



## DOSSIER DE PRESSE



# LA MARQUE NATIONAL TOURISME & HANDICAP

*« la Marque Nationale Tourisme et Handicap bénéficie d'un nom évocateur et explicite. Il exprime sa vocation et sa lisibilité. En affichant l'ouverture à tous les publics, il a une incidence positive sur l'image de la structure »*

*(Guide de savoir-faire N° 32 .Adapter l'offre touristique aux handicaps. DGCIS-ATOOUT France )*

**PROPRIÉTÉ DE L'ÉTAT FRANÇAIS**

**14 ANS D'EXISTENCE**

**FIABILITÉ & QUALITÉ**

**300 CRITÈRES D'ACCESSIBILITE**

**GRATUITÉ DE LA DEMARCHE**

**LA MARQUE DESTINATION POUR TOUS**

Vers un nouvel engagement



**22 millions de personnes en France**  
**Handicap permanent ou momentané**  
**Handicap dû à l'âge**  
**Déficiences chroniques**

**CONTACTS PRESSE : AB3C Stéphane Barthélemy – Fabienne Frédal**  
**34 rue de l'Arcade – 75008 Paris**  
**Tel : 01 53 30 74 00- [stephane@ab3c.com](mailto:stephane@ab3c.com) – [fabienne@ab3c.com](mailto:fabienne@ab3c.com)**

## Sommaire

<p><b>La reconnaissance des besoins</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les besoins spécifiques des personnes handicapées</li> <li>○ Un facteur primordial d'intégration</li> <li>○ Un choix précurseur et innovant</li> <li>○ La Marque Tourisme &amp; Handicap et la loi du 11 février 2005</li> </ul>	<b>Page 1</b>
<p><b>Une garantie : la fiabilité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Eviter les déceptions</li> <li>○ Un cahier des charges rigoureux</li> </ul>	<b>Page 2</b>
<p><b>300 critères d'accessibilité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les 4 familles de handicap en constante progression</li> <li>○ Les prestations Tourisme &amp; Handicap</li> </ul>	<b>Page 3</b>
<p><b>5350 prestataires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 12 années pour franchir le cap des 5000 et plus...</li> <li>○ Les hébergements marchands en tête du peloton</li> <li>○ Patrimoine et offices de Tourisme, symboles de l'accueil ouvert à tous</li> </ul>	<b>Page 4</b>
<p><b>La dynamique d'un réseau</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 120 référents et correspondants</li> <li>○ Emergence de nouvelles initiatives</li> </ul>	<b>Page 5</b>
<p><b>La Démarche d'attribution de la marque Tourisme &amp; Handicap</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Une démarche volontaire des professionnels</li> <li>○ Les étapes de la labellisation</li> <li>○ La mise en route</li> <li>○ L'analyse de l'équipement</li> <li>○ Une première appréciation</li> <li>○ La Commission Nationale</li> <li>○ L'engagement : la signature de la charte</li> </ul>	<b>Page 6</b>
<p><b>L'Association Tourisme &amp; Handicaps - Sa Mission</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Trois principes fondamentaux</li> </ul>	<b>Page 7</b>
<p><b>L'Association Tourisme &amp; Handicaps – Ses actions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Quatre domaines d'intervention</li> </ul>	<b>Pages 8-9-10</b>
<p><b>Le rayonnement international</b></p>	<b>Page 11</b>
<p><b>Un enjeu pour l'industrie touristique</b></p>	<b>Page 11</b>
<p><b>ANNEXES</b></p> <p><b>Fiche technique N°1</b></p> <p>Les Publications et outils de médiations</p>	<b>Page 12</b>
<p><b>Fiche technique N°2</b></p> <p>Salons et manifestations</p>	<b>Page 13</b>

# La reconnaissance des besoins

---

## Une reconnaissance et une réponse aux besoins spécifiques des personnes handicapées

- **Un libre accès aux vacances** comme tout le monde et avec tout le monde
- **Choisir ses vacances** : seul, en famille, entre amis
- **Se cultiver**
- **Se distraire**

## Un facteur primordial d'intégration

La création de la **Marque Tourisme & Handicap** fut à l'origine de l'intégration sociale des personnes en situation de handicap en termes d'accueil et d'accessibilité, une source d'épanouissement personnel pour elles et leurs proches qui aspirent à mener une vie autonome.

## Un choix précurseur et innovant

Tourisme & Handicap est une Marque Nationale, propriété de l'Etat français\*, créée en **2001** par le Ministère chargé du Tourisme et développé depuis par **l'Association Tourisme & Handicaps** (cf fiche page 7)

L'originalité de la démarche a été de prendre en compte pour la première fois **les 4 familles de handicaps majeurs : auditif, mental, moteur et visuel**, reprises en 2005 par la Loi sur l'Égalité des Chances.

### **LA MARQUE TOURISME & HANDICAP et LA LOI du 11 FEVRIER 2005**

**Un objectif commun** : accroître le niveau d'accessibilité des structures

**Deux approches différentes** :

**La loi** : une démarche perçue comme une **contrainte**

**La Marque Tourisme et Handicap** : une démarche **volontaire**

**La Marque Tourisme & Handicap intègre les principales exigences relatives au cadre bâti** résultant de la loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées.

Elle propose un **mieux-disant** quant à l'**accueil** et aux prestations de **services** proposés.

A partir des évaluations réalisées sur place, les instances de gestion et d'attribution de la Marque Tourisme & Handicap s'efforcent de rappeler aux professionnels du tourisme leurs obligations au regard de la loi de 2005

---

\*Dépôt à l'INPI le 02/12/2003

# Une garantie : La fiabilité

---

## Eviter les déceptions

L'**objectif de la Marque Tourisme & Handicap** est d'apporter une information fiable, homogène et objective sur l'accessibilité des sites et équipements des lieux de vacances et de loisirs pour les 4 types de handicap.

## AUDITIF – MENTAL – MOTEUR - VISUEL

En favorisant une offre touristique adaptée, intégrée à l'offre généraliste, il permet l'émergence de produits et services touristiques réellement ouverts à tous en garantissant à chacun un maximum d'autonomie.

Comme toute marque de qualité, elle garantit l'utilisation de prestations et d'équipements évalués selon **les critères détaillés d'un référentiel national**, fruit d'une collaboration entre plusieurs acteurs : Ministère chargé du Tourisme, professionnels du secteur, collectivités territoriales et associations représentant les personnes handicapées.

## Un cahier des charges rigoureux

Il s'articule autour de quatre thématiques principales :

### Les prestations d'accueil et services

### L'accès au cadre bâti

### Les caractéristiques de l'hébergement et de la restauration

### Les caractéristiques spécifiques selon l'activité de l'établissement

Les critères retenus dans le cahier des charges n'ont pas pour objectif de sélectionner les situations idéales mais d'identifier les équipements où les touristes handicapés peuvent utiliser les prestations le plus en **autonomie** possible.

Le cahier des charges et les grilles d'évaluation spécifiques aux différents types de structures précisent l'ensemble des critères d'accessibilité, d'accueil et de prestation, certains indispensables et obligatoires, d'autres conseillés ou recommandés dans le cadre d'une **démarche de qualité**.

En relation avec les obligations légales, le cahier des charges et les grilles d'évaluation ont donné lieu à des adaptations ponctuelles pour couvrir de nouvelles prestations.

---

# 300 critères d'accessibilité

---

**300 critères d'accessibilité** composent le cahier des charges utilisés en fonction de l'équation prestations/déficiences.

Ils ont pour objectif de déterminer si les équipements mis à disposition des visiteurs handicapés leur permettent la meilleure autonomie possible et ce, dans chaque famille de handicap :

## AUDITIF – MENTAL – MOTEUR - VISUEL

La **Marque Tourisme & Handicap** est attribuée à partir de **deux familles de handicaps** pour une durée maximale de **cinq ans**, attribution renouvelable après contrôle du maintien des critères d'accueil et d'accessibilité.

L'attribution de la **Marque Tourisme & Handicap** peut être évolutive au cours des 5 années lorsque d'autres déficiences sont prises en compte et vérifiées dans le cadre des critères définis par le cahier des charges.

L'objectif est d'atteindre pour chacune des structures les quatre familles de handicap.

### Les 4 familles de handicap en constante progression

Une autre progression est celle de l'attribution des 4 déficiences : auditive, mentale, motrice, visuelle  
En 2002 : 6% des structures se voyaient attribuer la **Marque Tourisme & Handicap** pour les 4 handicaps.

En 2015, elles sont 37%.

### **LES PRESTATIONS de la MARQUE TOURISME & HANDICAP**

La variété et la nature des prestations sont primordiales pour satisfaire les attentes des clientèles spécifiques.

**Hébergement** : hôtels, villages de vacances, chambres d'hôtes, auberges de jeunesse, hébergements insolites.

**Restauration** : restaurants, bars, brasseries, fermes auberges

**Sites touristiques** : monuments, musées, salles d'expositions, châteaux, sites remarquables, jardins

**Sites de loisirs** : parcs thématiques, salles de spectacles, plages, bases de loisirs, postes de pêche, sentiers de randonnée, activités nautiques (aviron, canoë Kayak, voile), centres équestres, centres de bien-être

**La diversité de cette offre confère à la Marque Tourisme & Handicap la notoriété nécessaire à sa reconnaissance et à son utilité par les clientèles**

---

# 5350 Prestataires\*

---

Les statistiques qui concernent les **prestataires de la Marque Tourisme & Handicap** et leurs différentes composantes évoluent en permanence. En moyenne 100 structures par mois sont candidates à l'attribution de la Marque Tourisme & Handicap ou à son renouvellement.

## 14 années pour franchir le cap des 5000 et plus...

L'année zéro, 2001-2002, 102 sites ont intégré la démarche d'attribution de la **Marque Tourisme & Handicap** encore en pleine gestation, ils furent les pionniers d'une formidable ascension puisque l'on recense aujourd'hui 5350 structures.

Certains esprits chagrins font remarquer que c'est un nombre modeste par rapport à l'offre touristique de la France « première destination mondiale ! »

Loin de desservir la **Marque Tourisme & Handicap**, ils en sont les meilleurs ambassadeurs pour inciter l'offre touristique à emboîter le pas de la qualification et de la garantie d'un accueil adapté.

## Les hébergements marchands en tête du peloton

Toutes structures d'hébergement confondues totalisent 2995 établissements Tourisme & Handicap, les meublés de tourisme venant en tête avec 1768 établissements.

Les chambres d'hôtes sont aussi en forte progression avec 432 établissements ainsi que les hôtels, qui comptabilisent plus de 422 établissements et les restaurants au nombre de 506.

Le tourisme associatif se distingue également avec 139 structures labellisées : centres et villages de vacances.

## Patrimoine et Offices de Tourisme, symboles de l'accueil ouvert à tous

Les sites culturels : musées, écomusées, ateliers artisanaux, châteaux, sites remarquables, se mobilisent avec plus de 672 établissements.

Une étude réalisée en 2009\*\* a démontré que les structures classées en patrimoine opéraient la plus forte synergie entre la **Marque Tourisme & Handicap** et la clientèle en situation de handicap.

Dans cette optique, les structures d'information Tourisme & Handicap avec à leur tête les Offices de Tourisme, au nombre de 535, ressentent l'impact de leur qualification avérée sur l'ensemble de leur clientèle.

Avec 307 sites **les activités de pleine nature, loisirs et bien être** s'offrent à tous pour satisfaire le besoin de découvertes et souvent de dépassement de soi.\*

\*Sites des Marques au 03 septembre 2015

\*\*Guide de savoir-faire N° 32 .Adapter l'offre touristique aux handicaps. DGCIIS-ATOOUT France

---

# La dynamique d'un réseau

---

## 120 Référents et correspondants dans tous les départements métropolitains et d'Outre-Mer

Dès la création de la **Marque Tourisme & Handicap** en 2001, un réseau de référents et correspondants issus des instances touristiques régionales et départementales – Comités Départementaux du Tourisme, Agences de développement Touristique, Maisons Départementales du Tourisme - et des Associations de personnes handicapées, a été mis en place.

### Un maillage dense

Ce réseau compte actuellement 120 référents de **la Marque Tourisme & Handicap** dans les départements métropolitains et d'Outre-Mer.

Proches du terrain et des acteurs du tourisme, leur rôle est de prospecter et de recenser l'offre, de sensibiliser les prestataires et gestionnaires de structures touristiques, de les accompagner dans la démarche à entreprendre pour rendre leur site accessible ou d'évaluer les aménagements déjà réalisés.

### Emergence de nouvelles initiatives

Nous avons évoqué les évolutions des cahiers des charges de **la Marque Tourisme & Handicap** (cf. fiche une garantie : la fiabilité) et l'élaboration de nouveaux critères qui en résultent.

Les référents et correspondants jouent un rôle prépondérant dans l'émergence de nouveaux produits.

Ils recensent les offres inhérentes à leur compétence territoriale et élaborent en partenariat avec toutes les instances concernées : prestataires, associations représentant les personnes handicapées, experts, les projets concernant **l'attribution de la Marque Tourisme & Handicap** à de nouvelles activités qui seront proposés aux instances nationales pour validation.

Exemples : Rhône-Alpes et les activités nautiques, L'Auvergne et le Bien-Etre, Les régions Centre, Lorraine, Poitou-Charentes pour les hébergements insolites, Provence-Alpes-Côte d'Azur et Auvergne pour le tourisme équestre, Aquitaine pour les pontons de pêche.....

# La démarche d'Attribution de la Marque Tourisme & Handicap

---

Avec plus de 5350 sites attribués ce sont autant de prestataires et gestionnaires d'établissements qui ont intégré volontairement **la démarche d'attribution de la Marque Tourisme et Handicap** afin d'assurer de façon pérenne un accueil de qualité non seulement à la clientèle handicapée mais aussi à l'ensemble de leur clientèle (familles, seniors...).

## Une démarche volontaire des professionnels

Ils doivent s'adresser à l'instance régionale de concertation et d'attribution de **la Marque Tourisme & Handicap** mis en place par les DIRECCTE (Directions Régionales des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi) [www.direccte.gouv.fr](http://www.direccte.gouv.fr)

## Les étapes de l'attribution de la Marque Tourisme & Handicap

### La candidature

Chaque professionnel intéressé complète un questionnaire d'auto-évaluation qui permet d'apprécier l'état d'accessibilité de l'équipement pour les différents types de handicap (auditif, mental, moteur, visuel) .

### L'analyse de l'équipement

**L'attribution de la Marque Tourisme & Handicap** implique l'analyse de l'équipement par des **évaluateurs** représentant les professionnels du tourisme et les associations de personnes handicapées.

L'évaluation d'une structure est réalisée par un **binôme** composé d'un représentant des professions du tourisme et d'un représentant des associations de personnes handicapées. Leur évaluation repose sur une grille détaillée établie à partir du référentiel national.

### Une première appréciation

Au vu des conclusions **la Commission Régionale** donne un avis favorable pour deux handicaps minimum pour une proposition d'attribution de la **Marque Tourisme & Handicap** en tenant compte **de la réglementation constituée de bon sens et d'approche humaine**.

### La Commission Nationale seule attribue La Marque Tourisme & Handicap.

Elle étudie les dossiers retenus sur proposition de la Commission Régionale et attribue la **Marque Tourisme & Handicap** en s'assurant de la conformité au cahier des charges.

### L'Engagement : La signature de la charte

Une charte d'engagement qui garantit l'accueil et la préservation de l'accessibilité permanente du site est signée par le **prestataire** et **l'Association & Handicaps**.

---



# L'Association Tourisme & Handicaps\*

---

## Sa mission

### Trois principes fondamentaux

**Mettre en œuvre et gérer** les dispositifs de la **Marque Tourisme & Handicap** et de la **Marque Destination pour Tous**, permettant la promotion des politiques d'accès aux vacances et aux loisirs.

**Assurer** l'unité Nationale de la **Marque Tourisme & Handicap** et le travail d'évolution des critères.

**Sensibiliser** les professionnels du Tourisme à l'accès aux vacances et aux loisirs des clientèles handicapées par tous moyens : enquêtes, études, formation, expertises, expositions, colloques, publications.

Créée en 2001, **L'Association Tourisme & Handicaps – Loi 1901** - constitue un **tournant** dans l'évolution de la prise en compte de l'accès aux loisirs et aux vacances des personnes en situation de handicap.

Elle est **une plateforme commune** entre les **prestataires touristiques** et les **représentants des touristes handicapés**.

Elle se compose de représentants des professions du tourisme, d'associations de personnes handicapées, d'acteurs privés du monde de l'industrie, de groupements de meublés saisonniers... dont les objectifs correspondent à ceux poursuivis par l'association :

**Améliorer l'accueil**  
**Valoriser l'Offre Touristique**  
**Favoriser les compréhensions mutuelles**  
**Créer une obligation sociale**

**L'Association Tourisme & Handicaps est soutenue dans ses actions par :**

Le Ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique,

Le Ministère de la Culture et de la Communication,

Le Secrétariat d'Etat auprès de la Ministre des Affaires Sociales, de la Santé et des Droits des Femmes chargé des personnes Handicapées et de la Lutte contre l'exclusion,

L'Agence Nationale pour les Chèques Vacances,

*\*L'Association Tourisme & Handicaps est Membre du Conseil National du Tourisme et Membre de l'OBIACU : Observatoire interministériel de l'Accessibilité et de la Conception Universelle*

---

# L'Association Tourisme & Handicaps

---

## Ses actions

### Quatre domaines d'intervention

#### 1/ Le développement de la Marque Tourisme & Handicap

##### L'animation et la coordination des réseaux

Une veille permanente s'impose pour maintenir l'intérêt, la motivation, l'adhésion, la participation, de tous les maillons d'une même chaîne. : Missions locales, correspondants, adhérents, professionnels du tourisme...

Outre les Conseils d'administration et Assemblées générales inhérents aux statuts de l'Association afin d'informer les membres des différentes actions conduites, l'organisation de séminaires annuels destinés aux membres des Missions locales et correspondants constituent **une plateforme d'échanges essentiels** à la réussite des objectifs fixés pour **développer la Marque Tourisme & Handicap** et répondre **aux attentes des clientèles handicapées**.

##### L'Animation de la Commission Nationale d'attribution de la Marque Tourisme & Handicap.

Quatre entités composent la commission Nationale d'attribution de la **marque Tourisme & handicap** :

- Associations de personnes handicapées.
- Administrations chargées du Tourisme et de la Culture.
- Organismes locaux de promotion du Tourisme sous l'autorité des collectivités territoriales.
- Organisme qui s'est vu attribuer par convention la gestion opérationnelle de la Marque .

La Commission Nationale émet à l'unanimité un avis sur les dossiers que lui adressent les instances locales. Elle prend ses décisions dans une optique touristique soucieuse de l'intérêt des personnes handicapées.

#### 2/ La Formation

Dans le cadre du nouveau BTS Tourisme 2012, les thématiques liées à l'accessibilité et à l'accueil des personnes handicapées dans les lieux touristiques ont été prises en compte.

Des actions de sensibilisation dans les formations en lien avec les métiers de l'hôtellerie et de la restauration ont été également prises en compte.

##### La formation des évaluateurs, gage d'une compétence acquise

Pour garantir l'homogénéité de l'approche de l'attribution de la **Marque Tourisme & Handicap**, le **programme d'enseignement**, sur la base du référentiel national, est **commun** à tous les évaluateurs,

##### Deux objectifs :

**Evaluer** les structures

**Transmettre** des informations auprès des professionnels pour les aider dans leur démarche.

**1277 personnes ont reçu une formation d'évaluateur. Actuellement 812 évaluateurs sont actifs.**

##### **Contenu de la Formation**

*Le milieu du tourisme et des loisirs.*

*Les différents types de déficiences.*

*L'organisation des visites et relations avec la Commission régionale.*

*L'accessibilité et la Marque Tourisme et Handicap.*

*Les exigences réglementaires.*

*L'évaluation et l'accessibilité d'un lieu.*

# L'Association Tourisme & Handicaps

---

## Ses actions (suite)

### Un nouvel engagement

#### 3/ La Marque Destination pour tous

**La Marque Destination pour tous**, lancée en 2013 conjointement par les ministères en charge des personnes handicapées et du tourisme, est attribuée pour une durée de 3 ans.

#### Vers une offre touristique globale

L'objectif de la **Marque Destination pour tous** est de **valoriser des territoires proposant une offre touristique cohérente et globale** pour les personnes handicapées, intégrant à la fois l'accessibilité des sites et des activités touristiques, mais aussi l'accessibilité des autres aspects de la vie quotidienne et facilitant les déplacements sur le territoire concerné.

#### Un véritable projet territorial

Le territoire candidat s'engage à développer **trois aspects essentiels** :

**Les prestations touristiques** : hébergement, restauration, activités et équipements culturels, activités et équipements sportifs et de loisirs, activités de pleine nature...

**Les services de la vie quotidienne** : commerces de proximité, services de soin, d'aide et d'accompagnement, services ouverts au public.

**Les déplacements** : cheminements pour arriver sur le territoire et au sein de celui-ci, accessibilité des services et des infrastructures de transport, mise en accessibilité de la voirie...

Le territoire garantit **une offre touristique variée et de qualité**, accessible aux personnes handicapées ou à mobilité réduite pour les familles de handicap auditif, mental, moteur, visuel. Pour obtenir **la Marque Destination pour tous**, le territoire doit développer au moins 2 familles de handicap.

Il s'engage à élargir son offre touristique aux autres familles de handicap et à proposer de nouvelles prestations touristiques.

**La Marque Destination pour tous** permet une **mise en synergie** au niveau local de différents **acteurs publics et privés** autour d'un véritable **projet territorial de tourisme pour tous**.

#### **Bordeaux, première ville lauréate**

*Un premier appel à candidatures a été lancé en 2013.*

*4 candidatures ont été reçues au 31 décembre 2013 : il s'agit de Binic, Bordeaux, Pays du Voironnais et CDT Aude pour le canal du Midi.*

*La Ville de Bordeaux s'est vue décernée, en juin 2014, pour les deux familles de handicap, mental et moteur **la Marque Destination Pour tous***

---

# L'Association Tourisme & Handicaps

---

## Ses actions (suite)

### Du savoir-faire au faire-savoir

#### 4/ L'information et la communication : les enjeux

##### Un enjeu pour l'offre

La phase de création et de développement de la **Marque Tourisme & Handicap** a mobilisé toutes les énergies pour prendre en compte les attentes des personnes handicapées en matière d'accès aux vacances et aux loisirs.

Ce fut une prise de conscience, parfois difficile à intégrer, de la part des acteurs du tourisme qui, au fur et à mesure des années se sont volontairement mobilisés pour faciliter l'accueil aux personnes handicapées et répondre à leur besoin d'horizons nouveaux et de confort.

Ils sont nombreux aujourd'hui à souhaiter une densification de l'attribution **de la Marque Tourisme & Handicap** pour :

- **Désenclaver l'offre individuelle**
- **Créer un effet réseau**
- **Augmenter la lisibilité de l'offre**

##### D'un « Clic » toute l'Offre

La création en juin 2013 d'un **référencement national : Le site des Marques Nationales Tourisme & Handicap**, qui présente en « temps réel » tous les sites Tourisme & Handicap, offre une vitrine fréquemment évoquée par les professionnels et permet aux clients de faire leur choix en prise directe avec le prestataire.

[www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme](http://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme)

##### Un enjeu pour la demande

Internet constitue la première source d'information et **facilite le contact** avec le professionnel.

**Le site des Marques Nationales Tourisme & Handicap** est un **point d'entrée unique** référençant l'ensemble des structures Tourisme & Handicap et répondant à la nécessité d'un **lien direct** avec le professionnel.

Il sécurise les clients en indiquant les types de déficiences attribuées affirmant ainsi que les équipements proposés sont conformes au descriptif.

Cette **offre touristique globale** est un **outil facilitateur** pour l'organisation d'un séjour, un moyen de communiquer sur la diversité des activités et un facteur important pour le **déploiement de la Marque Tourisme & Handicap** auprès des candidats à **l'attribution de la Marque Tourisme & Handicap**.

##### Un enjeu pour le territoire

Un territoire qui peut s'appuyer sur l'image d'un accueil qualifié bénéficie d'une image positive pour l'accueil de toutes les clientèles.

---

# Le Rayonnement international

---

La France est le seul pays européen à qualifier l'accessibilité d'un établissement touristique par une **Marque Nationale Tourisme & Handicap**.

L'Association Tourisme & Handicaps est sollicitée par d'autres pays pour son savoir-faire et les stratégies mises en place pour l'élaboration de la **Marque Tourisme & Handicap**, son développement et son impact.

Adhérente de l'**OITS**, l'organisation Internationale du Tourisme Social, l'Association coordonne des rencontres européennes, voire mondiales, afin de permettre des échanges entre les organismes qui œuvrent sur la thématique Tourisme & Handicap.

Membre de l'**ENAT**, Réseau Européen du Tourisme Accessible, l'Association Tourisme & Handicaps élargit son champs d'actions notamment au travers d'un site internet PANTOU permettant aux structures Tourisme & Handicap de communiquer largement sur leur offre.

## La coopération franco-qubécoise

Partenaire de l'Association québécoise **KEROUL** dont les objectifs communs et les actions visent également à rendre le tourisme et la culture accessible aux personnes Handicapées.

L'Association Tourisme & Handicaps a joué un rôle actif dans la préparation **du premier sommet mondial Destinations pour tous qui s'est tenu à Montréal, Québec, du 19 au 22 octobre 2014**

Lors de ce sommet, l'Association Tourisme & Handicaps a prouvé son savoir-faire en animant deux conférences ayant pour thème : la mise en Œuvre de la Marque Destination pour tous en France et La formation, élément majeur de l'accessibilité des vacances.

# Un enjeu pour l'industrie touristique

---

## Partir plus longtemps en famille ou entre amis, privilégier les hébergements marchands

Une étude « Adapter l'offre touristique aux handicaps » réalisée en 2009 par ATOUT France et destinée aux acteurs touristiques soucieux d'optimiser leur offre et de poursuivre leur développement fait ressortir les éléments qui révèlent le **potentiel économique** et les attentes des clientèles en situation de handicap.

90% des répondants\* ont déclaré partir une fois dans l'année à plus de 80km de chez eux.

50% d'entre eux ont fait des **séjours de deux semaines et plus**.

Le budget moyen par semaine et par personne étant pour 57 % d'entre eux entre 300€ et 600€ et pour 30% plus de 600€.

72% veulent voyager dans les mêmes conditions que les personnes valides et surtout avoir une information fiable.

Le taux d'utilisation **des hébergements marchands** s'élève à 64% contre 22% chez les amis et la famille, résultats inversement proportionnels aux habitudes des vacances des français qui privilégient à 53% l'hébergement non marchand. (chiffre établi en 2002 par une étude publiée par la Direction du Tourisme et à peu près constant puisque une étude Omnibus Tourisme de GfK-GOT révélait en 2011 que, pour des séjours de 2 à 3 semaines, 8 français sur 10 privilégient l'hébergement non marchand.)

*\*un échantillon représentatif de 430 personnes autonomes ou non – âge médian 44ans*

---

## Fiche technique N° 1

# LES PUBLICATIONS ET OUTILS DE MEDIATION

---

**Contacts utiles** destinés **aux professionnels**, aux gestionnaires d'activités, aux porteurs de projet.

Sur le site <http://www.tourisme-handicaps.org/les-labels/contacts-utiles/>

Il présente les coordonnées des référents locaux en charge de la sensibilisation, de l'accompagnement et du suivi des professionnels souhaitant intégrer la démarche d'attribution de la Marque Tourisme & Handicap.

**La Marque Tourisme & Handicap : un symbole qui garantit à tous, accueil, accessibilité et confort.**

Dépliant destiné **au grand public**. Il permet également de répondre aux attentes des professionnels organisateurs de voyage et porteurs de projets auxquels. Il sert de référence pour identifier l'offre existante.

Il présente :

Les critères incontournables répondant aux besoins spécifiques des clientèles handicapées.  
La liste des structures pouvant **intégrer la démarche d'attribution de la Marque Tourisme & Handicap**.

Les missions de l'Association Tourisme & Handicaps.

Les sites institutionnels régionaux et départementaux qui présentent les structures et les établissements Tourisme & Handicap de leur territoire.

Les sites privés/membres de l'Association Tourisme & Handicaps : Clévacances, Gîtes de France.

**Les pictogrammes à l'usage des offices de tourisme, lieux d'information touristiques et Association.**

Ce document (distribué sous forme de CD) est destiné à faciliter, sur les lieux d'accueil, la perception et la compréhension des activités proposées aux personnes déficientes mentales, auditives, visuelles et...étrangères.

**Etude de Marché** : Adapter l'offre Touristique aux handicaps. Atout France Novembre 2009.  
Ce document est adressé par l'Association Tourisme & Handicaps sur demande par courriel.

---

Fiche technique N° 2

## SALONS & MANIFESTATIONS 2015 : PRESENCE D'ATH

---

### Salons Grand Public Handicap

**Autonomic Rennes- Grand- Ouest – 1 et 2 octobre – Parc des Expositions**

**Autonomic Lille – 3 et 4 décembre – Lille Grand Palais**

### Salons Professionnels

**LoisirExpo-CE (Elus CE)– 15-17 septembre – CNIT La Défense - Paris**

**Atlantica (Camping) – 6 – 8 octobre – La Rochelle Parc des Expositions**

---