèdent des accessibilités extérieures et intérieures intéressantes, ils ne peuvent pas encore offrir l'accès adéquat à leurs chambres. Les touristes en situation de handicap ne bénéficient pas de la totalité de la prestation. Les remontées mécaniques comptent également des incohérences dans leur offre. Elles possèdent toutes les deux des aménagements facilitant l'accès aux bâtiments mais leurs installations ne possèdent que peu d'aménagements permettant l'accessibilité des personnes en situation de handicap. Certains problèmes de cohérence peuvent également se retrouver sur l'ensemble du territoire d'Anniviers. L'entreprise « Car Postal » a notamment fait une déclaration dans ce sens. De par leur statut public, les autobus ont dû procéder à des aménagements pour permettre aux personnes à mobilité réduite d'accéder aux transports grâce à un système de lift. Cependant, les arrêts de bus de la station ne sont pas accessibles et les aménagements peuvent alors s'avérer inefficaces (L. Flueck, Communication personnelle, 23 novembre 2014).

Manque de motivations des prestataires touristiques locaux

Un des grands obstacles auquel risque de se confronter l'organisation d'Anniviers Tourisme est le manque de motivation des différents prestataires touristiques. En effet, onze entreprises sur les quinze sociétés répondantes déclarent ne pas avoir prévu de mesures pour ouvrir leurs sociétés aux personnes en situation de handicap. Or si la destination souhaite ouvrir ce marché à cette clientèle, il sera indispensable de pouvoir leur proposer de nombreuses prestations accessibles. L'aspect financier doit notamment faire l'objet d'une réflexion de la part des prestataires touristiques et des organisateurs du tourisme local.

Manque de communication des prestataires touristiques locaux

La communication est un aspect essentiel de la promotion touristique régionale. Elle est pourtant négligée par la destination du Val d'Anniviers. Au cours de cette étude nous avons vu que plusieurs sociétés possèdent une accessibilité intéressante de leurs établissements.

Or parmi ces sociétés, très peu parlent de leur accessibilité par le biais des moyens de promotion. Parmi tous les hôtels disant utilisant internet comme moyen de communication privilégié, seul trois de ces établissements proposent de brèves informations sur leur accessibilité. Parmi ceux-là, l'un d'entre eux n'utilise que le sigle international souvent critiqué pour son manque de précision (Buhalis, Darcy & Ambrose, 2012, p.37). Les moyens promotionnels de Sierre Anniviers Marketing négligent également ces informations. Ce manque de communication constitue un problème important pour le Val d'Anniviers. Si les entreprises ont rendus leurs établissements plus accessibles, elles n'en font pas la promotion auprès de leur clientèle. L'information constitue pourtant un aspect essentiel de l'accessibilité d'une région. Sans elle, les personnes en situation de handicap pourraient tout simplement renoncer à se rendre sur la destination craignant de ne pas pouvoir satisfaire des besoins vitaux pour elles.

8.3. Les opportunités

Intérêt grandissant pour le tourisme pour tous

Les personnes en situation de handicap désirent voyager et participer aux loisirs comme tout un chacun. Les voyages leurs donnent notamment l'occasion de s'éloigner du cadre de leur quotidien. Ils leur permettent également de participer à de nombreuses activités et développent ainsi leur confiance en elles (Blishfeldt & Nicholaisen, 2010, p.87). De plus, différentes études prouvent que le développement d'un tourisme pour tous n'est pas uniquement une mesure sociale mais qu'elle constitue un marché touristique intéressant pour les différents pays qui ont su le développer.

Mutation sociale du tourisme

Le vieillissement de la population est un phénomène de société inévitable. En 2050, la part des personnes âgées dans le monde passera de 15% à 20% de la population mondiale (OMS, 2014). L'activité économique devra être réajustée afin de satisfaire une société vieillissante. Le tourisme ne fera pas exception à la règle. Il faut prendre en compte le fait que l'âge favorise l'apparition de déficience dans la population. Les personnes âgées nécessitent une accessibilité plus développée que les touristes plus jeunes. Le tourisme

devra donc se montrer proactif devant cette évolution et adopter des principes du tourisme pour tous semble une bonne solution pour s'adapter aux exigences de cette clientèle.

Un cadre législatif favorable

Le développement du tourisme pour tous est également favorisé par l'adoption de conventions ou de lois pour les personnes en situation de handicap. Ce n'est que lorsque la France ratifia la Convention de l'ONU de 2004 que les ministères créèrent l'association « Tourisme & Handicap » qui permit l'explosion du phénomène du tourisme pour tous. En 2002, la Suisse adopta notamment une loi sur l'élimination des inégalités pour les personnes handicapées, qui précise que les infrastructures et les transports publics doivent être adaptés 20 ans après l'entrée en vigueur de la loi (Confédération Suisse, 2002, p.9). Cette loi a eu des effets positifs notamment sur l'évolution des transports publics régionaux. La société de la poste et les « Car Postal » local a précisé que ses véhicules sont accessibles afin de respecter les exigences de la Confédération (L. Flueck, Communication personnelle, 23 novembre 2014). Au mois d'avril 2014, la Suisse a ratifié la Convention de l'ONU de 2004. Cette ratification pourrait être un tremplin pour la naissance d'un tourisme pour tous au niveau national.

8.4. Les menaces

Destination développée de l'étranger

La concurrence internationale représente le premier défi pour le développement du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers. L'exemple de Best Practice de la Belgique démontre le niveau de développement de ces pays dans cette branche touristique. Les touristes en situation de handicap belges auront donc tendance à rester dans leur pays où ils seront certains de l'accessibilité de leur lieu de séjour. Or le Val d'Anniviers reçoit 50% de touristes étrangers dont une grande partie est originaire de la Belgique. Si les touristes belges témoignent d'une volonté de participer aux vacances, l'ouverture d'un tourisme pour tous régional dans le Val d'Anniviers pourrait permettre d'attirer ces touristes-là. Les touristes en situation de handicap suisses pourraient également se diriger vers ces nouvelles destinations accessibles.

Absence de touristes en situation de handicap

Selon cette étude, les touristes en situation de handicap représentent moins de 5% de la clientèle annuelle de toutes les sociétés répondantes. Les différentes sociétés anniviardes craignent certainement de développer leur accessibilité pour satisfaire les besoins d'une clientèle minoritaire. Il faudrait que les prestataires puissent comprendre que le tourisme accessible à tous ne s'adressent pas uniquement aux personnes en situation de handicap mais simplifie également la vie de bons nombres d'autres touristes. Des investissements peuvent donc être intéressants pour d'autres types de clientèle.

9. Les limites de l'étude

Cette étude a permis de déterminer les différentes barrières empêchant le développement d'un tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers. Elle aura également mis en lumière les bonnes pratiques et les atouts du tourisme local. Ce travail comporte un certain nombre de limites.

Premièrement, le tourisme pour tous concerne un public très large et cette étude est basée sur des généralités essentiellement dirigées vers des critères d'accessibilité physique. Cependant, les besoins des touristes en situation de handicap sont très extrêmement variés et chaque personnes aura des besoins différents. Il est donc difficile de juger l'accessibilité complète de la destination en se basant sur des critères destinés à tous les types de handicap.

Deuxièmement, cette étude ne tient en compte que de l'offre. La demande n'est en effet pas abordée. Elle néglige en cela un élément très important pour le tourisme pour tous dans la région. Elle ne permet pas de connaître les goûts et les habitudes de la clientèle en situation de handicap qui seraient pourtant essentielle pour développer une offre en adéquation avec leurs besoins.

Troisièmement, l'analyse quantitative a été réalisée par les prestataires touristiques au niveau de leur propre accessibilité. Cette situation risque d'entraîner un certain nombre de biais car les entreprises auraient pu manquer d'objectivité ou nommer des infrastructures dont elles ne disposaient pas.

Quatrièmement, L'analyse est basée sur un petit échantillonnage des sociétés présentes dans le Val d'Anniviers. Il se pourrait donc que les opinions exprimées au cours de cette étude ne soit pas le reflet des avis de l'ensemble des prestataires touristiques du Val d'Anniviers. L'accessibilité n'a pas non plus été jugée sur son ensemble et une exploration d'autres types de sociétés permettrait d'offrir un paysage plus précis du phénomène du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers.

Conclusion

Le tourisme pour tous n'en est encore qu'au début de son développement dans le Val d'Anniviers. Les résultats de l'analyse ont démontrés que plusieurs barrières freinent encore sa pratique régionale. Le manque de cohérence et l'aspect rudimentaire de ses aménagements rendent bien souvent les infrastructures et l'offre régionales inaccessibles. Le manque d'offres adaptées et de communication des sociétés interrogées n'encourage pas la venue de touristes en situation de handicap. L'absence de cette clientèle entraîne à son tour un manque de motivation des prestataires touristiques locaux et compromet l'avenir de cette activité touristique dans la région.

Pourtant, tout n'est pas si noir dans le paysage annivierd. L'étude a démontré qu'il existe des pratiques intéressantes du tourisme pour tous dans le Val d'Anniviers. De plus, la volonté de formation des entreprises témoigne d'un certain intérêt pour l'accueil de ces touristes. L'organisation d'Anniviers Tourisme est portée sur le développement général de son activité et propose une offre et une promotion intéressante qui pourrait convenir aux touristes en situation de handicap. Les outils sont donc présents sur la destination et ne demandent qu'à être exploités.

Dans une telle étude, il est difficile de faire des recommandations sur l'application d'une politique touristique régionale. Cependant, la communication et la formation sont des pistes intéressantes à explorer. Une amélioration de la communication pour les offres existantes pourrait encourager la venue de touristes. De même, la formation permettrait aux sociétés de comprendre l'intérêt économique du tourisme pour tous. Ces deux éléments pourraient donc permettre de briser le cercle vicieux dans lequel les sociétés se sont enlisées et le tourisme pour tous pourrait alors commencer à se développer.

Pour parvenir à ce résultat, l'organisation touristique locale aura son rôle à jouer. Elle devra réfléchir à un moyen de franchir les différentes barrières mises en évidence dans cette étude et pourra profiter de ses atouts pour relever le défi du développement du tourisme pour tous

Bibliographie

Ouvrages

- Ambrose, I. (2012). *European Policies for Accessible Tourism*. In Buhalis, D., Darcy, S. & Ambrose, I. (Ed.), *Best Practice in Accessible Tourism* (pp. 19-35). Exeter : Short Run Press Ltd.
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2010). *Principes de marketing*. Paris : Pearson Education France
- Atout France (2005). *Tourisme & Handicaps. Réussir l'accueil pour la mise en accessibilité des prestations touristiques*. Paris : ODIT France.
- Blaho-Poncé, C. (2012). *Accessibilité, tourisme & handicaps : Mieux agir dans les territoires*. Perpignan : Collections Etudes.
- Buhalis, D. & Darcy, S. (2011). *Accessible Tourism : Concepts and Issues*. Wakefield : Charlesworth Press.
- Darcy, S., Cameron, B. & Schweinsberg, S. (2012). *Accessible Tourism in Australia*. In Buhalis, D., Darcy, S. & Ambrose, I. (Ed.), *Best Practice in Accessible Tourism* (pp. 79-113). Exeter : Short Run Press Ltd.
- Dwyer, L. & Darcy, D. (2011). *Economic Contribution of Tourists with Disabilities : An Australian Approach and Methodology*. In Buhalis, D. & Darcy, S. (Ed.), *Accessible Tourism : Concepts and Issues* (pp. 46-62). Wakefield : Charlesworth Press.
- Eichhorn, V. & Buhalis, D. (2011). *Accesssibility : A Key Objective for Tourism Industry*. In Buhalis, D. & Darcy, S. (Ed.), *Accessible Tourism : Concepts and Issues* (pp. 46-62). Wakefield : Charlesworth Press.
- Ghijssels, P. (2012). *Accessible tourism in Flanders : Policy support and Incentives*. In Buhalis, D., Darcy, S. & Ambrose, I. (Ed.), *Best Practice in Accessible Tourism* (pp. 36-45). Exeter : Short Run Press Ltd.
- Reichhart, F. & Lomo Myazhiom, C. (2013). *Accessibilité et communication ou comment rendre visible ce qui est accessible ?*. In Darras, B. & Valente, D. (Ed.), *Handicap et communication* (pp. 63-64)
- Reichhart, F. (2011). *Tourisme et Handicap : Le tourisme adapté ou les loisirs touristiques des personnes déficientes*. Paris : L'HARMATTAN
- Van Horn, L. (2012). *The United States : Travellers with Disabilities*. In Buhalis, D., Darcy, S. & Ambrose, I. (Ed.), *Best Practice in Accessible Tourism* (pp. 65-79). Exeter : Short Run Press Ltd.

Rapports et Etudes

Commission européenne (2014). Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe – final report summary. DG Entreprise and Industry. Bruxelles : Commission européenne

Commissions Européenne (2013). *Mapping of skills and Training Needs to Improve Accessibility in Tourism Services in Europe : Case study 2 ETCAATS, EU training Project*. Bruxelles : Commission européenne

Darcy, S. (2006). *Setting a research agenda for accessible tourism*. Griffith University, Australie

European Network for Accessible Tourism (2007). *Services and Facilities for Accessible Tourism in Europe*. Athènes : ENAT Secrétariat

European Network for Accessible Tourism (7 avril 2011). *Accessible Tourism in Europe : Meeting the Challenges, Gaining the Rewards* [support de conférence], Bruxelles : ENAT.

HES (2007). *La fusion de communes du Val d'Anniviers*. HES, Sierre

Neumannconsult (2014). *Ökonomische Bedeutung und Reisemuster im barrierefreien Tourismus in Europa*. Münster, Allemagne.

Office Fédéral de la Statistique (2006). *Scénario de l'évolution de la population de la Suisse 2005-2050*. Neuchâtel : Office fédérale de la Statistique.

Organisation mondiale du tourisme (2014). Recommandation de l'OMT en faveur d'un tourisme accessible à tous. Madrid : Organisation mondiale du tourisme

Sierre Anniviers Marketing (2014). *Rapport d'activités 2013*. Sierre. Sierre Anniviers marketing

Stafford, J., Samson, M. & Roy, C. (2001). *Un marché en croissance : Comportement touristique des personnes à capacité physique restreinte au Canada*. Kéroul, Québec.

Articles de lois

Confédération Suisse (2002) *Loi fédérale sur l'élimination des inégalités frappant les personnes handicapées*. Berne : Confédération Suisse

Organisation mondiale du tourisme (2009). *Déclaration sur la facilitation des déplacements touristiques*. Madrid : Organisation mondiale du tourisme.

Nations Unies Enable (2014). Convention relative aux droits des personnes handicapées. Récupéré sur <http://www.un.org/french/disabilities/default.asp?id=1413>

Darcy, S. (2006). *Setting a research agenda for accessible tourism*. Griffith University, Australie

Articles scientifiques

Blichfeldt, B. & Nicolaisen, J. (2011). Disabled travel : not easy, but doable. *Current Issues in Tourism*, 14 (1), pp. 79-102.

Ray, N. & Ryder, M. (2003). « Eabilities » tourism : an exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled. *Tourism Management*, 24, pp. 57-72.

Reichhart, F. (2009). Modalités d'accès aux activités touristiques des personnes déficientes. *TEOROS*, 28(2), pp. 73-81. Récupéré sur <http://teoros.revues.org/466>

Peters, C. & Bradbard, D. (2007). Web Accessibility: An Introduction and Implications for a Corporate Social Responsibility Marketing Strategy, *Journal of Internet Commerce*, 6(4), pp. 27-54

Patterson, I., Darcy, S., Mönninghoff M. (2012). Attitudes and experiences of tourism operators in Northern Australia towards people with disabilities, *World Leisure Journal*, 54(3), pp. 215-229

Communications personnelles

I. Dominé (Communication personnelle, 3 décembre, 2014)

L. Flueck (Communication personnelle, 23 novembre, 2014)

M. Walter (Communication personnelle, 23 novembre 2014)

P. Briod & S. Peter, communication personnelle, 1 décembre 2014)

S. Wiget (Communication personnelle, 18 juin 2014)

Sites Internet

Accessinfo (2014). *Nous concernant*. Récupéré sur : <http://www.accessinfo.be/Nousconcernant.12.0.html?&L=1>

Alpina Grimentz (2014). *L'hébergement*. Récupéré sur : <http://www.alpina-grimentz.com/>

Annuaire Sanitaire et Social (2013). Quelle est la définition du handicap?. Récupéré sur <http://www.sanitaire-social.com/centres-pour-handicapes/d%C3%A9finition-du-handicap/m3/7>

Booking (2014) : hôtel Alpina. Récupéré sur : <http://www.booking.com>

Bordeaux Tourisme (2014). *Accessibilité, Bordeaux, Ville pour tous*. Récupéré sur : <http://fr.bordeaux-tourisme.com/Preparer-son-sejour/Informations-pratiques/Accessibilite-Bordeaux-ville-pour-tous>

EBU (2014). *Rendre l'information accessible à tous*. Récupéré sur :
http://www.euroblind.org/resources/guidelines/brochure-translations/nr/425#imprimes_accessibles

Flanders (2014) : <http://www.accessinfo.ch>

Flanders (2014). *Excursions accessibles en Flandres et à Bruxelles*. Récupéré sur :
http://www.accessinfo.be/fileadmin/bestanden/docs/Excursions_accessible.pdf

Flanders (2014). *Les transports accessibles en Flandres et à Bruxelles*.
http://www.accessinfo.be/fileadmin/bestanden/docs/FR_vervoer.pdf

Flanders (2014). *Excursions accessibles en Flandres et à Bruxelles*. Récupéré sur :
http://www.accessinfo.be/fileadmin/bestanden/docs/Excursions_accessible.pdf

Handicap (2014). *Destination pour tous : enfin des territoires accessibles !*. Récupéré sur :
<http://informations.handicap.fr/art-accessibilite-20-6372.php>

Hôtel Beausite (2014). *Le Beausite *** welcomes you*. Récupéré sur :
<http://www.lebeausite.ch/#page-home-saint-luc>

Hôtel les bouquetins (2014). *Accueil*. Récupéré sur : <http://www.hotelbouquetins.ch/>

La Gouggra (2014). *Présentation*. Récupéré sur : http://lagouggra.ch/?page_id=47

Le Grand Chalet Favre (2014). *Hôtel le Grand Chalet Favre à St-Luc*. Récupéré sur :
<http://www.grandchaletfavre.ch/141711193>

Office Fédéral de la Statistique (2013). *Egalité pour les personnes handicapées – Données, indicateurs*. Récupéré sur
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/20/06/blank/key/01.html>

Organisation Mondiale de la Santé (2014). *Handicap et santé*. Récupéré sur
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs352/fr/>

Procap (2003). *Concept pour les handicapés funiculaires et téléphériques : profils d'exigences fonctionnels*. Récupéré sur :
http://www.procap.ch/fileadmin/_migrated/content_uploads/MB_200607_F_FAP_Seilbahnen_Infrastruktur_und_Fahrzeuge_VoeV_BAV_BoeV.pdf

Plateforme d'information humanrights (16 avril 2014). *La Suisse a ratifié la Convention pour les personnes handicapées*. Récupéré sur <http://www.humanrights.ch/fr/droits-humains-suisse/interieure/groupes/handicapes/suisse-a-ratifie-convention-handicapees>

Masson A. (2014). *Mise en œuvre du label « Destination pour tous » en France*. Récupéré sur : <http://www.destinationspourtous2014.com/medias/s23-p1.pdf>

Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie (2010) Récupéré sur : <http://www.developpement-durable.gouv.fr/Label-Destinations-pour-tous.html>

Mobility International Schweiz (2014) <http://www.mis.ch>

Remontées mécaniques d'Anniviers (2014). Récupéré sur : <http://www.rma.ch>

Sierre Anniviers Marketing (2014). *Wordpress*. Récupéré sur : <http://sierreanniviersstories.wordpress.com/>

SPHINX (2014). Récupéré sur : <http://www.sphinxsurvey.com/>

The Center for Universal Design (2008). *About Universal Design*. Récupéré sur http://www.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_ud/about_ud.html

Tourisme & Handicap (2013). *Destination pour tous*. Récupéré sur : <http://www.tourismehandicaps.org/destination-pour-tous/>

Tourisme & Handicaps (2013). *Les 4 principales déficiences*. Récupéré sur <http://www.tourisme-handicaps.org/les-labels/presentation-des-4-handicaps/>

Tourisme & Handicap (2013). *Présentation de l'association*. Récupéré sur : <http://www.tourisme-handicaps.org/association/presentation/>

Vald'Anniviers (2014). Récupéré sur : <http://www.vald'anniviers.ch>

Val d'Anniviers (2014) In Facebook [Val d'Anniviers]. Récupéré le : 10.12.2014, de <https://www.facebook.com/valanniviers>

Val d'Anniviers (2014) In Twitter [Val d'Anniviers]. Récupéré le : 10.12.2014, de <https://twitter.com/vald'anniviers>

Vie Publique (2004). *Loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées*. Récupéré sur : <http://www.vie-publique.fr/actualite/panorama/texte-vote/loi-du-11-fevrier-2005-pour-egalite-droits-chances-participation-citoyennete-personnes-handicapees.html>

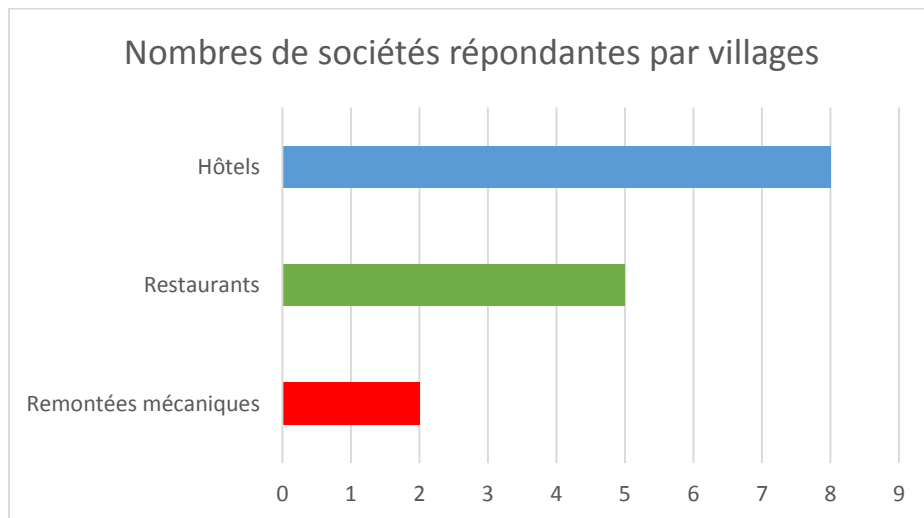
Visitflanders (2014) : <http://www.visitflanders.co.uk>

W3C (2008). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0*, Récupéré sur : <http://www.w3.org/TR/WCAG20/>

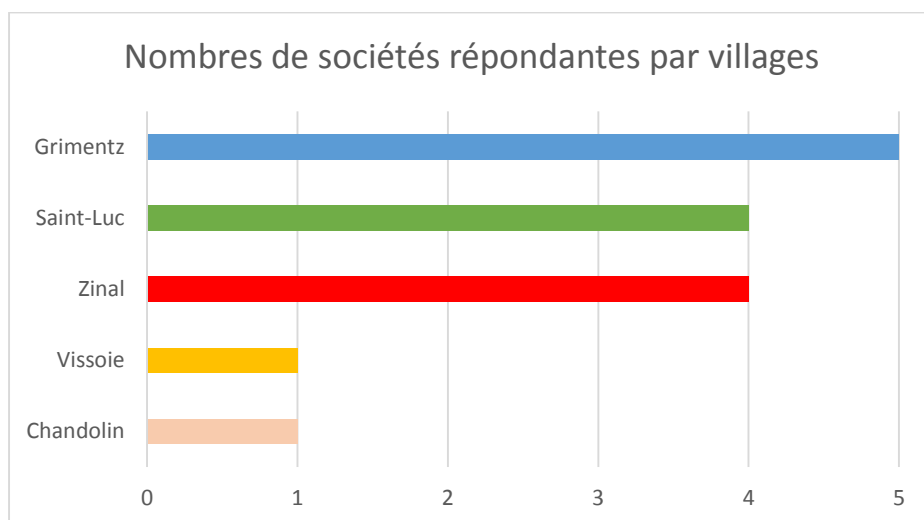
Wikipédia (2014). *Handicap*. Récupéré sur <http://fr.wikipedia.org/wiki/Handicap>

Annexe I : Graphique des questions diverses sur les sociétés

Types de sociétés répondantes



Origine des sociétés répondantes



Annexe II : Questionnaire de base adressé aux hébergements

Questionnaire Hébergement – Tourisme pour tous

Données personnelles
<p>1. Quelle est la raison sociale de votre société ?</p> <p>2. Dans quel village d'Anniviers votre société est-elle implantée ?</p> <p><input type="checkbox"/> Chandolin <input type="checkbox"/> Grimentz <input type="checkbox"/> Vissoie</p> <p><input type="checkbox"/> Saint-Luc <input type="checkbox"/> Zinal</p> <p>3. Quelle est votre fonction au sein de votre société ?</p>
Questions générales
<p>4. Que représente pour vous le tourisme pour tous ou tourisme handicap ?</p> <p><input type="checkbox"/> Un engagement social nécessaire <input type="checkbox"/> Un atout pour l'image d'une société</p> <p><input type="checkbox"/> Une ouverture à une nouvelle clientèle</p> <p>Autre :</p> <p>5. A combien estimez-vous le pourcentage de personnes handicapées parmi votre clientèle annuelle ?</p> <p>(ce pourcentage comprend les personnes à mobilité réduite, les personnes dont l'un des sens est altéré (auditif/visuel), les personnes à déficience mentale ou les personnes atteintes de maladies chroniques)</p> <p><input type="checkbox"/> < 5% <input type="checkbox"/> Entre 10% et 15% <input type="checkbox"/> > de 20%</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 5% et 10% <input type="checkbox"/> Entre 15% et 20 %</p> <p>6. Quel genre de difficulté(s) avez-vous rencontré face à la clientèle en situation de handicap ?</p> <p>.....</p>
Infrastructure

7. Avez-vous mis en place un ou plusieurs de ces aménagements pour améliorer l'accessibilité de vos infrastructures ?

- ☐ Une/plusieurs place(s) de parking adaptée(s) aux personnes à mobilité réduite
- ☐ Un chemin d'accès synthétique (lisse et antidérapant) entre le parking et l'entrée du bâtiment
- ☐ Un emplacement réservé pour l'embarquement/débarquement de votre clientèle
- ☐ Une rampe pour faciliter l'accès des personnes à mobilité réduite
- ☐ Des portes automatiques
- ☐ Autre :

8. Avez-vous mis en place un ou plusieurs de ces aménagements pour faciliter la circulation à l'intérieur de votre établissement ?

- ☐ Des rampes permettant de se rendre aux parties importantes du bâtiment (réception, restaurant, salles de détente, toilettes...)
- ☐ Un chemin synthétique, balisé et éclairé, accessible aux personnes à mobilité réduite (sans obstacle et revêtement lisse et antidérapant)
- ☐ Affichage d'une signalétique simple (illustrée et écrite en gros caractères) facilitant l'orientation dans votre établissement
- ☐ Ruban adhésif délimitant les portes et fenêtres vitrées ainsi que des marches d'escalier
- ☐ Un ascenseur accessible en fauteuil roulant (100m x 140m)
- ☐ Escaliers avec main courante
- ☐ Autre :

Chambres de l'hôtel

9. Votre établissement possède-t-il des chambres adaptées aux personnes handicapées ? Et si oui, combien ?

- ☐ OUI ☐ NON
Combien ?

10. Quels aménagements particuliers avez-vous apporté dans cette/ces chambre(s) afin d'améliorer le confort de votre clientèle ?

.....

10. Quels aménagements particuliers avez-vous apporté à la salle de bain de cette/ces chambre(s) afin d'améliorer le confort de votre clientèle ?

.....

Prestations (activités et services)
<p>Restaurant de l'hôtel</p> <p>12. Existe-il dans votre restaurant des tables réservées aux personnes handicapées ? <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p> <p>13. La disposition de votre restaurant permet-il une circulation facilitée pour les personnes en chaise roulante ? (chemin d'accès d'1m30 entre les tables) <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p> <p>14. Votre restaurant possède-il des toilettes adaptées pour les personnes handicapées ? <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p> <p>Autres Prestations</p> <p>15a. Avez-vous apporté des améliorations en matière d'accessibilité pour les personnes handicapées à d'autres prestations de votre hôtel ?</p> <p> <input type="checkbox"/> Salle de sport <input type="checkbox"/> Salle de détente <input type="checkbox"/> Salle de conférence <input type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Piscine <input type="checkbox"/> Autre : </p> <p>15b. Quelles améliorations y avez-vous apporté ? </p>
Communication
<p>16. Par quel biais informez-vous votre clientèle de l'accessibilité de votre établissement ? <input type="checkbox"/> Par votre site internet <input type="checkbox"/> Par supports publicitaires (Affiches, flyers) <input type="checkbox"/> Par l'office du tourisme <input type="checkbox"/> Communication avec la clientèle (mail, téléphone) <input type="checkbox"/> Autre support : </p> <p>17. Mettez-vous à disposition de vos clients une brochure des prestations et infrastructures de votre établissement adaptées aux personnes en situation de handicap ? <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p> <p>18. Etes-vous capable de conseiller les personnes handicapées sur les activités et établissements adaptés pour elles dans la région ? <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p>
Formation
<p>19. Votre personnel est-il sensibilisé ou formé à l'accueil des personnes en situation de handicap ? <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p>

Avenir du tourisme pour tous en Anniviers

20. Selon vous, quelles infrastructures publiques régionales devraient bénéficier d'une mise en accessibilité pour les personnes handicapées ?

.....

21. Pensez-vous que les professionnels du tourisme devraient être sensibilisés ou formés à l'accueil des personnes en situation de handicap ? et pourquoi ?

☐ OUI

☐ NON

Pourquoi?

Annexe III : Questions complémentaires adressées aux restaurants

Questionnaire Restaurants – Tourisme pour tous

Prestations (activités et services)
Restaurant avec service en salle
12. Existe-il dans votre restaurant des tables réservées aux personnes handicapées ?
<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON
13. La disposition de votre restaurant permet-il une circulation facilitée pour les personnes en chaise roulante ? (espace d'1m30 entre les tables sans obstacle)
<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON
14. Votre restaurant possède-il des toilettes adaptées pour les personnes handicapées ?
<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON
Restaurant avec self-service
15. Le rail de circulation est-il situé à une hauteur comprise entre 0.80m x 1.30m ?
<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON

Annexe IV : Questions complémentaires posées aux remontées mécaniques

Questionnaire Remontées mécaniques – Tourisme pour tous

Infrastructure								
<p>9. Avez-vous pris l'une ou l'autre de ces mesures pour faciliter l'utilisation de vos installations aux personnes handicapées ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aménagement d'un passage pour fauteuil roulants évitant les tourniquets infranchissables</p> <p><input type="checkbox"/> Fermeture des portes avec avertissement optique et sonore</p> <p><input type="checkbox"/> Délimitation des portes au moyen d'une différence de couleur</p> <p><input type="checkbox"/> Emplacement en cabine réservé pour les fauteuils roulant (avec espace de manœuvre)</p> <p><input type="checkbox"/> Autre :</p>								
Prestations (activités et services)								
<p>Activités</p> <p>10. Proposez-vous des activités sportives adaptées aux personnes en situation de handicap ?</p> <table border="0"><tr><td><input type="checkbox"/> Ski alpin</td><td><input type="checkbox"/> Snowboard</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/> Promenade en traineau à chien</td><td><input type="checkbox"/> Cours de ski ou snowboard adapté</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/> VTT</td><td><input type="checkbox"/> Sentiers de randonnée</td></tr><tr><td colspan="2"><input type="checkbox"/> Autres :</td></tr></table> <p>11. Des moniteurs ou accompagnateurs spécialisés peuvent-ils encadrer les personnes en situation de handicap lors de ces activités?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p> <p>Restaurant</p> <p>12. Le self-service est-il accessible pour des personnes en fauteuil roulant ?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p> <p>14. La disposition de votre restaurant permet-elle une circulation facilitée pour les personnes en chaise roulante ? (espace d'1m30 entre les tables sans obstacle)</p> <p><input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p> <p>15. Votre restaurant possède-t-il des toilettes adaptées pour les personnes handicapées ?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p>	<input type="checkbox"/> Ski alpin	<input type="checkbox"/> Snowboard	<input type="checkbox"/> Promenade en traineau à chien	<input type="checkbox"/> Cours de ski ou snowboard adapté	<input type="checkbox"/> VTT	<input type="checkbox"/> Sentiers de randonnée	<input type="checkbox"/> Autres :	
<input type="checkbox"/> Ski alpin	<input type="checkbox"/> Snowboard							
<input type="checkbox"/> Promenade en traineau à chien	<input type="checkbox"/> Cours de ski ou snowboard adapté							
<input type="checkbox"/> VTT	<input type="checkbox"/> Sentiers de randonnée							
<input type="checkbox"/> Autres :								

Annexe IV : Questions complémentaires posées aux remontées mécaniques

Analyse de l'accessibilité du site internet « Valdanniviers.ch »		
Catégorie	Critères	Critère respecté
	Contraste de couleur entre les titres, les textes et les textes des images (Level A)	NON
	Contraste entre les différentes parties du site internet : titres, texte d'en-tête et texte principal (Level A)	OUI
	Le site internet est multilingue : la langue sélectionnée sera automatiquement affichée sur toutes les pages	OUI
	Contenu toujours visible avec un zoom à 200% ou des technologies d'assistance (Level AA)	OUI
	Tous les titres et les textes sur le site internet sont traduits dans les autres langues (Level AA)	OUI
	Le langage est facile d'accès pour une formation scolaire basique ou les contenus sont expliqués (Level AAA)	NON
	Contrastes entre les textes et le fond d'écran sont bien démarqués (Level A)	NON
	Texte justifié et saut après chaque paragraphe (Level AAA)	OUI
Ergonomie	Le contenu du site internet est programmé en langage alternatif facilitant l'utilisation aux personnes malvoyantes (Level A)	NON
	Navigation effectuable avec clavier uniquement (Level A)	
	Site internet possédant une table de contenu (Level A)	OUI
	Un titre explique le sujet et le but de chacune des pages (Level A)	OUI
	Liens sur le site internet clairement expliqués et programmés (Level A)	OUI
	Accessibilité des pages par divers chemins simplifiés (Level AA)	OUI
	Recherche d'information respectant toujours la même logique (liens ou pages intermédiaires) (Level AA)	OUI
	Les onglets de navigation d'Internet portent les titres des pages et leur utilité	OUI
	Cheminement indiqué de l'internaute au travers des différentes pages du site internet	OUI
Contenus et multimédia	Présence de son en arrière-fond du site internet : Contenu audio stoppé ou réglage du volume possible (Level A)	NON
	Vidéos sous-titrées (Level A)	NON
	Description audio du contenu du site (Level A)	NON
	Apparition d'un contenu automatique pouvant être mis en pause, cacher ou arrêter (Level AA)	NON
	Les images possèdent un titre explicatif et peuvent être zoomées (Level AA)	NON
	Utilisation d'un moyen alternatif pour la compréhension des contenus audio (Level AAA)	NON

Déclaration de l'auteur

« Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seule, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de Bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : Monsieur Simon Wiget »

Sierre, le 15 décembre 2014

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'S. Rossier'.

Sandrine Rossier