



DOSSIER DE PRESSE

NOVEMBRE 2017

L'ASSOCIATION TOURISME & HANDICAPS

MISSION ET ACTIONS

Le dynamisme d'un réseau

Soutien à la Marque d'Etat Tourisme & Handicap

Soutien à la Marque Destination pour tous

Journées Nationales Tourisme & Handicap

Trophées du Tourisme Accessible

Salons

Formation

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

Sommaire

L'Association Tourisme & Handicaps

Sa mission

- Trois principes fondamentaux

page 3

Ses actions

- Les domaines d'intervention
- La formation

Page 4

Information & communication

- Journées Nationales Tourisme & Handicap - JNTH
- Trophées du Tourisme Accessible
- Les salons (en annexe)
- Internet et 

Page 5

Le rayonnement international

Page 6

La Marque Tourisme & Handicap

Page 7

La reconnaissance des besoins

- Un facteur d'intégration
- Un choix précurseur et innovant
- La Marque & la Loi 2005

Page 8

Une garantie : la fiabilité

- Eviter les déceptions
- Un cahier des charges rigoureux

Page 9

La dynamique d'un réseau

- Un maillage dense
- Emergence de nouvelles initiatives
-

Page 10

300 critères d'accessibilité

- Les prestations

Page 11

5618 Prestataires

- 17 années pour franchir le cap des 5600 prestataires
- Les hébergements marchands en tête du peloton

Page 12

La démarche d'attribution

- Une démarche volontaire
- La candidature
- L'analyse de l'équipement

Page 13

La Marque Destination pour tous

- Un nouvel engagement
- Les villes lauréates

Page 14

D'un « Clic » toute l'Offre

Page 15

ANNEXE

Page 16

Fiche technique : **Les Salons**



L'Association Tourisme & Handicaps

Sa mission

Trois principes fondamentaux

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

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

3/- 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 et des Finances

La Direction Générale des Entreprises – D-G-E.

Le Ministère de la Culture.

Le Ministère des Solidarités et de la Santé.

Le Secrétariat d'Etat auprès du Premier Ministre chargé des Personnes Handicapées.

L'Agence Nationale pour les Chèques Vacances.



L'Association Tourisme & Handicaps

Ses actions

Domaines d'intervention

1/ Le développement de la Marque d'Etat 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...

L'Association Tourisme & Handicaps est membre de la Commission Nationale qui a pour objectifs :

- La stratégie de développement de la marque
- L'étude des recours éventuels

3/- 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 universités, 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 d'Etat 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.

1440 personnes ont reçu une formation d'évaluateur. Actuellement 989 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

Information et communication

Les Journées Nationales Tourisme & Handicap – JNTH

Ces journées « portes ouvertes » ont pour objectif de faire connaître aux personnes en situation de handicap, à leur famille ou amis les bonnes pratiques, la qualité d'usage et le respect des normes de l'accessibilité des établissements détenteurs de la marque d'Etat Tourisme & Handicap.

Elles se dérouleront au mois d'Avril 2018.

Les Trophées du Tourisme accessible

En partenariat avec la Direction Générale des Entreprises -D-G-E

Ils seront remis dans le cadre des salons Autonomic Paris 2018

|

Les objectifs

- Valoriser la marque d'Etat Tourisme & Handicap et démontrer sa vitalité
- Passer du « pouvoir accueillir » au « vouloir accueillir »...
- Récompenser les bonnes pratiques au service de l'accessibilité des sites touristiques, de loisirs et de vacances qui auront été jugées exemplaires... et mettre un focus sur la créativité, les astuces et les efforts mis en œuvre par les propriétaires et/ou gestionnaires de ces sites
- optimiser l'implication des différents maillons de la chaîne de l'accessibilité : surtout les correspondants des missions de la marque, correspondants ATH, évaluateurs... et aussi, bien sûr, Ministères, structures institutionnelles et Associations de personnes handicapées

Tous détenteurs de la Marque d'Etat Tourisme & Handicap pour quatre déficiences, les sites sont regroupés en cinq catégories :

Les grandes structures d'hébergement

Les petites structures d'hébergement

L'information touristique

Les loisirs

La restauration Les sites de visites

Les salons : cf. fiche technique page 16

Présence en ligne : www.tourisme-handicaps.org

Ce site présente toute l'**actualité** de l'Association Tourisme & Handicaps.

Il est une **étape incontournable** pour la sensibilisation à l'**accessibilité**.

Il répond à toutes les interrogations que se posent les professionnels du tourisme pour intégrer la démarche d'obtention de la Marque d'Etat Tourisme & Handicap.

Il est une **référence de qualité** pour les personnes handicapées sensibles aux actions conduites en leur faveur



1687 abonnés – 1689 j'aime au 27/11/17

L'Association Tourisme & Handicaps

Le rayonnement international

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

Partenaire de **ACCESS I** en Wallonie, portail d'information sur l'accessibilité qui permet d'identifier le niveau d'accessibilité d'un bâtiment, d'un site ou d'un évènement.

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.

Le Sommet Mondial Destination Pour Tous – World Summit on Accessible Tourism Destination for All

L'Association Tourisme & Handicaps joue un rôle actif dans l'organisation du **Sommet mondial Destination pour tous**. -

Le premier sommet mondial Destinations pour tous 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.

Le second sommet se tiendra à Bruxelles (Belgique) les 1 et 2 octobre 2018

www.destinationforall2018.eu



LA MARQUE D'ETAT TOURISME & HANDICAP

« La Marque d'Etat 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 2009)

PROPRIÉTÉ DE L'ÉTAT FRANÇAIS

17 ANS D'EXISTENCE

FIABILITÉ & QUALITÉ

300 CRITÈRES D'ACCESSIBILITE

GRATUITÉ DE LA MARQUE

LA MARQUE DESTINATION POUR TOUS

Vers un nouvel engagement

40 % de personnes en France
Handicap permanent ou momentané
Handicap dû à l'âge
Déficiences chroniques



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 d'Etat 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 développée depuis par l'**Association Tourisme & Handicaps** (cf fiche page 9)

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'Egalité des Chances, la Participation et la Citoyenneté des Personnes Handicapées.

LA MARQUE d'ETAT 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 d'Etat Tourisme et Handicap : une démarche **volontaire**

La Marqued'Etat Tourisme & Handicap intègre les principales exigences relatives au cadre bâti résultant de la loi du 11 février 2005 pour l'Egalité 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**.

A partir des évaluations réalisées sur place, les instances de gestion et d'attribution de la Marque d'Etat 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 d'Etat 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, elle permet l'émergence de produits et de 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 : Direction Générale des Entreprises - DGE – placée sous l'autorité du Ministre de l'Economie et des Finances, 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**.

La dynamique d'un réseau

Sous le mandat de l'Association Tourisme & Handicaps

145 Référents et correspondants dans tous les départements métropolitains et d'Outre-Mer sous le mandat de l'Association Tourisme & Handicaps

Dès la création de la **Marque d'Etat 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 145 référents de **la Marque Tourisme & Handicap** dans les régions et 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 à l'accessibilité et à l'accueil des personnes en situation de handicap 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

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 d'Etat Tourisme & Handicap** à de nouvelles activités qui seront proposées aux instances nationales pour validation.



300 critères d'accessibilité

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

Les critères d'accessibilité 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 d'Etat 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 d'Etat 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 d'Etat Tourisme & Handicap** pour les 4 handicaps.

En novembre 2017, elles sont 42,5%*

LES PRESTATIONS de la MARQUE d'ETAT 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 d'Etat Tourisme & Handicap la notoriété nécessaire à sa reconnaissance et à son utilité par les clientèles

5618 Prestataires*

La phase de création et de développement de la **Marque d'Etat 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 de 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 d'Etat Tourisme & Handicap** pour :

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

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 d'Etat Tourisme & Handicap ou à son renouvellement.

17 années pour franchir le cap des 5600 et plus...

L'année zéro, 2001-2002, 102 sites ont intégré la démarche d'attribution de la **Marque d'Etat Tourisme & Handicap** encore en pleine gestation, ils furent les pionniers d'une formidable ascension puisque l'on recense aujourd'hui **5618** 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 **3187** établissements Tourisme & Handicap, les meublés de tourisme venant en tête avec 1797 établissements.

Les chambres d'hôtes sont aussi en forte progression avec 422 établissements ainsi que les hôtels, qui comptabilisent plus de **528** établissements et les restaurants au nombre de **428**.

Les hébergements collectifs, résidences de tourisme et villages de vacances totalisent 221 structures Tourisme et Handicap auxquels il faut ajouter 202 campings dont le nombre est en forte progression.

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

Les sites culturels : musées, écomusées, les visites d'entreprises totalisent 688 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 **594**, ressentent l'impact de leur qualification sur l'ensemble de leur clientèle.

Avec 342 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 Nationales du Tourisme au 23 novembre 2018Guide de savoir-faire N° 32 .Adapter l'offre touristique aux handicaps. DGCI-S-ATOOUT France*



La démarche d'attribution

Avec plus de **5618** sites attribués ce sont autant de prestataires et gestionnaires d'établissements qui ont intégré volontairement **la démarche d'attribution de la Marque d'Etat Tourisme et Handicap** afin d'assurer à la clientèle handicapée mais aussi à l'ensemble de leur clientèle : familles, seniors...un accueil de qualité.

Une démarche volontaire des professionnels

Les prestataires et/ou gestionnaires de tourisme doivent s'adresser la **DIRECCTE** : l'instance régionale de concertation et d'attribution de **la Marque d'Etat Tourisme & Handicap** : (Directions Régionales des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi) www.direccte.gouv.fr

Les 4 étapes de l'attribution de la Marque d'Etat Tourisme & Handicap

1/La candidature

Chaque professionnel intéressé renseigne un **formulaire de candidature**, première approche de la mise en accessibilité de l'établissement candidat et de sa reconnaissance pour les quatre handicaps : auditif, mental, moteur, visuel.

Ce document est disponible sur

www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme/fonctionnement-tourisme-handicap

2/L'analyse de l'équipement

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

L'évaluation de la 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.

3/L'attribution de la Marque d'Etat Tourisme & Handicap

La Commission Territoriale pilotée par la DIRECCTE, avec la participation des évaluateurs, de la mission locale Tourisme & Handicap et/ou des relais, étudie les dossiers candidats.

Elle attribue la **Marque d'Etat Tourisme et Handicap** pour au moins deux déficiences avérées en s'assurant de la **conformité au cahier des charges**. La marque est attribuée pour 5 années renouvelables après visite de contrôle.

La Commission Territoriale établit une **notification de la décision, laquelle permet d'enrichir le site www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme**

La Marque Destination pour tous

Un nouvel engagement

La Marque Destination pour tous, lancée en 2013 conjointement par les ministères chargés de la cohésion sociale 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** :

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

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**.

Les Villes Lauréates

Bordeaux en 2014 handicaps : mental & moteur. **Amiens** en 2017 handicaps : moteur & visuel et **Balaruc** en 2017 handicaps : auditif & mental



D'un « Clic » toute l'Offre

www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme

Le site des Marques Nationales Tourisme & Handicap présente en « temps réel » tous les sites Tourisme & Handicap. Il offre une vitrine fréquemment évoquée par les professionnels et permet aux clients de faire leur choix en prise directe avec le prestataire.

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 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 d'Etat 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**.

Pour la valorisation de ces deux sites l'Association Tourisme & Handicaps a édité un document, sous la forme d'un marque page.

Fiche technique

SALONS : Présence de l'Association Tourisme & Handicaps

2017 :

MOIS	DATES	NOM DU SALON	PUBLIC	VILLES
Février	10-12 Fev	MAHANA	Grand Public (Tourisme)	Lyon
	24-26 Fev	MAHANA	Grand Public (Tourisme)	Toulouse
Mars	3 -5 mars	TOURISSIMA	Grand Public (Tourisme)	Lille
	10 - 12 mars	Salon du Tourisme,Loisirs Nature	Grand Public	Vannes
	16-20 mars	SALON MONDIAL DU TOURSIME	Grand Public	Paris
	23-24 mars	AUTONOMIC SUD	Grand Public (Handicap)	Toulouse
Juin	7 - 9 juin	HANDICA	Grand Public (Handicap)	Lyon
Septembre	26 - 29 sept	IFTM – TOP RESA	Professionnel (Réceptifs France)	Paris
	28 - 29 sept	AUTONOMIC GRAND OUEST	Grand Public (Handicap)	Rennes
Septembre Octobre	30 sept – 8 oct	Salon des Véhicules de Loisirs*	Professionnel (Camping)	Paris-le Bourget
Novembre	7 - -9 nov	SETT	Professionnel (Camping)	Montpellier
Novembre- Décembre	30 nov - 1er Dec	AUTONOMIC Lille	Grand Public (Handicap)	Lille

*ATH représentée par l'UNAPAREL

Salons 2018 (Projet)

janvier	26 - 28 janvier	TOURISSIMA	Grand Public (Tourisme)	Lille
février	9 - 11 fevrier	SALON DU TOURISME ET ACTIVITES NATURE	Grand Public (Tourisme)	Toulouse
mars-18	2 - 4 mars	MAHANA	Grand Public (Tourisme)	Lyon
	8 - 9 mars	AUTONOMIC ATLANTIQUE	Grand Public (Handicap)	Bordeaux
	15 - 18 mars	SALON MONDIAL DU TOURISME	Grand Public (Tourisme)	Paris
juin-18	13-15 juin	AUTONOMIC PARIS	Grand Public (Handicap)	Paris
sept-18	25-28 sept	IFTM TOP RESA - MAP PRO	Professionnel (Tourisme)	Paris
oct-18	09 - 11 oct	ATLANTICA	Professionnel (Camping plein air)	La Rochelle
	10 - 11 oct	AUTONOMIC GRAND EST	Grand Public (Handicap)	Nancy
nov-18	à préciser	SETT	Professionnel (Camping)	Montpellier
	22 - 23 nov	AUTONOMIC MEDITERRANEE	Grand Public (Handicap)	Marseille