



DOSSIER de PRESSE

Mars 2019

## L'ASSOCIATION TOURISME & HANDICAPS

### MISSION ET ACTIONS

**Soutien à la marque d'Etat Tourisme & Handicap**

**Soutien à la marque d'Etat Destination Pour Tous**

**Formation**

**Journées Nationales Tourisme & Handicaps**

**Trophées du Tourisme Accessible**

**Salons**

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)



## DOSSIER de PRESSE

Mars 2019

## Sommaire

### L'Association Tourisme & Handicaps page 3 – 7

#### Sa mission

- Trois domaines d'intervention :
  - Développement de la marque d'Etat Tourisme & Handicap
  - Formation
  - Information – Communication
    - . Journées Nationales Tourisme & Handicaps - JNTH
    - . Trophées du Tourisme Accessible
    - . Salons
    - . Internet - 

#### Le rayonnement international

page 8

### La marque d'Etat Tourisme & Handicap page 9

#### La reconnaissance des besoins

page 10

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

#### Une garantie : la fiabilité

page 11

- Eviter les déceptions
- Un cahier des charges rigoureux

#### La dynamique d'un réseau

page 12

- Un maillage dense
- Emergence de nouvelles initiatives

#### 300 critères d'accessibilité

page 13

- Les prestations

#### 5214 Prestataires

page 14

- 18 années pour franchir le cap des 5000 prestataires
- Les hébergements marchands en tête du peloton

#### La démarche d'attribution

page 15

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

#### La marque d'Etat Destination Pour Tous

Page 16

- Un nouvel engagement
- Les villes lauréates

#### D'un « Clic » toute l'Offre

Page 17

\* Statistiques ATH 30 juin 2018



# L'Association Tourisme & Handicaps

## Sa mission

### Trois principes fondamentaux

**1/ Soutenir** les dispositifs de la **marque d'Etat Tourisme & Handicap** et de la **marque d'Etat 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** intervient dans le cadre d'un marché auprès de la **Direction Générale des Entreprises** (DGE) qui porte les marques du tourisme accessible : Tourisme & Handicap et Destination Pour Tous.

**Elle est soutenue dans ses actions par :**

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.ANCV



# L'Association Tourisme & Handicaps

## Trois 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 d'Etat Tourisme & Handicap
- L'étude des recours éventuels

### 2/- La Formation

#### La sensibilisation des futurs professionnels

**L'Association Tourisme & Handicaps** intervient pour la prise en compte des thématiques liées à l'accessibilité et à l'accueil des personnes à besoins spécifiques dans le cadre des BTS Tourisme, et les formations en lien avec les universités, les métiers de l'hôtellerie et de la restauration-

#### La formation des professionnels

**L'Association Tourisme & Handicaps** intervient dans le cadre de la formation des **évaluateurs** destinés à mettre en œuvre les procédures de la marque d'Etat Tourisme & Handicap et de la formation des **conseillers en séjour Tourisme & Handicap**.

#### La formation des évaluateurs

La formation se déroule sur 3 jours

**1500 personnes ont reçu une formation d'évaluateur. Actuellement 700 évaluateurs sont actifs.**

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,

#### Public concerné

Salariés  
Bénévoles de réseaux  
Association émanant du secteur touristique.  
Association émanant du secteur handicap

#### Les objectifs

**Transmettre** des informations auprès des professionnels pour les aider dans leur démarche d'accessibilité et d'accueil

**Evaluer** les structures



## DOSSIER de PRESSE

Mars 2019

**La formation (suite)****Contenu de la formation**✓ **Le contexte**

Actions et missions de l'Association Tourisme & Handicaps  
 Présentation des marques d'Etat Destinations Pour tous et Tourisme & Handicap :  
 Historique, procédures et positionnement de l'évaluateur dans les dispositifs.  
 La chaîne touristique (ce qui est attendu par le client) qui entraîne l'hétérogénéité de l'offre labellisée.

✓ **Définitions**

Le handicap  
 Les principales déficiences

✓ **Les fondamentaux de l'accessibilité**

Normes liées à l'usage d'un fauteuil roulant  
 Mesures anthropométriques  
 Gestion des obstacles  
 Signalétique  
 Eclairage  
 Sécurité et dangerosité

✓ **Les outils**

Règlement d'usage  
 Demande de la marque  
 Cahier des charges  
 Charte d'engagement  
 Les grilles d'évaluation sur l'application GMTH

✓ **Mise en situation d'évaluation – en binôme- d'un site****La formation des Conseillers en Séjour Tourisme & Handicap**

La formation se déroule sur 2 jours

Cette formation est obligatoire dans le cadre des procédures d'attribution de la marque aux offices de tourisme et structures d'information

**Public concerné**

Les collaborateurs d'offices de tourisme en charge de l'accueil des visiteurs

**Les objectifs**

Connaître les 4 familles de déficiences : auditive, mentale, motrice, visuelle.  
 Connaître et comprendre les différents critères à mettre en œuvre pour obtenir la marque d'Etat  
 Tourisme & Handicap  
 Savoir procéder au recensement de l'offre accessible de leur territoire  
 Savoir organiser leur espace d'accueil.

**Contenu de la formation**

Définition des clientèles  
 Les marques d'Etat Tourisme & Handicap et Destination Pour Tous : pourquoi, comment ?  
 Les 4 déficiences  
 Mise en situation dans un office de tourisme ou sur le lieu du stage



## DOSSIER de PRESSE

Mars 2019

## 3/ - Information et communication

## Les Journées Nationales Tourisme & Handicaps – 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.

En 2018, elles se sont déroulées tout au long du mois d'avril avec 236 actions.

Pour la **13<sup>ème</sup> année**, ces journées se dérouleront en **avril 2019** dans toute la France.

## Les Trophées du Tourisme Accessible

Sous l'égide de la **Direction Générale des Entreprises – DGE** - et avec le partenariat de l'**Agence Nationale des Chèques Vacances -ANCV**.

Tous les détenteurs de la marque d'Etat Tourisme & Handicap pour quatre déficiences peuvent candidater.

Les sites sont regroupés en six catégories :

**Les grandes structures d'hébergement**

**Les petites structures d'hébergement**

**L'information touristique**

**Les loisirs**

**La restauration**

**Les sites de visites**

### Les 6 Lauréats Promotion 2018

#### Petites structures d'hébergement

**Camping le Tenzor de la Baie à Cherrueix (Ille & Vilaine)**

[www.le-tenzor-de-la-baie.com](http://www.le-tenzor-de-la-baie.com)

#### Grandes structures d'hébergement

**Chalet ANAE La Grande Casse à Pralognan la Vanoise (Savoie)**

#### Information touristique

**L'Office de Tourisme d'Aix en Provence (Bouches du Rhône)**

#### Loisirs

**Centre Culturel Terraqué à Carnac (Morbihan)**

#### Les établissements de Restauration

**Restaurant de la Source du Peyssou à Saint Avit Sénieur (Dordogne)**

#### Les lieux de visite

**Musée et les sites archéologiques de Jublains (Mayenne)**

#### Le Trophée D'OR DU TOURISME ACCESSIBLE

**L'Office de Tourisme de Mauguio Carnon (Hérault)**

#### Le Trophée COUP DE CŒUR DE L'INNOVATION

**Disneyland Paris** pour l'accessibilité du spectacle **Mickey Magicien** aux personnes sourdes et malentendantes en Langue des Signes française (LSF)

**La 5<sup>ème</sup> édition de remise des Trophées du Tourisme Accessible se déroulera au Salon HANDICA à Lyon le 5 juin 2019.**



## DOSSIER de PRESSE

Mars 2019

## Les Trophées du Tourisme Accessible (suite)

**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 : les correspondants territoriaux de la marque, les correspondants de l'Association Tourisme & Handicaps, les évaluateurs, les ministères et structures institutionnelles et les associations de personnes handicapées

## Les salons

**Présence de l'Association Tourisme & Handicaps aux salons du premier semestre 2019**

janv-	25-27 janvier	TOURISSIMA	Grand Public (Tourisme)	Lille	Grand Palais
mars-	8-10 mars	MAHANA	Grand Public (Tourisme)	Lyon	Halle Tony Garnier
	14 - 17 mars	SALON MONDIAL DU TOURISME	Grand Public (Tourisme)	Paris	Porte de Versailles
	27 - 28 mars	AUTONOMIC SUD*	Grand Public (Handicap)	Toulouse	Parc des Expositions
juin-	05 - 06 juin	HANDICA*	Grand Public (Handicap)	Lyon	Lyon- Chassieu

L'Association Tourisme & Handicaps participe, en moyenne, au cours d'une année, à 11 salons tourisme et spécialisés, grand public et professionnels.

Ces salons se tiennent principalement à Paris et dans les métropoles régionales : Bordeaux, La Rochelle, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Nancy, Rennes, Toulouse.

La présence de l'Association Tourisme & Handicaps sur les salons a pour objectif, d'intégrer à l'offre généraliste l'offre destinées aux personnes à besoins spécifiques, de promouvoir ou de conforter la marque d'Etat Tourisme & Handicap, de valoriser les structures détentrices de la marque d'Etat Tourisme & Handicap et les prestataires qui ont volontairement choisi une démarche de qualification de leur accueil.

*\*L'Association Tourisme & Handicaps est partenaire officiel des salons AUTONOMIC et Comexposium.*

**Présence en ligne : [www.tourisme-handicaps.org](http://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



3511 abonnés



# 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**.

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.

### La coopération franco-québécoise

Partenaire de l'Association québécoise KEROUK dont les objectifs communs et les actions visent également à rendre le tourisme et la culture accessibles 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.**

**Le second sommet s'est tenu à Bruxelles les 1 et 2 octobre 2018**

Lors de ces sommets, l'Association Tourisme & Handicaps a prouvé son savoir-faire en animant des 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.

Les Partenaires du STAND FRANCE ACCESSIBLE :

CRT Ile de France

Office de Tourisme & des Congrès de la Ville de Paris

CRT Auvergne Rhône-Alpes

Hérault Tourisme

Ville d'Amiens

AXSOL Location





## DOSSIER de PRESSE

Mars 2019



## 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

**18 ANS D'EXISTENCE**

**FIABILITÉ & QUALITÉ**

**300 CRITÈRES D'ACCESSIBILITE**

**GRATUITÉ DE LA MARQUE**

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



## DOSSIER de PRESSE

Mars 2019

LA MARQUE D'ETAT TOURISME & HANDICAP**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**.

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 marque d'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



## DOSSIER de PRESSE

Mars 2019

LA MARQUE D'ETAT TOURISME & HANDICAP**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, l'Association Tourisme & Handicaps, 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.

Les cahiers des charges 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**.

Ils sont consultables sur :

[www.tourisme-handicaps.org](http://www.tourisme-handicaps.org)

[www.tourisme-handicap.gouv.fr](http://www.tourisme-handicap.gouv.fr)



## LA MARQUE D'ETAT TOURISME & HANDICAP

### La dynamique d'un réseau

#### **145 Référents et correspondants dans tous les départements métropolitains et d'Outre-Mer engagés dans la démarche d'attribution de la marque d'Etat Tourisme & Handicap**

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 Régionaux de Tourisme, Comités Départementaux du Tourisme, Agences de développement Touristique, Maisons Départementales du Tourisme, Associations de personnes handicapées, acteurs de tous secteurs, a été mis en place.

#### **Un maillage dense**

Ce réseau compte actuellement 145 référents de **la marque d'Etat 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.



## DOSSIER de PRESSE

Mars 2019

LA MARQUE D'ETAT TOURISME & HANDICAP**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 évoluer 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.

**L'attribution des 4 familles de handicap** : auditive, mentale, motrice, visuelle **est en constante progression**

En 2002 : 6% des structures se voyaient attribuer **la marque d'Etat Tourisme & Handicap** pour les 4 handicaps. En juin 2018, elles sont 43% (*Statistiques ATH 30 juin 2018*).

**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, meublés de tourisme, campings, auberges de jeunesse, hébergements insolites, résidences de tourisme,

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

**Sites touristiques** : monuments, musées, écomusées, lieux de mémoire, salles d'expositions, châteaux, sites et jardins remarquables, visites guidées, parcs à thème, maisons d'écrivains, visites d'entreprises, sites pédagogiques...

**Sites de loisirs** : parcs thématiques, salles de spectacles, plages, bases de loisirs, piscines, postes de pêche, sentiers de randonnée, activités nautiques (aviron, canoë Kayak, voile), zones de baignade, centres équestres, parapente, centres de bien-être, sorties nature, golf, vol en montgolfière.

**Information** : Offices de Tourisme et syndicats d'initiative, points d'information, maisons de pays ...

**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.**



## DOSSIER de PRESSE

Mars 2019

LA MARQUE D'ETAT TOURISME & HANDICAP**5288 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 d'Etat 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.

**18 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 d'Etat Tourisme & Handicap** encore en pleine gestation, ils furent les pionniers d'une formidable ascension puisque l'on recense aujourd'hui **5288\*** 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 d'Etat 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 **3037\*** établissements Tourisme & Handicap, les meublés de tourisme venant en tête avec **1680** établissements.

Les chambres d'hôtes sont aussi en forte progression avec **372\*** établissements ainsi que les hôtels et hôtels-restaurants qui comptabilisent plus de **514\*** établissements et les restaurants au nombre de **414\***.

Les hébergements collectifs, résidences de tourisme et villages de vacances totalisent **221** structures Tourisme et Handicap auxquels il faut ajouter **197\*** campings dont le nombre et 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 **681\*** établissements.

Une étude réalisée en 2009\*\* a démontré que les structures classées en patrimoine opéraient la plus forte synergie entre la **marque d'Etat 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 **597\***, ressentent l'impact de leur qualification sur l'ensemble de leur clientèle. Avec **601** sites **les activités de loisirs et de pleine nature**, à tout pour satisfaire le besoin de découvertes et souvent de dépassement de soi. \*

\*Statistiques ATH 30 juin 2018

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



## DOSSIER de PRESSE

Mars 2019

LA MARQUE D'ETAT TOURISME & HANDICAP**La démarche d'attribution**

Avec plus de **5288** 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, séniors...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](http://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**, sur une **application GMTH**, 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.tourisme-handicap.gouv.fr](http://www.tourisme-handicap.gouv.fr)

**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.tourisme-handicap.gouv.fr](http://www.tourisme-handicap.gouv.fr)



## DOSSIER de PRESSE

Mars 2019



## LA MARQUE D'ETAT DESTINATION POUR TOUS

## Un nouvel engagement

La **marque d'Etat 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 d'Etat 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%\* 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.)

**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.

La **marque d'Etat 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

Toutes les informations sur [www.tourisme-handicap.gouv.fr](http://www.tourisme-handicap.gouv.fr)

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





## DOSSIER de PRESSE

*Mars 2019***D'un « Clic » toute l'Offre****« Allez là où vos envies vous portent, ici on vous ouvre la porte. »**

[www.tourisme-handicap.gouv.fr](http://www.tourisme-handicap.gouv.fr)

**Le site de la marque d'Etat 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 de la marque d'Etat 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**.

---