

Understanding and developing inclusive tourism products for the deaf and hard of hearing at the national and international level

Daniel Thomas-Barabas, Director, ACTIS Voyage, Paris, France (Presenter)

(1) Background: How to make and adapt accessible tourist products for hearing impaired audiences.

- 1) make available to clients on trips the support of qualified Tour Leaders (deaf and or hearing impaired)
- (2) a service of lip-reading communication in french and English for the deaf of all nationalities.
- (3) a bilingual service using sign language (SL)
- (4) a ACTIS bilingual travel (Labial - french communication signed) Tour Leader (ACTIS : Art Culture Tourisme Internationaux des Sourds)
- (5) a professional interpreter French Sign Language + SL and qualified for the specific translations in the field of tourism.

(2) Methodology: Deafness, travel and accessibility

Destinations and travel on our web site are only accessible for deaf and hard of hearing.

We provide for tourism buses:

- (1) A system of audio transmission for hearing accessibility
- (2) The installation of magnetic loop, the portable magnetic loop
- (3) The amplifier of magnetic loop for tourism buses.
- (4) The loop receiver, stethoset headphones, silicone earphones and accessories.

(3) Conclusion

ACTIS Voyages works with a network of providers and different tours operators, thus being a travel specialist online on the Web and being able to develop adapted tourist products. Information disseminated by video, sub-titles and presentation of advertisements, newsletter, movies... in Sign Language are essential in the era of the development of the internet and multimedia.

In thirteen years of practice we still measure the work remaining to be done in the area of tourism and communication, especially in general accessibility for people with disabilities.

In France; the representative figures of the deaf amount to: 6 million hearing-impaired, about 300 000 deaf using sign language. There are approximately 360 million of hearing-impaired people in the world (Source *Destination Santé* 2014-03-03)

However, between do nothing and not taking any risk, we took the risk to do so by developing accessibility in this still closed environment in which travel agencies do not want to or cannot take risk. We know that tourism for deaf people in the future is promising for jobs and there is a network to use.

Comprendre et élaborer des produits touristiques inclusifs pour les personnes sourdes et malentendantes au niveau national et international

Daniel Thomas-Barabas, directeur ACTIS Voyage, Paris, France (présentateur)

1) Contexte : Comment rendre accessible et adapter des produits touristiques pour les publics déficients auditifs.

- 1) Mettre à disposition des clients lors de voyages d'un accompagnement qualifié par des Leaders Tour Diplômés (sourds et ou malentendants)
- 2) Un service de communication labiale en français et anglais pour les malentendants de toutes nationalités.
- 3) Un service bilingue pratiquant la Langue des Signes (LS)
- 4) Un Leaders Tours ACTIS Voyages bilingue (communication Labial – français signé)
- 5) Un interprète professionnel LSF + LS et qualifié pour les traductions spécifiques dans le domaine du tourisme.

2) Méthodologie de la situation : surdité, voyages et accessibilités.

Destinations et voyages sur notre site web sont exclusivement accessibles pour les personnes sourdes et malentendantes.

Nous fournissons pour les cars de tourisme :

- 1) un système de transmission audio pour l'accessibilité auditive,
- 2) L'installation de boucle magnétique, la boucle magnétique portative
- 3) l'amplificateur de boucle magnétique pour les cars de tourisme.
- 4) le récepteur de boucle, casque stéthoscopique, oreillettes en silicone et les accessoires.

3) Conclusion

ACTIS Voyages fonctionne avec un réseau de prestataires et différents Tours Operator, ce qui permet d'être un spécialiste des voyages sur le Web en ligne et de pouvoir élaborer des conceptions touristiques adaptées. L'information par des montages vidéo, sous titrage et présentation de publicités, newsletter films.... en LS sont indispensables à l'ère du développement d'internet et des multis média.

En treize années d'exercice nous mesurons encore les efforts restant à faire dans le milieu du tourisme et de la communication et notamment dans l'accessibilité générale pour et envers les personnes porteurs d'un handicap.

En France ; les chiffres représentatifs des personnes sourdes s'élèvent à : 6 millions de malentendants, à environ 300 milles sourds signeurs et environ 360 millions de déficients auditifs dans le monde. (Infos sources Destination santé du 03-03-2014)

Cependant, entre ne rien faire et ne pas prendre de risque, nous avons pris le risque de le faire en développant l'accessibilité dans ce milieu encore fermé ou les agences de voyages ne veulent pas ou ne peuvent pas prendre de risque. En sachant que le tourisme dans le futur en faveur des personnes sourdes est porteur d'emplois et un réseau qu'il faut exploiter.