

Bootis

Le voyage rendu possible



Slowlution est une association à but non-lucratif, basée à Lausanne (VD) et créée en 2020. Elle rassemble une équipe pluridisciplinaire aux compétences diverses. Fondée par trois personnes issues du management et du tourisme, l'association s'est ensuite enrichie de profils complémentaires, qui apportent une expertise supplémentaire dans des domaines tels que la stratégie, la gestion de l'innovation, la gestion financière, le développement informatique et les relations publiques. En plus des membres du comité bénévoles, trois personnes y travaillent à temps partiel et le développement informatique a été confié à un partenaire externe, l'agence Wavemind, au sein de laquelle quatre experts ont été délégués au projet.

Mission

L'objectif de l'association est de faciliter l'organisation des voyages pour les personnes à mobilité réduite est de leur offrir plus d'autonomie et de choix dans leurs séjours. Plus spécifiquement, nous développons actuellement une plateforme, nommée Bootis, qui permet aux personnes en situation de handicap moteur d'organiser des séjours en Suisse sur la base de leurs contraintes de mobilité et leurs préférences personnelles ; en quelques clics, rapidement et simplement. Pour ce faire, nous utilisons les données d'accessibilité rassemblées par Pro Infirmis, ainsi que des données touristiques issues de diverses bases de données. La plateforme est en ligne à l'adresse : [Bootis.ch](https://bootis.ch). Son lancement officiel est prévu pour le 25 février, d'ici là, elle est encore en construction. Des textes et des images peuvent être encore manquants et des mini bugs peuvent apparaître. De plus, n'ayant pas été optimisée pour une utilisation sur mobile, nous vous conseillons de la consulter depuis un ordinateur.

VISION

Nous pensons que la maîtrise des données est la clé pour le développement d'applications qui permettent une société plus inclusive et plus égalitaire. Nous œuvrons chaque jour pour valoriser les données d'accessibilité existantes en les traduisant en informations utiles et accessibles, à travers des applications concrètes et qui répondent réellement aux besoins des personnes à mobilité réduite. Nous travaillons également à imaginer les meilleurs moyens de collecter les données manquantes, afin d'aller encore plus loin dans le niveau d'information et d'ergonomie proposé à travers nos applications.

VALEURS

Nous adoptons une démarche inclusive. Nous valorisons l'autonomie, la réalisation et le dépassement de soi, quelles que soient les contraintes physiques personnelles. Nous considérons les utilisateurs comme des individus uniques, aux aspirations distinctes et dont les ambitions vont au-delà de leur condition de handicap. Nous valorisons également l'hédonisme. Nous considérons que l'accès aux plaisirs, aux divertissements et à la découverte est un droit qui se doit d'être offert à tous, quelle que soit sa condition. Nous mettons également la durabilité et la valorisation du patrimoine local au centre de nos préoccupations. Nous sommes convaincus que la Suisse est une terre de découverte et que chaque région mérite d'être valorisée auprès d'un public le plus large possible.

PROBLÉMATIQUES PRINCIPALES

L'idée de créer Bootis est apparue lors d'une étude effectuée auprès de personnes à mobilité réduite. Les résultats de notre étude ont montré une insatisfaction principalement sur deux points : les offres disponibles spécialisées dans le tourisme accessible ainsi que la difficulté d'organiser un voyage de façon autonome.

Insatisfaction avec les offres actuelles

Les offres de séjours accessibles ne prennent pas en compte les préférences personnelles des personnes en situation de handicap. Cela crée une séparation entre personnes en situation de handicap et personnes sans handicap promeut l'entre-soi. Les répondants ont en effet déploré la non-mixité des offres, ainsi que la tendance à n'être considéré qu'à travers leur handicap et non pas comme des individus aux désirs distincts et personnels. Une étude menée en Suisse (Mabillard, 2014) vient d'ailleurs appuyer ce constat en décrivant la perception de ses offres par les personnes en situation de handicap comme plutôt négative et suscitant des réactions de rejet, parfois très fortes. De plus, les séjours proposés peuvent être très onéreux, comme ceux proposés par la fondation Claire & George.

Difficultés dans la phase d'organisation et de planification

Au niveau européen, c'est 66% des personnes en situation de handicap qui déclarent que la recherche d'information représentait la plus grosse barrière au voyage. De plus, une étude européenne relève que, outre le choix d'un hébergement adapté, prérequis nécessaire, c'est bien l'information quant aux autres prestations touristiques qui représentent une réelle valeur ajoutée dans l'organisation de séjours pour les personnes à mobilité réduite. Plusieurs études ont, quant à elles, montré que lors de la phase d'organisation, c'est le fait de rassembler toutes les informations relatives aux différentes phases du séjour (hébergement, restauration, activités, etc) qui est le plus problématique.

En Suisse des plateformes qui présentent l'accessibilité des bâtiments, telles que Ginto, Akse.ch ou maps.proinfimis, existent et utilisent, les données d'accessibilité de Pro Infirmis. Cependant, elles sont relativement peu utilisées, car peu ergonomiques. En outre, elles utilisent des critères et un système de classement de l'accessibilité flou et non adaptés aux contraintes de mobilité personnelles. En effet, les POIs sont classés selon trois catégories : accessibles, partiellement accessibles et non-accessibles. Ces dernières ne représentent pas la diversité des contraintes de mobilité et il n'est pas clairement explicité selon quels critères les POIs sont classés dans l'une ou l'autre de ces catégories. Enfin, la recherche peut vite devenir longue et fastidieuse, le détail de l'accessibilité étant certes disponible, mais seulement à condition d'ouvrir une par une les fiches de chaque POIs.

DESCRIPTION DU PRODUIT

Une fois sur la plateforme Bootis, l'utilisateur sélectionne son profil parmi quatre profils principaux. Des questions lui sont ensuite soumises concernant ses contraintes de mobilité personnelles (e.g.: largeur de passage requise, pente qu'il peut gravir, besoin d'une barre d'appui dans les WCs, etc). Les questions sont adaptées au profil préalablement sélectionné. De plus, si l'utilisateur ne connaît pas la réponse à certaines questions, une valeur par défaut est automatiquement entrée dans le système en fonction de son profil. Finalement, il entre ses préférences en matière de voyage (e.g. durée, lieu, types d'hébergement, activités préférées). Le système lui propose ensuite un séjour qu'il peut retravailler et réadapter. La plateforme est en ligne à l'adresse : [Bootis.ch](https://bootis.ch). Le lancement officiel de la plateforme est prévu pour le 25 février, d'ici là, elle est encore en construction. Des textes peuvent être encore manquants et des bugs peuvent apparaître. De plus, n'ayant pas été optimisée pour une utilisation sur mobile, nous vous conseillons de la consulter depuis un ordinateur.

DIFFÉRENCIATIONS PRINCIPALES DU PRODUIT

Bootis se différencie des offres et des solutions existantes sur les points principaux suivants :

- Valorisation des bases de données existantes
- Centralisation et agrégation de l'information dans un outil qui prend en compte tous les aspects d'un séjour dans une suite cohérente d'activité
- Personnalisation du traitement des contraintes de mobilité : Bootis s'extrait des catégories rigides, accessible, partiellement accessible et non-accessible, utilisées sur les plateformes existantes, ainsi les résultats sont réellement adaptés à la situation de chaque utilisateur. Cette approche permet également de s'affranchir des problématiques des espaces non différenciés - comme par exemple un POIs noté globalement accessible alors qu'il est impossible d'y entrer.
- Personnalisation de l'expérience et prise en compte des préférences personnelles
- Business model durable : développement d'un API intégrable sur différents sites web sous forme de marque blanche et mise en place de contrat d'apporteurs d'affaires.
- Personnalisation de l'outil pour chaque destination et office de tourisme : il est possible de personnaliser les fonctionnalités pour chaque site client.
- Attractivité des destinations et les offices de tourisme - l'intégration d'un tel outil sur les sites web permet d'attirer un nouveau public très réceptifs à de nouvelles solutions pour planifier leur séjour et participe donc au rayonnement des régions.
- Économie d'échelle : contrairement à d'autres investissements dans le tourisme accessible, comme les séjours clé en main, la solution permet une économie d'échelle intéressante ; le coût de développement étant fonction inverse du nombre de clients.

MARCHÉ ET CIBLE

Il est important de bien différencier les utilisateurs finaux des clients. Les premiers étant les personnes à mobilité réduite qui souhaitent voyager, les seconds étant les organismes qui intégreraient la solution en marque blanche.

Utilisateurs finaux

En Suisse, on compte plus d'1.3 mio de personnes souffrant d'un handicap physique qui limite leur mobilité. S'y ajoutent les seniors qui font également face à des difficultés de mobilité. Pour la Suisse, les projections pour 2030 prévoient une population âgée de 65 à 79 ans d'environ 1.5 mio de personnes dont 72'000 atteintes dans leur mobilité. Pour la tranche d'âge des plus de 80 ans, ces chiffres sont respectivement d'environ 662'000 et 103'000 personnes. S'y ajoutent également les accompagnateurs, qui engendrent un effet multiplicateur de l'ordre de 2,5. Il est intéressant de noter que 70% des personnes à mobilité réduite déclarent avoir les ressources physiques et financières pour voyager. En termes financiers, la Commission européenne chiffrerait, déjà pour l'année 2012, les revenus totaux du tourisme accessible, incluant les revenus directs, indirects et induits ainsi que l'effet multiplicateur, à 786 mia.

Clients

Les clients cible sont constitués des destinations, des offices de tourisme cantonaux et régionaux, ainsi que les chaînes et les groupes hôteliers, particulièrement ceux déjà engagés dans des projets d'accessibilité. L'objectif est de valoriser les régions ou les établissements auprès du groupe d'utilisateur cible et d'adopter une approche globale de l'activité touristique ; prenant en compte la diversité des activités des touristes.

DÉPLOIEMENT COMMERCIAL

Outre Bootis, la plateforme native, un API sera développé. La solution sera commercialisée sous la forme d'une marque blanche et proposée aux destinations, offices de tourisme et aux chaînes hôtelières. L'objectif est d'intégrer l'outil de recherche directement sur leurs sites internet. Celui-ci sera personnalisé tant dans les fonctions de recherches que les résultats proposés et sera adapté au branding des sites internet de nos clients. Il est également prévu de conclure des partenariats avec des distributeurs, à même de vendre les différentes étapes et activités inhérentes à un séjour (e.g. Claire & Georges, Get your guide, Accor, Booking.com, etc). Ceci permettra des revenus additionnels sous la forme de rétrocommissions.

IMPACT ÉCONOMIQUE

Selon nos estimations, grâce au déploiement de Bootis et son intégration en marque blanche, le potentiel de revenu marginal issu de la vente de nuitées additionnelles dans des établissements hôteliers en Suisse se monte à près de 17 mia par année, celui des taxes de séjour à 52 mio par année. Pour la seule région de Lausanne, ces estimations se montent respectivement à 204 mio et 5.9 mio par année.

STRATÉGIE

La stratégie générale intègre plusieurs axes de développement qui s'appuient sur cinq piliers principaux: le développement technique, le développement commercial, le développement de projets de recherche, la mise en place de partenariats et de projets communs avec des acteurs déjà en place et, enfin, la mise en place de mesures d'accompagnement avec des experts du tourisme. Le développement s'articule autour de cinq projets principaux qui ont pour objectif de mener à un projet Innotour à l'horizon 2025. Innotour est une mesure de la confédération visant à soutenir l'innovation dans le tourisme pour des projets d'envergure nationale. Un rétroplanning, une budgétisation par projet ont déjà été établis et des demandes de fonds sont en cours.