

تسويق السياحة الميسرة كنمط جديد لترقية الوجهات السياحية

- التجربة الفرنسية -

أ. نسرين عروس
جامعة سطيف 1
arounes19@hotmail.fr

أ. حمزة رملي
المركز الجامعي ميلة
hamzareml@yahoo.com

ملخص

يهدف التسويق السياحي إلى البحث عن حاجات السياح ومحاولة اشباعها، ولا يمكننا القول أننا نلبي جميع حاجات ورغبات السياح إذا لم نخدمهم بجميع شرائحهم وفئاتهم. وتعد السياحة الميسرة "سياحة ذوي الاحتياجات الخاصة" ظاهرة جديدة في مجال السياحة العالمية تسعى إلى استقطاب جزء صغير من السوق الكلية للسياحة، ويتكوّن هذا الجزء من: ذوي الاحتياجات الخاصة، المسنين، ذوي الإعاقات الدائمة أو المؤقتة (كسر، أو عملية مثلا): ومن هذا المنطلق عملت بعض الدول الأوروبية والأمريكية على إلزام المتعاملين في القطاع السياحي لتغيير ممارساتها ووضع مختلف المرافق في المنتجعات والفنادق وأماكن الترفيه تحت تصرف الجميع. ونحاول في ورقتنا البحثية هذه التطرق إلى مفهوم السياحة الميسرة ومعرفة مختلف مبادئها، أسسها ودعائمها، كما سنتناول التجربة الفرنسية في هذا المجال خاصة وأنها تبنت العلامة "السياحة والمعاق" للترويج لهذا النمط من السياحة.

الكلمات المفتاحية: التسويق السياحي، السياحة الميسرة، التجربة الفرنسية.

رموز JEL: M31, L82

Abstract:

Marketing of Accessible Tourism as a new type to promote tourist destinations - the French experience -

Tourism marketing consists in identify and satisfy the needs and expectations of tourists, but we can't say that we meet all the needs of all categories of tourists if we couldn't deliver products and services that meet a specific part of tourists with special needs. So in recent years, some European and American countries have adopted this mode of tourism (accessible tourism), taking measures to change practices, policies and procedures to make all means and services in hotels and major spots of entertainment accessible to everyone.

In this research we will try to address the concept of tourism for people with special needs, and we take for example the French experience.

Key words: accessible tourism, people with special needs, the labels of accessible tourism, the French experience

(JEL) Classification : M31, L82

تمهيد:

تعتبر السياحة بمختلف أنواعها وأنشطتها الترفيهية هواية لدى أكثر من مليار سائح في العالم، وكلما كانت المناطق السياحية والمركبات تحتوي على مرافق تسهر على راحة السائح ورفاهه كلما زاد تعلقه بها، بمعنى أن توفير احتياجات السائح من أكبر مبادئ التسويق في السياحة اليوم، وباعتبار ذوي الاحتياجات الخاصة - من أصحاب الإعاقة الدائمة أو المؤقتة والمسنين - فئة كبيرة من فئات السياح حسب معطيات منظمة السياحة العالمية (بلغت 10% من مجموع السياح حول العالم)؛ كان على البلدان السياحية والقائمين على السياحة فيها الاهتمام بهذه الفئة لأنها تعدّ سوقا قويا من أسواق السياحة الآن، وقد جاء اعتراف منظمة السياحة العالمية بهذه الفئة وبسياحتها فيما يسمّى "بالسياحة الميسّرة أو المتاحة للجميع" سنة 2005، ووضعت هذه الهيئة شروط هذا النوع من السياحة وظوابطها وحثّت على التسويق لها. وتعمل العديد من الدول اليوم خاصة الأوروبية منها على استقطاب هذه الفئات والاستفادة من هذا السوق الذي يمثل محيطا أزرقا تنافسيا، وقد ارتأينا أن نركّز في هذه الورقة على التجربة الفرنسية باعتبار تبنّيها للسياحة الميسّرة وإطلاقها للعلامة: "السياحة والمعاق".

إشكالية البحث: انطلاقا من حداثة مصطلح السياحة الميسّرة وحداثة تطبيق هذا النوع من السياحة؛ وباعتبار أن التعريف بهذه السياحة ضعيف خاصة في بلداننا العربية أردنا أن ننطلق في بحثنا هذا من

التساؤل التالي: كيف يتمّ التسويق للسياحة الميسّرة بشكل ينمي ويرقي من الوجهات السياحية؟

أهمية البحث: تأتي أهمية البحث في هذا الموضوع من كون هذا النوع من السياحة نوعا مستحدثا، ومن أهمية السوق الذي يحتويه هذا النوع باعتبار العدد الهائل من السياح الذي يمكن أن يستقطب، كما يكتسي أهمية بالغة باعتباره يقدم نموذجا ناجحا في هذه السياحة بالعرض والتحليل وهو النموذج الفرنسي.

أهداف البحث: نهدف من خلال هذه الدراسة إلى التعريف بهذا النوع من السياحة وإلى الكشف عن أساليب التعامل مع هذه الفئة من السياح انطلاقا من التسويق الذي يوصلهم إليها، كما نهدف إلى الوقوف على أبرز مرتكزات الاستراتيجية الفرنسية الناجحة في هذا المجال.

منهج البحث: اعتمدنا في هذه الورقة البحثية على المنهج الوصفي التحليلي انطلاقا من المسح المكتبي والشبكي للعديد من المصادر والمراجع ذات الصلة على قلّتها نظرا لحداثة الموضوع، وعلى أهمّ المراجع التي تطرقت إلى التجربة الفرنسية في هذا الإطار خاصة الموقع الرسمي للعلامة الفرنسية.

هيكل البحث: لدواعي البحث في الموضوع وتماشيا مع خصائصه قمنا بتقسيمه إلى محورين رئيسيين: الأول يبحث في الإطار النظري للسياحة الميسّرة بمختلف مصطلحاتها وتعريفاتها وشروطها وظوابطها، والثاني يدرس بالعرض والتحليل التجربة الفرنسية وتبنّيها للعلامة "السياحة والمعاق". وعليه كان التقسيم على النحو التالي:

♦ الإطار النظري للسياحة الميسرة؛

♦ التجربة الفرنسية في إطار السياحة الميسرة.

أولاً: الإطار النظري للسياحة الميسرة

تعددت المصطلحات التي تصف السياحة الميسرة لكن معناها ومحتواها يصبّ في اتجاه واحد وهو الاهتمام بفئة كبيرة وهامة من السيّاح وهي فئة ذوي الاحتياجات الخاصّة، هذه الفئة بالتعريف تحتوي أيضا على المسنّين وأصحاب الإعاقّة المؤقتة. ونحاول في هذا المحور تقديم التّأصيل النّظري لهذا النوع من السياحة

1. مفهوم السّياحة الميسرة:

السّياحة الميسرة، السياحة المتاحة، سياحة ذوي الاحتياجات الخاصة (Available Tourism, Disability Tourism, Handicap Tourism, Accessible Tourism) ... كلّها مصطلحات لمعنى واحد يشير إلى نمط سياحي حديث نسبيا، مرتبط بهذه الفئة الواسعة من المجتمع، تشكل ما نسبته بين (10% - 12%) تقريبا من إجمالي عدد السواح على مستوى العالم الذي بلغ نحو (940) مليون سائح في عام 2010 (مليار و35 مليون سائح سنة 2012)¹، وتقوم على توفير متطلبات وخدمات الضيافة *hospitality* (الايواء و الاطعام و الشراب ...) والترفيه *recreation* والترويح لهذه الفئة من البشر التي وصل حجمها الى (650) مليون شخص على مستوى العالم، بحسب منظمة العمل الدولية ILO، و نحو (35) مليون في المنطقة العربية وفقا لمنظمة العمل العربية، والعمل الجاد والدؤوب من أجل التغلب على كافة الحواجز والمشاكل التي تحول دون تمتع هؤلاء بالتسهيلات *facilities* والامتيازات *privileges* والخدمات التي يتمتع بها بقية السواح بغض النظر عن انواعهم و الفئات التي ينتمون اليها².

وتعرّفها منظمة *Tourism Australia* على أنّها عملية تمكين الناس ذوي الإعاقّة وكبار السن من الاستمتاع بشكل مستقل وعلى أساس الإنصاف والكرامة من خلال تقديم المنتجات السياحية والخدمات والجو الملائم لهم؛ بما في ذلك التنقل، والرؤية، والسمع والأبعاد المعرفية³. وتعرّفها الشبكة الأوروبية للسياحة الميسرة (ENAT) كما يلي: "السياحة المتاحة"، "السياحة العالمية"، "السياحة الشاملة" وفي بعض الدول مثل اليابان "السياحة الخالية من الحواجز"؛ هي السياحة التي تكون في متناول جميع الناس، سواء من الأصحاء أو من ذوي الإعاقّة، بما في ذلك الإعاقات الحركية، السمعية، البصرية، المعرفية، أو الإعاقّة الذهنية والنفسية والاجتماعية وكذا المسنين وذوي الإعاقات المؤقتة"⁴.

واعتمادا على الأبحاث في هذا الموضوع واستنادا للتعريف السابقة؛ يمكننا تعريف السياحة الميسرة على أنّها: توفير الخدمات السياحية ومتطلباتها لجميع السيّاح بمختلف فئاتهم بما في ذلك الأشخاص ذوو الإعاقات الدائمة والمؤقتة، الأشخاص المسنون وذوو الإعاقات النفسية، وتلبية احتياجاتهم عن طريق كسر الحواجز المعيقة لهم في سبيل ذلك بإتاحة وابتكار الوسائل التي تمكّنهم من الاستمتاع.

2. أهمية السياحة الميسرة:

تشير ENAT الشبكة الأوروبية للسياحة الميسرة إلى أن سوق السياحة الميسرة العالمي يقدر بـ645 مليون سائح يضاف لهذا الرقم العدد من يهتم بهم من أهل أو أصدقاء أو أولياء نظرا لحالتهم الصحية؛ منهم 80 مليون سائح في البلدان الأوروبية و50 مليون سائح في البلدان العربية إذا توفرت لهم شروط ومعايير السياحة الميسرة. وتتميز هذه الشريحة من السياح بالولاء والمساهمة في زيادة التدفق للحركة السياحية، وإرتفاع لنسبة إشغال الغرف الفندقية لأن غالبيتهم يصطحبون مرافقين ويساهمون في التخفيف من تدني الحركة السياحية الموسمية، لأن لديهم الوقت للسفر في أوقات هبوط ذروة المواسم للوجهات السياحية، وتتم تغطية برامج نسبة كبيرة منهم ضمن برامج التأمينات الاجتماعية للسياحة العلاجية وفترة النقاهة المرضية بعد إجراء العمليات أو مجرد الاستجمام والراحة لفترات أطول من غيرهم من الفئات السياحية الأخرى.

إذن فالأمر يتعلق بشريحة تسويقية ضخمة في صناعة السياحة والسفر، تعتمد إمكانية تفعيلها واستثمارها على نضج القوانين والمواصفات التي ينبغي أن تعتمدها الدولة، بالإضافة إلى قطاع السياحة ككل والخطط والإستراتيجيات التي ينتهجها لاستقطاب هذه الشريحة الكبيرة من السياح وتشجيع العاملين في هذا القطاع (كالمطاعم والنوادي والفنادق ووسائل النقل) على اتخاذ السبل التي تكفل تحقيق ذلك.

إن تبني السياحة الميسرة من قبل أي دولة يعود بالنفع لها من نواحي كثيرة، فبالإضافة إلى المردودات الاجتماعية والسمعة الحسنة التي تجنيها دوليا؛ فالعوائد الاقتصادية لهذا النوع من السياحة كبيرة جدا، وقد أدركت الشركات والمؤسسات التي دخلت هذا المضمار هذه الحقيقة؛ فهناك تنافس كبير فيما بينها لاستقطاب هذه الشريحة التسويقية الضخمة. وتشير الدراسات إلى أن السائح من ذوي الاحتياجات ينفق في إجازته ما بين 30 إلى 200 بالمائة أكثر من السائح العادي، وعادة ما يكون مصحوبا بشخص آخر يراعاه، وهو ما يحقق سياحة مزدوجة في نفس الوقت. علما بأن الكثير من السياح ذوي الاحتياجات الخاصة يفضلون السفر في غير مواسم الذروة؛ لرغبتهم في الهدوء مما يمنح المرافق السياحية زبائن على مدار العام. كما يخلق هذا النوع من السياحة سوقا وصناعة سياحية متكاملة فهو أيضا يوفر العمالة ويساهم في دعم الاقتصاد⁵.

3. المنشآت السياحية المعنية بالسياحة الميسرة⁶:

يهتم العمل السياحي الميسر بتكثيف المنشآت السياحية حسب متطلبات ذوي الاحتياجات الخاصة، هذه المنشآت تتمثل في:

- ◆ منشآت الإقامة: من الفنادق، والقرى السياحية ودور الضيافة، النزل والمسكن والإيجارات المفروشة والمركبات والمنتجعات؛
- ◆ منشآت الإطعام: من المطاعم الكبيرة إلى مطاعم الأكل الخفيف إلى الكافيتيريات وحتى الحانات؛

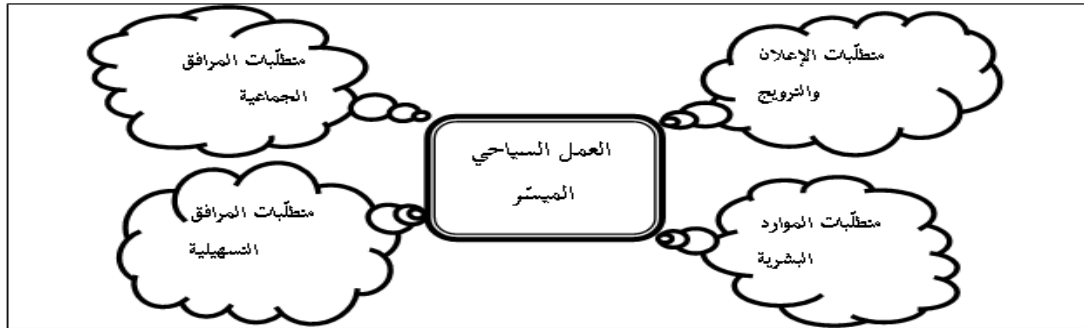
◆ منشآت وأماكن الجذب السياحي: من المواقع الأثرية والمتاحف وقاعات العرض، القلاع والحدائق...إلخ؛

◆ المعالم الترفيهية والرياضية: كالحدائق والمسارح والمنشآت الرياضية السياحية والترفيهية وحمامات السباحة ومرافق الاستحمام والشواطئ ومسارات المشي.

4.I. متطلبات العمل السياحي الميسر:

أقرت منظمة السياحة العالمية على جملة من الشروط التي يجب توفيرها لتبني السياحة الميسرة، وجاءت هذه الشروط في القرار المسمى (A/RES/492(XVI)/10) الصادر في 2005، والذي دعمته بقرارات في دورتها التاسعة عشر بكوريا في أكتوبر 2011. وجاءت هذه الشروط مقسمة حسب مكونات العمل السياحي لذوي الاحتياجات الخاصة والذي يمكن تمثيله من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم 01: مكونات العمل السياحي الميسر



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على القرار رقم 10 لمنظمة السياحة العالمية المتخذ في دورتها في دكار 2005

ومن جملة الطوابق والمتطلبات التي يبنى عليها نموذج السياحة الميسرة نذكر ما يلي⁷:

1.4. شروط الإعلام والإشهار:

تتمثل شروط السياحة الميسرة فيما يتعلق بالإعلام والترويج فيما يلي:

◆ ينبغي أن ترمي الجهود الترويجية والتسويقية إلى التعريف بهذه السياحة، كما ينبغي أن تكون الرموز والإشارات في الإعلانات والإشهارات وكذا المناطق السياحية موحدة على نحو عالمي ومفهومة لكل أصحاب الإعاقات؛

◆ يجب أن تحتوي مناطق الاستقبال السياحي على قوائم من خدمات الدعم لذوي الاحتياجات الخاصة، كخدمات إصلاح أو استبدال الأطراف الاصطناعية، الخدمات الطبية المتخصصة بهم، العيادات البيطرية للكلاب المدربة لتكون مرشدا لهم...إلخ؛

◆ يجب أن تحتوي نظم الحجز على بيانات واضحة تشير إلى المرافق والخدمات المتاحة فعلا لهذه الفئة، وذلك لضمان توفير المعلومات الصحيحة وتسهيل إجراءات الحجز؛

◆ ينبغي أن تكون نظم الحجز وأماكن الاستقبال سهلة الولوج إليها بحيث يمكن لأي سائح التفاعل معها بشكل مستقل، وتحقيقا لهذه الغاية ينبغي أن تصمم المواقع ونظم الحجز بشكل موحد عالميا لتكون قابلة للاستخدام من قبل الجميع؛

◆ ينبغي للهيئات المكلفة بالسياحة الميسرة تلقّي ومتابعة شكاوى الزبائن السياحية وتسجيل وحلّ المشاكل المتعلقة بتوفير الخدمات والتسهيلات، والترويج أو الإعلان عن كيفية الوصول إليها عن طريق إجراءات محددة بوضوح.

2.4. شروط الموظّفين والمرشدين السياحيين:

لا يقتصر الأمر على الإعلانات والترويج للسياحة الميسرة بل يتعدّاه إلى الموارد البشرية والموظّفين القائمين عليها، والدّين يمكن توضيح الشروط التي يجب أن تتوفر فيهم في العناصر التّالية:

◆ يجب أن يكون موظفو المنشآت السياحية والخدمات المرتبطة بالسياحة على استعداد للتعامل مع المشاكل التي تواجه العملاء المسنين أو ذوي الإعاقة؛

◆ ينبغي أن يتلقى الموظّفون القائمون على المنشآت السياحية تكويناً جيّداً تدمج فيه القدرة على السيطرة على المرافق المخصّصة لذوي الاحتياجات الخاصة، وعلى توفير الخدمات الخاصة بهم؛

◆ يجب أن يكون هناك موظّفون على دراية وتكوين جيّد في التواصل مع ذوي الاحتياجات الخاصة؛ كالتكوين في فهم لغة الإشارة أو الكتابة بالبراي أو استخدام الأجهزة المعلوماتية المتخصصة في هذا المجال؛

◆ ينبغي تدريب الموظّفين على التعامل مع الأشخاص ذوي الإعاقة بلباقة وكياسة وعلى وجه كبير من السرعة، لتوفير معلومات كاملة عن الخدمات والتسهيلات المتاحة لهم، وتقديم المساعدة لتسهيل حصولهم على الخدمات التي يصعب وصولهم إليها؛

◆ يجب على أعوان الأمن وضباط السلامة في المنشآت السياحية والمركبات استيعاب ونقل الأشخاص ذوي الإعاقة، وأن يتوفّر لديهم في جميع الأوقات قائمة بالغرف وأرقام المقصورات التي يحتلها هؤلاء الأشخاص، للتدخل السريع في حالات الطوارئ.

3.4. متطلّبات المرافق الجماعية:

هناك العديد من المرافق التي يجب اعتبارها كأمكنة ومرافق جماعية يشترك فيها السيّاح بمختلف فئاتهم بما فيهم ذوي الاحتياجات الخاصة، ويبقى على القائمين على السياحة تيسير الوصول إليها من قبل هؤلاء، ومن هذه المرافق وشروطها ما يلي:

أ. مواقف السيارات والمركبات:

تعتبر مواقف السيّارات من المرافق التي يشترك فيها ذوو الاحتياجات الخاصة مع باقي السيّاح ولذلك يجب أن تكون:

◆ متاحة لمركبات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، وأن تحمل إشارات وعلامات واضحة بالقرب من مدخل / مخرج المباني أو الموقع السيّاحي، ويتمّ اختيار مواقعها بدقة بحيث تكون غير مستخدمة من قبل الأشخاص غير المعوقين؛

◆ أن تتوفّر المواقف على نقاط للرّكوب والنّزول من على مركبات ذوي الاحتياجات الخاصة، هذه النّقاط لا بدّ أن تكون قريبة من مداخل ومخارج المباني والمساعد ومن الدروب المخصّصة لهم؛

◆ يجب أن تكون مواقف السيارات واسعة بشكل يسمح بتقلّ مركبات ذوي الاحتياجات الخاصة بينها أو حتى الكراسي المتحرّكة، أي أن تترك مسافات مخصصة لتقلهم ويشترط في هذه المساحات أن لا تؤدّي إلى طرق مغلقة.

ب. المصاعد: يجب أن تحتوي الهياكل متعدّدة الطوابق على عدد كاف من المصاعد الواسعة بما يكفي للأشخاص الذين يستعملون كراس متحركة، كما ينبغي أن تحتوي على أنظمة معلوماتية تسهيلية لهم كتقنيات البراي، الأنظمة الصوتية الإرشادية والأنظمة المكتوبة.

ج. المواقف العمومية: يجب تصميم الهواتف العمومية بطرق تسمح باستخدامها السهل من قبل فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، وعليه فمشاكل التنقل إليه، ارتفاعه عن الأرض، دليل الاستخدام من قبلهم ومستوى الصوّت؛ أمور لا بدّ أن يأخذها مصمّمو المنشآت السياحية بعين الاعتبار.

د. الحمامات: يتمّ تصميم الحمامات في أمكنة يسهل الوصول إليها بسرعة من قبل المسنين وذوي الاحتياجات الخاصة، كما يجب تجهيزها بجميع المعدّات التقنية التي تسهّل الانتقال من الكراسي المتحرّكة إلى خزانة المياه، حنفيات المياه وكذا آليات التّظيف.

4.4. متطلبات المرافق التسهيلية:

تحتوي المنشآت السياحية والمركبات على مرافق ضرورية للسياح، ففي حين لا يجد السياح العاديين عناءً في الاستفادة منها؛ نجد الكثير من ذوي الاحتياجات الخاصة والمسنين يصعب عليهم استغلالها في كثير من الأحيان لذلك وجب وضع بعض التسهيلات لهذه الفئة لمساعدتها على التمتع برحلات سياحية وترفيهية ناجحة وممتعة، ومن هذه المرافق نذكر:

أ. المحطّات والمرافق ذات الصلة بالنقل: يجب أن تكون المحطّات مصمّمة بشكل يسمح لهذه الفئة بسهولة التنقل منها وإليها، كما يجب أن تتوفر فيها جميع شروط الإعلام والإرشاد الخاص بهذه الفئة: من أنظمة المعلومات الصوتية والمكتوبة والملموسة، وكذا شروط التنقل بالسلالم الخاصة أو المصاعد إذا كان هناك ارتفاع فيها وإشارات المرور الصوتية، كما يجب أن تنصّ قوانينها على منحهم الأولوية في وسائل النقل الجماعية؛ في الأخير لا بدّ أن تحتوي محطّات النقل على أمكنة لحفظ أمتعة ذوي الاحتياجات الخاصة وكراسيهم المتحرّكة.

ب. مرافق الإقامة: لا بدّ من توفير غرف ذات عدد معقول في المنتجعات السياحية والمركبات لذوي الاحتياجات الخاصة، كالغرف التي تأوي شخص بكرسي متحرّك بدون مساعدة، ووينبغي تصميم هذه الغرف في مثل هذه الطريقة للسماح لجميع المستخدمين لتففيذ إجراءات التنقل، الاستيعاب، تحديد مكانهم والتواصل بسهولة وبشكل مستقل. وهذا ينطبق أيضا على الحمامات والشرفات إذا كانت الغرفة مجهزة بذلك. وللوقاية والحماية لا بدّ أن تتوفر الغرف على أجهزة إنذار وأرقام الأعوان الأمنيين وأن تكون للغرف مخارج ومدخل للنجدة، ولتفادي الازدحام يجب مراعاة اتساع الممرات بحيث تسمح بمرور كرسيين متحرّكين على الأقلّ. وكلّ هذه الإجراءات لا بدّ أن تتخذ أيضا في حالة المخيمّات الصيفية أو الشاليهات.

ج. مرافق خدمات المطاعم: ينبغي أن يقدم عدد من المطاعم والكافيتريات والمقاهي في المناطق السياحية تسهيلات لوصول هذه الفئات إلى الخدمات السياحية، كتصاميم للأثاث لتمكين استخدامها من قبل أصحاب الكراسي المتحركة، تصاميم الأشرطة على ارتفاعات مختلفة، توفير قوائم مسموعة ومكتوبة ومرئية للقراءة بسهولة، مع نوع من الحمامات للمعاقين... الخ كما ينبغي على هذه المؤسسات أن تحمل علامات واضحة لتسهيل العثور عليها.

د. المتاحف وغيرها من المباني ذات الأهمية السياحية: المتاحف وغيرها من المباني ذات الأهمية التاريخية والثقافية والدينية، والتي تتوفر للزيارات السياحية، ينبغي أن تحلّ المشاكل التي يمكن مواجهتها من قبل الزوار من ذوي الاحتياجات الخاصة في حركتهم، من خلال توفير السلالم أو المصاعد، ويجب أن تأخذ المعلومات المقدمة بعين الاعتبار احتياجات الزوار الصم أو المكفوفين؛ وتحقيقاً لهذه الغاية، يجب توفير جميع المعلومات في أشكال صوتية أو مكتوبة عن طريق شاشات العرض. كما يستحسن وجود خدمات مناسبة للإعارة خارج الكراسي المتحركة أو غيرها من الأجهزة للزوار من ذوي الاحتياجات الخاصة.

ه. النزاهة: يجب أن تتوفر حافلات النقل لمشاهدة المعالم الأثرية والأماكن السياحية على مترجمي لغة الإشارة للسياح الصم وضعاف السمع و / أو مواد وصفية كالمطبوعات الإرشادية أو دليل البراي في جميع مواقع الزيارة. كما يجب أن تكون قادرة على استيعاب السياح ذوي الإعاقات الجسدية ويجب تقديم كل المعلومات السمعية والبصرية وغيرها من المساعدات إلى المكفوفين والصم.

انطلاقاً مما سبق يمكن القول أنّ السيّاحة الميسرة أو المتاحة هي نمط جديد من السيّاحة موجّه إلى سوق معتبر من أسواق السيّاحة، كما يعتبر محيطاً أزرقاً لقلّة المنافسة فيه - على الأقلّ في الوقت الحالي- نظراً لعدم اهتمام العديد من الدّول به. وعليه فإنّ أخذ متطلّبات السيّاحة الميسرة بعين الاعتبار وتنفيذ أنشطتها بالتوازي مع الأنشطة السيّاحية العادية وإتاحتها يعود بمدخيل هامّة ويحسن من صورة الجهات السيّاحية المهتمة به. وسنأتي في المحور الموالي إلى عرض تجربة رائدة في مجال السيّاحة الميسرة وتسويق منتجاتها ووجهاتها وهي التجربة الفرنسية.

ثانياً: تسويق السيّاحة الميسرة (التجربة الفرنسية)

تعتبر السيّاحة الميسرة سوقاً محتملاً جد مهم بالنسبة لكل الأسواق السياحية في العالم، خاصة و أن عدد الأشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة قد فاق المليار شخص حسب الاحصائيات المذكورة في المحور الأول من البحث، وبالتالي يمكن العمل على استقطاب نسبة كبيرة من هؤلاء الأشخاص وإدماجهم في الحياة العادية وتزويدهم بخدمات سياحية ترقى إلى تطلعاتهم، وهذا ما تعمل لأجله الدول الأوروبية. والتجربة الفرنسية في هذا المجال خير مثال على ترقية سياحة ذوي الاحتياجات الخاصة ومحاولة تكييف خدماتها وعروضها السياحية مع هذه الفئة من الأشخاص.

1. الاهتمام بتسويق السيّاحة الميسرة في العالم:

تزايد الاهتمام بسوق السيّاحة الميسرة في العالم خاصة وأنّ فئة ذوي الاحتياجات الخاصة في تزايد، والاهتمام بالمجال السياحي أيضاً في تزايد نظراً للأهمية التي تشكلها السياحة في اقتصادات

الدول. وبما أن التسويق السياحي يسعى إلى تحديد حاجات ورغبات جميع السياح ومحاولة إشباعها، تطوير نوعية الخدمات، ضمان الاستدامة والتنافس، فهذا يعني أنه لا يمكن الحديث عن تسويق سياحي متكامل إن لم نسوق نوع آخر من السياحة يهتم بفئة ذوي الاحتياجات الخاصة. وبعد القوانين التي تم سنها في مختلف الدول بهدف إدماج هذه الشريحة في المجتمع، أصبح من السهل توسيع نطاق الاهتمام بهذه الفئة. وفي هذا الإطار تعدّ الدول الأوروبية سبّاقة لترقيه سوق السياحة الميسرة والاهتمام بهذه الفئة، فأُنشأت الشبكة الأوروبية للسياحة الميسرة تحت شعار: "لنعمل جميعاً لجعل السياحة في أوروبا متاحة للجميع".

أ. الشبكة الأوروبية للسياحة الميسرة: "ENAT" *European Network for Accessible Tourism* أسست هذه الشبكة في جانفي 2006 من طرف 9 منظمات (سويدية، يونانية، إسبانية، ايطالية، برتغالية، استرالية، إيرلندية، بلجيكية، بروكسل) بدعم من الإتحاد الأوروبي، تفتح أبوابها لكل مشجعي السياحة الميسرة والذين لديهم اهتمامات ويرغبون في التعرف أكثر على هذا النوع من السياحة، خاصة وأن هذه الفئة تقدر بـ 25% من مجموع المجتمع الأوروبي. وتسعى هذه الشبكة إلى محاولة التهيئة لمقاصد سياحية أوروبية والمساهمة في تقديم منتجات وخدمات متاحة للجميع وأيضاً محاولة الاستفادة من الخبرات والتجارب في هذا المجال⁸. ومحاولة منها للتعريف بالشبكة وبالسياحة الميسرة والترويج لنشاطات هذه المؤسسة تم إطلاق "ENAT flyers" وهي مطوية تضم جميع المعلومات حول الشبكة.

ب. علامة "AccessiB" في كندا:

هناك بعض التجارب في كندا التي تسعى إلى تسويق سياحة ذوي الاحتياجات الخاصة، حيث تعد جمعية "Kéroul" من بين الجمعيات الرائدة في هذا المجال في كندا، حيث تعمل على تقديم خدمات سياحية في 5 مناطق من بينها كيبيك ومونريال⁹، ومن بين الوسائل الترويجية التي استعملتها لإيصال الفكرة ومنتجاتها هي مطوية "Accessi B"¹⁰.

ج. علامة صفر حواجز الإسبانية "barrerra-cero": في إسبانيا يتم الاهتمام بهذا النوع من السياحة وللترويج بها، ونذكر هنا كمثال الترويج عن طريق موقع الانترنت (التسويق الإلكتروني) على موقع *barrerra-cero.com* (صفر حواجز بالإسبانية) وهو موقع متخصص في سياحة ذوي الاحتياجات الخاصة*.

د. العالم العربي والسياحة الميسرة:

لم تبد الدول العربية اهتماماً كبيراً بهذا النمط من السياحة؛ واقتصرت المساعي الرامية إلى استحداثه في بعض الملتقيات والمؤتمرات التي نظمت لتشجيع الاستثمار في مجال تهيئة مقاصد سياحية ترعى حقوق ذوي الاحتياجات الخاصة وتكفل استمتاعهم برحلاتهم. إذ نجد الملتقى الدولي الأول

* عنوان الموقع الإلكتروني الكامل هو: <http://espagneaccessible.wordpress.com/about>.

لتنمية سياحة ذوي الاحتياجات الخاصة في الشرق الأوسط الذي عقد في معرض السفر العربي سنة 2005، حيث دعى إلى توفير مزيد من المنشآت السياحية والترفيهية والبنى التحتية التي تلبي احتياجاتهم بتأمين خدمات الضيافة والترفيه، وتعتبر إمارة دبي من أوّل المناطق العربية التي أبدت اهتماماً بهذه التجربة عقب التوسعات التي عرفتها مطاراتها الدوليّة والخدمات التي أدرجتها ضمن خدمات فنادقها ذات 4 و5 نجوم وتشكيل فريق خاص تحت اسم "رعاية"؛ مهمته تطوير الخدمات التي يوفّرها المطار وابتكار المزيد من التسهيلات لخدمتهم¹¹. كما سيتم عقد الملتقى العربي الأوروبي للسياحة الميسرة في الأردن في 23 أكتوبر 2013 بالتعاون مع الشبكة الأوروبية للسياحة الميسرة حيث يأتي بمثابة خطوة مميزة للتسويق السياحي وخدمة ذوي الاحتياجات الخاصة¹².

2.II. التجربة الفرنسية في مجال السياحة الميسرة:

تعتبر فرنسا الوجهة السياحية الأولى في العالم، وهي تحتلّ المرتبة الثالثة من ناحية الإيرادات السياحية¹³، ولهذا عمدت على تطوير قطاعها السياحي بشتى جوانبه بهدف النمو بهذا القطاع، وبما أن فرنسا كغيرها من الدّول بها أشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة ومسنين قدر بـ20 مليون شخص¹⁴، لم تغفل عن هذه الفئة بل قامت بإدماجها في المجتمع، واعتبرها المتعاملون في قطاع السياحة كفرصة تسويقية لها من المبادئ الإنسانية ما لها، وفي هذا الإطار تعتبر فرنسا من بين أولى الدول الأوروبية التي خاضت مجال السياحة الميسرة وقد وفرت جميع متطلبات هذه السياحة في العديد من مدنها وأقاليمها بجعلها مقاصد سياحية متاحة لجميع شرائح السياح، خاصة بعد صدور القانون رقم 102 - 2005 الهادف إلى مساواة حقوق وحظوظ الأشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة مع غيرهم من الأشخاص العاديين وعدم التمييز بينهم وإعطائهم حق المواطنة¹⁵.

1.II. الأنشطة المتخذة في إطار السياحة الميسرة في فرنسا:

شرح القائمون على السياحة في فرنسا بالتعاون مع قطاعات أخرى في تطبيق بعض الأنشطة واستحداث تقنيات لتمكين ذوي الاحتياجات الخاصة من الاستفادة من المزايا السياحية المقدّمة، ومن ضمن هذه الأنشطة نذكر ما يلي¹⁶:

أ. العلاج بالحيوانات الأليفة (La zoothérapie):

هذا النشاط يعتمد على وضع وساطة مساعدة لذوي الاحتياجات الخاصة متمثلة في بعض أنواع الحيوانات، وتنقسم هذه الأنشطة إلى نوعين:

♦ **العلاج بمساعدة الحيوانات:** وهو نوع من السياحة العلاجية ووسيلة للتدخل العلاجي بواسطة الحيوانات، هذه الأخيرة تستعمل كمساعد للعلاجات التقليدية، وتلعب الحيوانات دوراً وسيطاً بين الطبيب وذوي الاحتياجات الخاصة.

♦ **التأهيل بمساعدة الحيوانات:** تستخدم الحيوانات هنا لتحسين نوعية حياة الشخص من خلال زيادة الدافع للمشاركة في الأنشطة الترفيهية والتعليمية وهاكل التعليم البيئي والتأهيل فيما يسمّى بالمزارع البيداغوجية.

ويختلف النّوعان في كون العلاج يتطلّب تعريفا واضحا للأهداف العلاجية والمقررة في المراحل المختلفة (أي قبل وأثناء وبعد العلاج)، في حين النوع الثاني لا يتطلّب ذلك.

ب.العلاج بركوب الخيل (*L'équithérapie ou hippothérapie*):

لا يختلف هذا النّشاط عن سابقه إلا في نوع الحيوان المستخدم؛ حيث يقتصر هنا على الخيول، ويستخدم الحصان لدعم مجموعة متنوعة من الأنشطة: كالرعاية، العمل على الأرض، ر ممارسة ركوب الخيل، الاكتشاف، حمل الأمتعة،... كما يستخدم في التأهيل وإعادة التأهيل الوظيفي والعلاجات الطّبيعية والنّفسية. وعليه فإتاحة هذا النّشاط في الهياكل العمومية الأساسية: الصّحية، الاجتماعية، التعليمية يجعلها تشارك في التدريب ودعم التكامل والتنمية البدنية والعقلية لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة.

ج. كلاب ذوي الاحتياجات الخاصّة والكلاب المرشدة (*Handi'chiens, et chiens guides*):

على خلاف الأنواع السّابقة؛ تقوم جمعية تربية كلاب المعاقين على تدريب كلاب قادرة على مساعدتهم في الحياة اليومية، وتحريك الكراسي المتحركة، التقاط وتحريك الأشياء وإغلاق وفتح الأبواب وما شابه ذلك. والهدف هنا هو تعزيز الاستقلال الذاتي لهذه الفئة. أمّا الكلاب المرشدة أو الكلاب الدليل فهي كلاب مدرّبة على توجيه الأشخاص ضعيفي أو منعدمي البصر والمكفوفين للتنقل، وتحتاج هذه الكلاب إلى تدريب خاص من طرف مدرّبين معتمدين من قبل الدّولة قبل أن تمنح لمستعمليها، كلّ هذا في إطار القانون الفرنسي المؤرّخ في 30 ديسمبر 2005 والمتعلّق بمراكز تدريب كلاب ذوي الاحتياجات الخاصّة.

د. العلاج النّبّاتي أو البستاني (*l'hortithérapie*):

كعلاج الحيوانات الأليفة التي تعتمد على الحيوان، العلاج البستاني تستخدم الممارسات النباتية والحدائق لدعم وتحفيز التنمية البدنية والعقلية لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة، فهي تستخدم أيضا كوسيلة لإعادة التّأهيل، وتشتهر كندا وأمريكا وفرنسا بهذه الطّريقة أين نجد في فرنسا أنواع من الحدائق العلاجية والحدائق المكيفّة.

ه. رياضة ذوي الاحتياجات الخاصّة (*handisport*):

بعد التطوّرات الحاصلة على السّيّاحة الرّياضية كان من الضّروري إتاحة الأنشطة الرّياضية لذوي الاحتياجات الخاصّة؛ في فرنسا تعمل الفدرالية الفرنسية لرياضة المعوقين على توفير الرياضات التنافسية والترفيهية واللجان الإقليمية والمواقع الرّياضية وتحديد الإدارات وتكليفها حسب متطلّبات العمل السياحي الميسّر.

و. الصّيد لذوي الاحتياجات الخاصّة (*Handipêche*):

من الواضح أنّ الصّيد هو نشاط يمكن أن يمارسه جلّ المعاقين على اختلاف درجة الإعاقة، وهذا يتطلّب إتاحة نقاط الصّيد لهذه الفئة وانتهاج وسائل حسّية بسيطة والإشراف الكافي عليها. على سبيل المثال لا بدّ من تقريب المسافات من مواقع الصّيد لهذه الفئة واختيار المواقع بدقّة نظرا لصعوبة نقل

المعدّات، وتقوم فرنسا بترتيب أماكن الصيد بالطوّافات لهذه الفئة عن طريق الإتحاد المحلي لصيد السمك وجمعية *Handipêche*.

2.2. التقيّد بمتطلبات العمل السياحي الميسّر في فرنسا:

بهدف تحقيق أهداف تسويق هذه النشاطات السياحية، سعى الفاعلون الأساسيون في مجال السياحة الميسرة إلى توفير جميع متطلبات السياحة الميسرة والمذكورة في الجزء الأول من هذا البحث، ويمكن إيجازها فيما يلي:

أ. الإعلام والإشهار:

حيث تم اعتماد مواقع انترنت مكيفة وتراعي خصائص فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، تقدم هذه المواقع جميع المعلومات الخاصة بالأماكن المتاحة لهذه الفئة. وقبل اعتماد هذه المواقع رسمياً يتم اختبارها من طرف مجموعة من الأفراد من ذوي الاحتياجات الخاصة؛ كلّ حسب الاعاقة أو الحاجة التي يعاني منها بهدف الحصول في الأخير على موقع انترنت متاح لهذه الفئة، حيث توفرّ للمكفوفين بأنظمة القراءة الحسيّة للنصوص (البراي)؛ وذلك بالاعتماد على برنامج قراءة للشاشة يحول المعلومات إلى جهاز عرض يشتغل بتقنية البراي يمكن المكفوف من الحصول على كافة المعلومات باستقلالية تامة، أما بالنسبة للمعاقين حركياً فيتم تزويدهم بشاشة لمس أو استعمال لوحة مفاتيح خاصة تعوّض الفأرة، كذلك بالنسبة للمعاقين عقلياً فهم يعانون من عجز عقلي يمنعهم من تذكر وحفظ المعلومات بشكل كبير؛ وبالتالي يتم وضع رسائل إعلانية قصيرة سهلة التذكر مع مراعاة أن تكون الكتابة واضحة وبتعابير دقيقة ومُكمّلة برسومات توضيحية بالنسبة لجميع هؤلاء الأفراد¹⁷، بالإضافة إلى مواقع الانترنت تقوم مختلف الهيئات المختصة في السياحة الميسرة بإصدار مطويات تحوي كل المعلومات التي تحتاجها هذه الفئة كما ذكرنا سابقاً.

وينص قانون الفاتح أوت 2006 والمعدّل بقانون 30 نوفمبر 2007 أنه عندما يتم تزويد الزوار والسياح بمعلومات عن طريق وسيلة التتبيه المرئية أو الصوتية يجب أن تترجم وتفسر أيضاً للأفراد من ذوي الاحتياجات الخاصة؛ بحيث يجب أن تكون عناصر المعلومات الموقّرة مرئية ومسموعة ومفهومة من قبل جميع الزوار باختلافهم.

ب. الموظفون والمرشدون السياحيون:

سعت مختلف الفيدراليات والنقابات بالإضافة إلى وزارة السياحة الفرنسية إلى تنظيم دورات تكوينية خاصة بالأفراد الذين يكون لديهم اتصال مباشر مع السياح من ذوي الاحتياجات الخاصة، ويُعد تخصص " استقبال السياح من ذوي الاحتياجات الخاصة " ضمن إطار التكوين للحصول على شهادة التقنيين السّامين في السياحة * *BTS Tourisme* كأحد أهم الأمثلة التي يمكن ذكرها في هذا الصدد¹⁸، ومن بين التعليمات التي يتم إعطاؤها للأفراد عند تكوينهم ما يلي¹⁹:

* *Brevet de Technicien Supérieur en tourisme*

◆ أنه عندما يكون الشخص من ذوي الاحتياجات الخاصة برفقة شخص ما؛ لا نوجه الحديث إلى الشخص المرافق وإنما إلى الشخص المعني مباشرة، وفي حالة ما إذا لوحظ أن هذا الشخص لم يستوعب جيدا فيتم توجيه الكلام لهما معا بنفس الطريقة حتى لا يحس الشخص بالتهميش من جهة ومن جهة أخرى حتى يتمكن المرافق من شرحه له؛

◆ عند التعامل مع الأشخاص الذين لديهم قصر في السمع، عدم التردد في استعمال الكتابة كوسيلة أخرى للتواصل مع هذه الفئة؛ كما يجنب التكلم معهم بطريقة مفهومة دون رفع الصوت ولا الاكثار من تحريك الشفاه؛

◆ حسن التعامل مع الأشخاص المضطربين نفسيا أو عقليا فهم قد لا يحسنون التصرف في مكان يعتبر بالنسبة لهم جديد كقاعة الاستقبال، قاعة الفطور أو المطعم؛

◆ حسن ارشاد المكفوفين إلى غرفهم وإلى مختلف المرافق باقتراح مساعدته باليد (يد المرشد) عوض رفع يد هذا الشخص مباشرة.

ب. متطلبات المرافق الجماعية:

بترتيب المتطلبات حسب ما جاء في المحور الأول نتطرق هنا إلى متطلبات المرافق الجماعية لذوي الحاجات الخاصة في فرنسا.

◆ **مواقف السيارات والمركبات:** تم توفير أماكن خاصة بركن السيارات المتعلقة بذوي الاحتياجات الخاصة، وكذا تخصيص طرق خاصة بهم لاستعمالها في تنقلاتهم المختلفة باستعمال الكراسي المتحركة أو أي وسيلة مساعدة أخرى، وتم نص كل هذا في قوانين تلزم المتعاملين في السياحة والعمران بالتحديد بها، مع تحديد المسافات اللأزم مراعاتها عند تهيئة هذه المرافق، كما يتم وضع إشارات خاصة تُعلم الجميع في الأماكن العمومية بتخصيص مكان معين لهذه الفئة.

وينص قانون 1 أوت 2006 أن كل مكان مخصص لمواقف السيارات يجب أن يكون به مكان أو عدد أكثر خاص بفئة ذوي الاحتياجات الخاصة. وينص المنشور رقم 51-2000 لـ 23 جوان 2000 بأنه يجب ترك مساحة عرضها 3,30 م خاصة بذوي الاحتياجات الخاصة، بحيث لا يتم التعدي فيها على الرصيف أو على حركة المرور، والأشخاص من هذه الفئة والذين يملكون سيارات تحمل الرمز GIC أو GIG* أو سيارات النقل العمومي للأشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة؛ وحدهم يمكنهم التوقف في هذه المساحات، كما ينص على ضرورة ترك ارتفاع يُقدَّر بـ 2,15 م في أماكن توقف سيارات هذه الفئة والمكيفة مع الكاسي المتحركة لهم.

◆ **وسائل النقل:** اعتماد وسائل نقل خاصة بالأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، حيث قامت الجمعية الفرنسية للتقييم (AFNOR (Association Française de Normalisation) بإعداد دليل إرشادي

* GIG .Grand Invalide de Guerre ، GIC .Grand Invalide Civil ، يتم من خلالها التعرف على أحقية استعمال هذا الشخص الموقف الخاص بذوي الاحتياجات الخاصة ، وتم تعويض البطاقات التي تحمل هذه التعليلة ابتداء من 1 جانفي 2011 ببطاقة أخرى هي البطاقة الأوروبية لركن سيارات ذوي الاحتياجات الخاصة ويتم التحصل عليها بعد تكوين ملف خاص وإرساله إلى الجهة المعنية بتسليم هذه البطاقات.

خاص بالنقل الموجه لذوي الاحتياجات الخاصة، حيث يسمح للفاعلين في القطاع أن يأخذوا بعين الاعتبار الحاجات الخاصة بهذه الفئة وتطلعاتها، وتحسيس المؤسسات الناشطة في هذا المجال بمشكلة إتاحة هذه الوسائل لكافة المسافرين من عدمها. كما تخص تعليمات هذا الدليل وسائل النقل في الفنادق البرية، البحرية، مؤسسات الطيران والأماكن الخاصة بهم في المطارات وغيرها من أماكن تواجد هذه الفئة لاستعمال وسائل النقل²⁰، حيث أصبح مطاري أورلي ومارسيليا متاحين للجميع، بهما كل التسهيلات والمرافق الخاصة بفئة ذوي الاحتياجات الخاصة، كذلك مؤسستي الطيران Air Franc و Ryanair أخذتا بعين الاعتبار مسألة إتاحة خدماتها للجميع.

♦ **المصاعد والسلالم الميكانيكية:** يتم دائماً انجاز سلالم ثابتة عادة بجوار السلالم الميكانيكية تحسباً لاستعمالها من قبل بعض الأشخاص، أيضاً عادة ما يتم وضع جزء يبين للمكفوفين أنهم عند بداية السلم، كما يتم تزويد المصاعد الكهربائية بمنبهات صوتية وأخرى ضوئية مثلاً يتم إعلام الشخص بالطابق الذي يتواجد فيه عند وصول كل طابق²¹.

♦ **المراحيض والحمامات:** توفير مراحيض وحمامات مزودة بكل وسائل الانذار عند الحاجة، وأبواب سهلة الفتح والاعلاق²².

ج. متطلبات المرافق التسهيلية:

لتنفيذ خطوات استراتيجية السياحة الميسرة قامت الدولة الفرنسية باستحداث أماكن ومنتزهات متاحة للجميع بما فيهم السياح ذوي الاحتياجات الخاصة حتى يتم تمكينهم من الاستمتاع بعبطهم رفقة عائلاتهم وعدم عزلهم عن غيرهم من الأشخاص العاديين، فتم تهيئة أماكن جديدة مكيّفة، كما تم إعادة تهيئة مناطق أخرى لتكون أكثر إتاحة من ذي قبل ومن بين الإجراءات المتخذة في هذا المجال نذكر:

♦ **استحداث طرق خاصة بالدراجات الهوائية «véloroutes»** عامة الاستعمال ومتاحة لجميع الأشخاص وتكون بمحاذاة ما اصطلح عليه بالطرق الخضراء "Voies vertes"، وقد جاءت هذه المشاريع استجابة لمطالب التنمية المستدامة من جهة وكذلك استجابة لحاجة هذه الفئة من الأشخاص من جهة أخرى، هذه الطرق متواجدة عبر كافة الإقليم الفرنسي²³.

♦ **تهيئة معظم المدن الفرنسية بحيث أصبحت تحت طابع "مدن متاحة للجميع"**، من بين هذه المدن مدينة نيس و مدينة Paris Ile de France، حيث قامت وزارة السياحة بإعداد دليل إرشادي للسياحة الميسرة خاص بكل مدينة يُعرف الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة بالمرافق المتاحة لهم ويسهل عليهم الحركة ويمكنهم من الاستمتاع²⁴. كما قامت جمعية معاقني فرنسا « Association des Paralysés de France » APF باعتماد دليل إرشادي آخر يحوي جميع المعلومات الخاصة بالمرافق والمدن المتاحة في فرنسا سمي بـ « Le calvados accessible »²⁵.

3.2. إجراءات الحصول على العلامات السياحية الميسرة وتسويقها في فرنسا:

في إطار الاهتمام بالسياحة الميسرة والأنشطة المتعلقة بها، ورغبة في مراعاة جميع المتطلبات الخاصة بهذا النمط من السياحة تم استحداث ما يسمى " العلامة الوطنية للسياحة الميسرة" والتي تنظم

وتهيكل جميع الأعمال المدرجة ضمن الاستجابة لحاجات السياح من ذوي الاحتياجات الخاصة، والتي تلزم كذلك كل من أراد الحصول على هذه العلامة من المؤسسات المستقبلية للأفراد بمجموعة من الشروط التي تسمح لهم باستقطاب هذه الفئة وتحقيق مستويات عالية من الأشباع لها. وسنتطرق أولاً إلى المراحل التقنية الواجب اتباعها لاعتماد علامة وطنية في السياحة الميسرة، ثم إجراءات الحصول على هذه العلامة ومن ثم نتطرق إلى تسويق العلامات السياحية الميسرة المعتمدة في فرنسا.

2.3.1. المراحل التقنية لاعتماد علامة وطنية في السياحة الميسرة:

حتى يتم اعتماد علامة وطنية لإتاحة الخدمات والمرافق يجب أن تمر بـ 5 مراحل تقنية هي كالاتي²⁶:
أ. القيام بتشخيص يتعلق بالمواقع المتاحة باستعمال وسيلة قياس معروفة ومشاركة (الاستقصاء مثلا)؛

ب. تحديد المعايير المعتمدة لمنح العلامة؛

ج. تحديد الهيئة التي لها حق إصدار هذه العلامة؛

د. إعطاء صورة وشكل العلامة: (التسمية، الشعار والشروط الواجب مراعاتها عند الأنشطة الاتصالية)؛

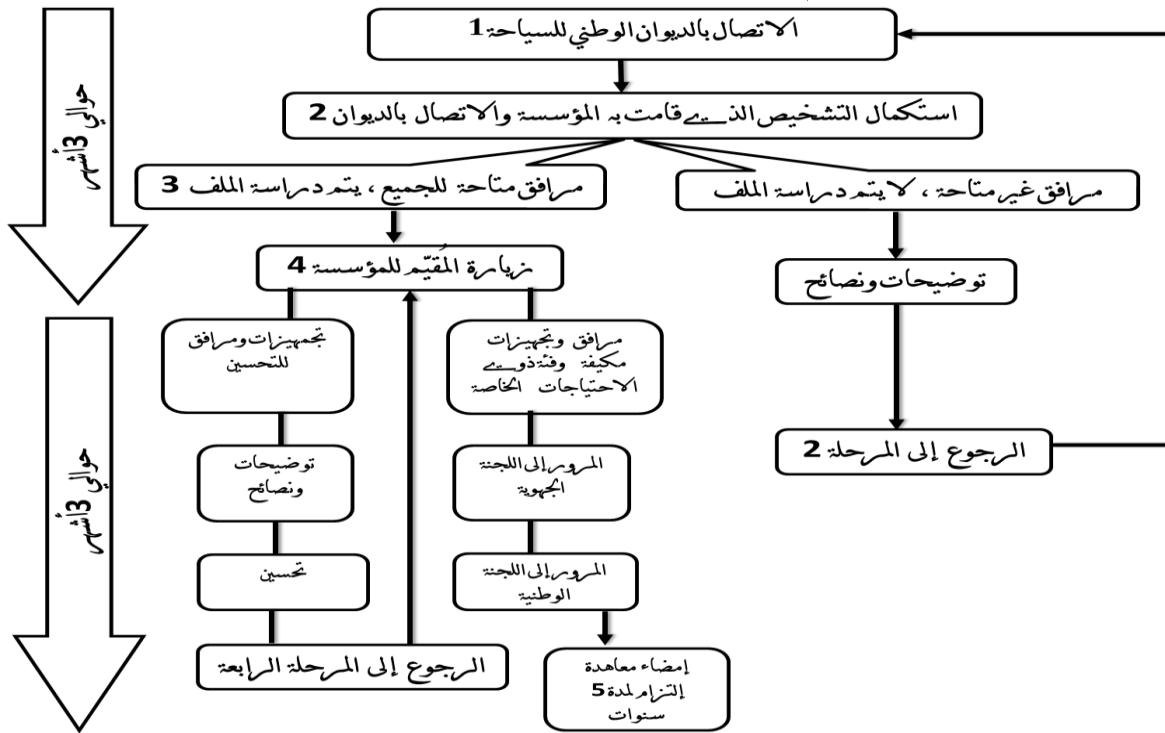
هـ. وضع قواعد وأدوات للرقابة والمتابعة.

هذه المراحل تُتبع بإجراءات ومراحل أخرى للحصول على العلامة بمساعدة الوزارة، هذه المراحل نوردتها في العنصر الموالي.

2.3.2. إجراءات حصول هيئة معينة على علامة وطنية خاصة بإتاحة مرافقها السياحية:

حتى تتمكن مؤسسة ما من الحصول على علامة خاصة بإتاحة مرافقها السياحية تمر بالمراحل المختصرة في الشكل التالي. الذي يوضح المراحل والاجراءات الواجب اتباعها للحصول على علامة وطنية خاصة بالسياحة الميسرة، والحصول على هذه العلامة هو أمر تطوعي من المؤسسة التي تريد تحسين وتطوير خدماتها في مجال السياحة الميسرة، حيث تكون البداية بأول مرحلة وهي اتصال مسؤول المؤسسة وإيداع طلب الحصول على هذه العلامة لدى الديوان الوطني للسياحة، والتعرف على كافة المعايير الواجب توفرها في مؤسسته، ليقوم بتشخيص ذاتي يُكوّن بعده ملف يتم تسليمه للديوان، وفي حالة ما إذا لم تستوف المؤسسة الشروط يتم تقديم بعض النصائح والتعليقات الإضافية ليُجدد الملف، أما في حالة ما إذا استوفت المؤسسة الشروط يوضع الملف للدراسة ليتبعه زيارة مقيم من الديوان إلى المؤسسة، فإذا لم تستوف بعض التجهيزات والمرافق بعض الشروط يُوجه المقيم نصائح وتوجيهات، في حين إذا ما استوفت الشروط يتم تمرير الملف إلى اللجنة الجهوية ثم الوطنية ثم تسليم اعتماد لمدة 5 سنوات.

الشكل رقم 02: خطوات الحصول على علامة خاصة بالسياحة الميسرة



Source : Jacques Rosier Dufond, "Rendre accessible mon équipement touristique et obtenir le label *Tourisme & Handicap* ", communication présenté lors du salon de tourisme, Montpellier, France, le 08 Mars 2007, p 22.

3.3.2.II. تسويق علامات السياحة الميسرة:

بعد دراسة حاجات وخصائص فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، وبغية تحقيق أعلى مستويات الاشباع والدخول الفعلي إلى عالم السياحة الميسرة تم طرح مجموعة من العلامات الوطنية في مجال السياحة الميسرة، تسعى إلى تثمين وتدعيم الأنشطة السياحية في هذا الإطار، هذه العلامات الوطنية انتشرت بشكل واسع في فرنسا على غرار علامة *Tourisme & Handicap* وعلامات أخرى سيتم ذكرها، وقد تم الترويج لها بشكل مكثف لبناء تموقع قوي لهذه العلامات. وفيما يلي نذكر بعض هذه العلامات:²⁷

أ. العلامة "*Espace loisirs handisport*": تحدّد هذه العلامة مجموعة المؤسسات والهيكل التي تقدم خدمات ترفيهية مفتوحة على الأماكن الطبيعية، على غرار بعض الرياضات، الفروسية، ورياضة المشي موجهة للأشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة الذين يعانون من إعاقات حركية وبصرية، تنتسب هذه العلامة للفيدرالية الفرنسية المختصة في رياضة ذوي الاحتياجات الخاصة *handisport*، وتساهم هذه النشاطات الرياضية الترفيهية التي تتطوي ضمن هذه العلامة في ادماج هذه الفئة في الحياة الاجتماعية، وتُثمي جانب السياحة الرياضية في مجال السياحة الميسرة، والمؤسسات التي تحصل على حق العنونة بهذه العلامة تستفيد في زيادة نوعية نشاطاتها وتكون لها امكانية أكبر في تطوير مرافقها وتحسينها بحيث تستجيب لمتطلبات السياحة الميسرة، كما تضمن هذه المؤسسات حصولها على دعم قوي من قبل الفيدرالية في ما يتعلق بالحملات الترويجية والاتصالية،

أما الأشخاص الذين يمارسون أنشطة تقدمها هذه العلامة في إمكانهم الحصول على كل المعلومات اللازمة في مجال السياحة الرياضية والترفيهية.

ب. العلامة "Accessibweb": عند الرغبة في الاستفادة من خدمات بعض المؤسسات التي تقدّم خدمات في مجال السياحة الميسرة يعمل الأفراد أولاً على البحث عن المعلومات المناسبة والتي تمكنهم من المفاضلة ما بين مختلف العلامات والمؤسسات، ومن بين مصادر الحصول على المعلومات تُعد مواقع الانترنت من أكثر الوسائل استعمالاً، ولكن هذه المواقع يجب أن تكون متاحة لجميع الأفراد بما فيهم المكفوفين وغيرهم من ذوي الاحتياجات الخاصة، وحتى يكون الموقع متاحاً يجب أن يتوفر جهاز الإعلام الآلي للشخص على تقنيات وتكنولوجيا معينة منها:

♦ برنامج التركيب الصوتي (بحيث يجب أن تكون المعلومات والمعطيات المتوفرة على الشاشة مقروءة بصوت آلي)؛

♦ لوحة مفاتيح، قارئ وألة طباعة تشتغل بتقنية البراي.

ومن هذا المبدأ قامت شركة BrailleNet سنة 1997 بتطوير خبرتها في مجال المواقع المتاحة للجميع وأنشأت العلامة AccessibWeb على المستوى الأوروبي وليس الفرنسي فحسب، تسعى إلى تحفيز وتحسيس وتكوين مصممي المواقع الالكترونية وتزويدهم بمختلف الخبرات ومنحهم هذه العلامة بعد أن يستوفوا جميع الشروط وتحتوي مواقعهم جميع معايير موقع متاح للجميع، وإعطاء الاعتماد على أساسين: توفر 95 معيار وطريقة تقييمية حسب المستوى المختار (مستوى جيد من الاتاحة وسهولة الوصول: مستوى متوسط برونزي، مستوى جيد جداً: فضي، مستوى ممتاز: ذهبي).

ج. العلامة "Eracert": هي العلامة الأوروبية الأولى لتصنيف المواقع المتاحة، وهي تسمح بتسهيل الاعتراف بالعلامات المحلية بين مختلف الدول، وبفضل أعمال المواءمة والتنسيق على المستوى الأوروبي من قبل منظمات متخصصة في المواقع المتاحة وبدعم من المفوضية الأوروبية تم إعداد مجموعة من الوثائق المرجعية في مجال إتاحة مواقع الويب منذ سنة 2007 (توصيات دولية، منهجية التقييم واجراءات الرقابة على المطابقة)، عند الرغبة في الحصول على هذه العلامة يتم الاتصال بالشريك المعتمد لها في أي دولة، وبالنسبة لفرنسا يتم الاتصال بمؤسسة BrailleNet.

د. العلامة الوطنية "السياحة والإعاقة" « Tourisme & Handicap » le label national:



بعد أن أصبح لزاماً على كل مؤسسة أن تهيئ مرافقها السياحية وفق متطلبات السياحة الميسرة أصدرت العلامة Tourisme & Handicap وهي عبارة عن ماركة حكومية فرنسية، وضعت سنة 2001 وتم اعتمادها سنة 2003 من طرف الوزارة المكلفة بالسياحة في إطار إتاحة العطل والرحلات للجميع ويهدف إدماج فئة ذوي الاحتياجات الخاصة في النشاط السياحي، تحدد المرافق والمواقع

السياحية المتاحة لهذه الفئة (بمختلف أنواعها: سمعي ، بصري، حركي ، عقلي)²⁸. هذه العلامة تُدْف إلى ما يلي²⁹:

♦ تطوير وترقية عرض سياحي مفتوح للجميع ومكيف للأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، تمنح لهم إمكانية السفر بمفردهم أو مع العائلة أو مع الأصدقاء. العلامة تغطي تشكيلة واسعة من الخدمات السياحية بالنسبة للإيواء، الإطعام، أماكن الترفيه، مواقع طبيعية، أماكن الاستقبال والاستعلامات السياحية، كما تمكن من إعطاء معلومات موثوقة فيما يخص هذه الخدمات؛

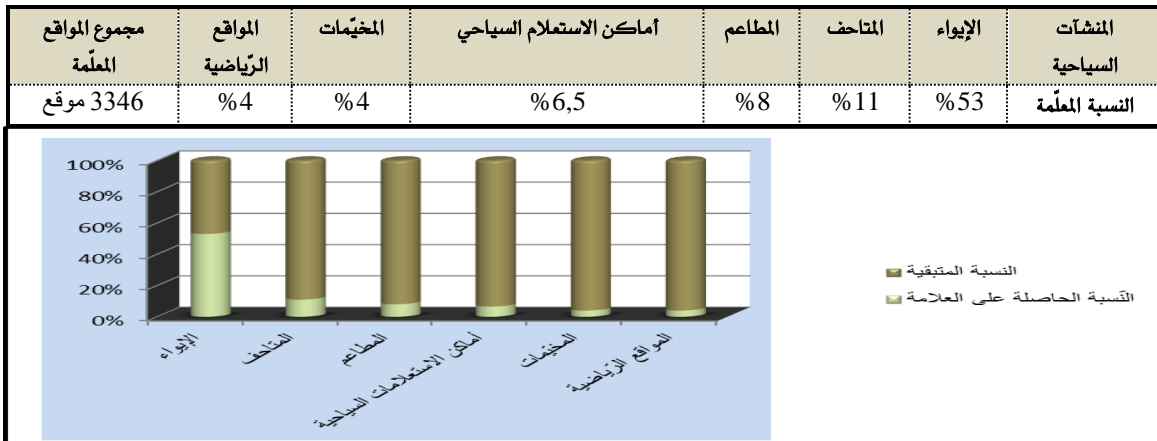
♦ واستباق قانون إتاحة المرافق السياحية لـ 11 فيفري 2005 حيث نص هذا القانون على ضرورة إدماج فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، ويلزم كل الهيئات والمؤسسات أن تكيف خدماتها مع هذه الفئة قبل 1 جانفي 2015.

كما تهدف العلامة أيضا إلى تحسيس المتعاملين في قطاع السياحة بضرورة الاهتمام بالسياحة الميسرة من خلال استقصاءات، دراسات، دورات تكوينية، معارض وملتقيات و منشورات³⁰. وقد تم إصدار علامة أخرى هي "Destination pour tous" والتي تعتبر تكملة لما جاءت به العلامة "Tourisme & Handicap" والتي تم إصدارها في 11 جانفي 2012، تسعى هذه العلامة إلى ضمان جودة تنقل الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة عبر كافة أقاليم الدولة الفرنسية³¹.

4.2. الأرقام التي حققتها العلامة «Tourisme & Handicap» :

بالنسبة للعلامة «Tourisme & Handicap» وباعتبار أنّ ذوي الاحتياجات الخاصة وجموع الذي يعانون من مشاكل صحية تعيق تحرّكهم يمثلون نسبة 8% من السكّان (حوالي 5 ملايين فرنسي) في فرنسا، وباعتبار توافد العديد من السيّاح القاصدين للسياحة الميسّرة من خارج فرنسا؛ عملت وزارة السيّاحة بالتعاون مع وزارات أخرى على تحسين نتائج بهذه السيّاحة والإحصائيات التّالية تبين أهمّ ما تحقّق منذ 2006. استطاعت الوزارة أن تحقّق تقدّمًا ملحوظًا في توفير العلامة «Tourisme & Handicap» في عدد معتبر من المنشآت السياحية حسب ما يبيّنه الشّكل الموالي:

الشّكل رقم 03: نسبة المنشآت التي تتبّنّي العلامة «Tourisme & Handicap»



Source: "Adapter l'offre touristique aux handicaps : Etude de marche", Ingénierie Touristique n°32 - ATOUT France - Octobre 2009, p3

ويظهر من الشّكل أنّ نسبة هامة من المنشآت السياحية الفرنسية تتبنّى العلامة «*Tourisme & Handicap*» ، وبالتالي فهي توفر فرصا كبيرة للسياحة الميسّرة لذوي الاحتياجات الخاصة. وتأتي أهمّ نسبة في منشآت الإيواء والتي تعتبر أهم دعامة للسياحة الميسّرة؛ حيث بلغ عدد الغرف المتاحة لذوي الاحتياجات الخاصّة في 60% من منشآت الإيواء 10 غرف على الأقلّ، في مجموع مواقع معلّمة بلغت قيمة معتبرة تبلغ 3346 موقع.

وبهذا تعد التجربة الفرنسية من أنجح التجارب في مجال الاهتمام وتسويق السياحة الميسرة، انطلاقا من كونها تركز على جميع متطلّبات العمل السيّاحي الميسّر إضافة إلى اعتمادها على أنشطة مجتمعية تصبّ في خانة مساعدة هذه الفئات على الاستقلالية الذاتية في تنقلاتها وفي حياتها اليومية وفي التمتع بالمشآت السيّاحية وزيارة الأماكن الأثرية.

الخلاصة:

من خلال ما تم تناوله في هذه الورقة البحثية في محورها توصلنا إلى النتائج التّالية:

♦ أنّ السياحة الميسرة نمط سيّاحي جديد في سوق السياحة العالمية والذي يأخذ يعدا إنسانيا لكثّه في نفس الوقت يوفر مداخل هامة لكونه يتوفّر على سوق كبير تهمله العديد من الاستراتيجيات السياحية في العالم؛

♦ أنّ تسويق السياحة الميسرة هو فرصة لها من العوائد الاقتصادية والاجتماعية ما يمكن من تميمتها بشكل ذاتي مستقلّ في حين أنّ توفير بيئة للعمل السيّاحي الميسّر يمكن أن يكون بشكل متوازي مع السياحة العادية ومع العديد من القطاعات الأخرى؛

♦ يتطلّب تسويق العمل السيّاحي الميسّر دراسات دقيقة لتحديد السوق المستهدف، خصائصه، احتياجاته والعمل على تلبيتها؛

♦ يتطلّب تسويق العمل السيّاحي الميسّر توفر شروط أساسية في أربع دعائم رئيسية هي الإعلام، المرافق المشتركة، الموارد البشرية والمرافق التسهيلية الموجهة أساسا إلى هاته الفئات؛

♦ للعمل السيّاحي الميسّر طابع خاص يتطلّب كذلك عدد من الأنشطة التي رأيناها والتي تتبنّى فرنسا العديد منها كالعلاج والتأهيل بالحيوانات والنباتات، إتاحة الصيد لذوي الاحتياجات الخاصة، توفير الكلاب المرشدة،... إلخ

♦ تعتبر التجربة الفرنسية تجربة حديثة ورائدة في مجال السياحة الميسّرة، هذا ماجعلها تستقطب الطلّب على هذا النوع من السيّاحة والذي ينتقل شيئا فشيئا إلى الدّول المهتمّة ككندا وإسبانيا واليوم؛ غير أنّ الأمر لا يزال قيد التّأطير والتنظيم في بعض البلدان العربية كالأردن والإمارات العربية المتحدة.

وحين ننظر إلى النتيجة الأولى والثّانية والثالثة للبحث نجد أنّ السياحة الميسرة هي تطبيق ممتاز للبحث عمّا يسمّى بـ: "المحيط الأزرق التنافسي"، حيث يشير هذا المصطلح إلى استراتيجية تنافسية تبحث عن خلق مجال تقلّ فيه المنافسة في الوقت الذي يكون هذا المجال محتوى من طرف مجال أوسع

شديد المنافسة وهو ما يسمّى بـ: "المحيط الأحمر"؛ والاستراتيجية هنا تسمّى "خلق محيط أزرق تنافسي ضمن محيط أحمر"، وبالنظر إلى السياحة كمحيط أحمر حيث تشتد المنافسة بين الدول فيه؛ نجد أنّ السياحة الميسّرة هي محيط وسوق خصب ضمن السوق الكبير للسياحة عبر العالم.

كما تشير النتيجة الرابعة والخامسة إلى مستلزمات النجاح في تطبيق هذه الاستراتيجية من خلال الدعائم الرئيسية التي يجب توفيرها لخلق عرض سياحي يتلاءم مع ظروف السوق من جهة كي يكون مربحا، ومن جهة أخرى مع احتياجات الطلب على هذا العرض متمثلة في رغبات ذوي الاحتياجات الخاصة، كذلك يظهر الدور الكبير لتدريب الموارد البشرية وتكوينها للعمل ضمن هذه المتطلبات.

أظهرت كذلك النتائج تطورا كبيرا لهذا السوق في فرنسا، وهو ما تأتي بالعمل على توفير جميع المتطلبات المذكورة في الإطار النظري، أي أنّ تطبيق جميع المعايير اللازمة لنجاح السياحة الميسرة تم بشكل فعال وهو ما يظهر في العدد المعتبر من العلامات السياحية الميسرة في هذا البلد وحتى في الأرقام التي حققتها. ويمكن القول أنّ هذه التجربة تتجه للتطبيق من قبل عدد من البلدان الغربية على غرار كندا، إسبانيا والوم.أ، في حين نرى ضعف في الاتجاه نحو هذه الاستراتيجية في البلدان العربية رغم المقومات الطبيعية الكبيرة التي تتميز بها؛ وهذا راجع إلى الاهتمام بالسوق الكبرى المتمثلة في سوق السياحة ككلّ ونقص استراتيجيات التركيز المدمجة في هذا الإطار.

الاحالات و المراجع:

- 1 إحصائيات المنظّمة العالمية للسياحة 2012: <http://mkt.unwto.org/en/barometer> ، تصفح يوم: 2013/08/27
- 2 بنيامين يوخنا دانيال، "مقالات في السياحة"، مطبعة بيشوا، أربيل، العراق، 2012، ص 64، 65، 66
- 3 Tourism QLD and Kel Smith, "Accessible tourism challenges and opportunities", Sustainable Tourism Cooperative Research Centre, 2008, p4
- 4 الموقع الرسمي للشبكة الأوروبية للسياحة الميسّرة: <http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.faq.744> تصفح في: 2013/08/27 الساعة 13:27
- 5 ديباجة الملتقى والمعرض العربي - الأوروبي الأوّل "للسياحة للجميع"، متوفّرة على موقع الملتقى وفقا للرباط التالي: http://mena4all.org/index.php?option=com_content&view=article&id=67
- 6 "Tourisme & handicap: Guide à l'usage des professionnels", comité regional du tourisme, ile de France, 2012, p2
- 7 "Adopted by resolution A/RES/492(XVI)/10" at the sixteen session of the General Assembly of the World Tourism Organization , Dakar, Senegal, 28 November - 2 December 2005, p1-6
- 8 Lilian Muller , "Message du présidente de l'ENAT", disponible sur le site officiel de l'ENAT: consulté par le lien suivant <http://www.accessibletourism.org/?i=enat.fr.presidentsmessagefrench>, (le 2 -9-2013 à 14 :39)
- 9 Philip Steinier, "Canada : tous savoir sur les vacances accessibles aux personnes handicapées dans la region de quebec ", article publié sur le magazine « Handimobili », 14 septembre 2008.
- 10 Kéroul, "accebib: la route pour tous", Jim Dine SODRAC, Edition 2008, p29
- 11 التقرير العام الملتقى دبي الدولي لإعادة التّأهيل، "ريهاب 2004"، 7 - 9 مارس 2004، ص14
- 12 ديباجة الملتقى والمعرض العربي - الأوروبي الأوّل "للسياحة للجميع"، مرجع سابق
- 13 Conseil National du Tourisme, "Optimiser les retombées économiques du tourisme de la France: propositions d'actions", Ministère français du redressement productif, saison 2012, p5-9
- 14 "Vélos routes et voies vertes", article publié sur le site du ministère de l'artisanat, du commerce et du tourisme le 5-11-2012, disponible sur <http://www.dgcis.gouv.fr/tourisme/velos-routes-et-voies-vertes> consulté le 02-09-2013 .
- 15 ATOUT France, "Tourisme et handicap -réussir l'accueil pour la mise en accessibilité des prestations pour améliorer les recettes touristiques", Observation, Développement et Ingénierie Touristiques, ODIT -France, 2005, p4
- 16 Alain Sopéna, Claude Bassin-Carlier, "Éducation à l'environnement et handicap: Réaliser son diagnostic pour réussir l'accueil en ferme pédagogique et dans les autres structures", 4ème cahier technique de la bergerie nationale, réalisé par le ministère de l'agriculture et de la pêche, Mai 2009, p 11-13.
- 17 Ibid, p 20.

-
- 18 Edmond Maire, Michel Gagneux, **"Tourisme et handicap « l'offre touristique »** ,rapport de synthèse du groupe de travail sur l'accueil des touristes handicapés , session 1999, p 21.
- 19 Nathalie Kosciusko-Morizet, **"cafés, hôtels, restaurants et discothèques : réussir l'accessibilité « une qualité d'accueil au service de la modernisation »** ",document réalisé par le ministère français de l'écologie, du développement durable, du transport et du logement, p 11.
- 20 AFNOR, **"accessibilité "**, Organisation des travaux AFNOR, France, Novembre 2012, p 3
- 21 La fédération nationale des comités départementaux du tourisme, **"conseils pratiques pour réussir une structure adaptée "**, document réalisé par commission tourisme et handicap, septembre 2004, p 13.
- 22 *ibid*, p 16.
- 23 S.Baholet et autres, **"Véloroutes et voies vertes – l'accessibilité pour tous "**, Fiche 7 publiée en coédition : ministère Français de l'écologie, du développement et de l'aménagement durable- secrétariat d'état chargé des transports, secrétariat d'état chargé de l'écologie- ministère de l'économie, de la finance et de l'emploi, ministère de l'agriculture et de la pêche, ministère de la santé, octobre 2007,p 4.
- 24 **"Tourisme & handicap: Guide à l'usage des professionnels "**, *op.cit.* p4.
- 25 Le guide **"Le Calvados Accessible 2012 "**, disponible sur <http://www.calvados-tourisme.com/fr/organiser/documents/Brochure-Calvados-Accessible-2.pdf>
- 26 Edmond Maire, Michel Gagneux, *op.cit.* p 24.
- 27 Alain Sopéna, Claude Bassin-Carlier, *op.cit.* p14-16.
- 28 ATOUT France, *op.cit.* p22
- 29 *idem*
- 30 Alain Sopéna, Claude Bassin-Carlier, *op.cit.* p 14.
- 31 Annette Masson et autres, **"destination pour tous "**, rapport réalisé à madame la ministre française des solidarités et de la cohésion sociale et à monsieur le secrétaire d'état chargé du tourisme, Juin 2011, p 2.