



Association

Tourisme & Handicaps



Association

Tourisme & Handicaps

Qui sommes-nous ?



Programme

Pourquoi une clientèle en situation de handicap ?

Leurs besoins spécifiques (accueil)

Les marques d'état – TH & DPT

Lien avec J.O 2024

Les actions potentielles pour les jeunes en formation

Echange



Points de droit

1975

11/02/2005



Pourquoi une clientèle ?

1950

2018

Actions de l'Association en termes d'offre touristique



Etude de marché

Date de parution : Novembre 2009

Etude de Marché

Un véritable marché pour l'offre touristique

* **1/3 de la population française
a une déficience**

* **Personnes handicapées : + 5 à 8
millions**



Etude de Marché

Les obstacles au voyage ...

- **Santé et conditions physiques** 32%
- **Manque d'informations liées à l'accessibilité** 20%
- **Psychologiques, appréhension** 12%
- **Economiques (coûts et besoin d'accompagnement)** 22%



Etude de Marché

Leurs souhaits :

- * **72 % veulent voyager dans les mêmes conditions que les valides**
- * **Avoir une information fiable**
- * **Une attente forte pour un personnel sensibilisé ou formé**



Etude de Marché

Leurs souhaits :

- Hébergement :
 - hôtel 33%
 - location 31%
(gite, village vacances ...)
 - amis, famille 22%
- Vacances scolaires
- Bord de mer
- Lieux attractifs

Etude de Marché

Un marché qui présente des atouts :

- **Durée de séjour allongée**
- **Plusieurs personnes (famille/amis..)**
- **Fidélité**
- **Richesse d'expérience
et comportement agréable**

**VIVRE ENSEMBLE
AVEC NOS DIFFERENCES**

Besoins spécifiques ?

Sensibilisation et/ou formations de tous les acteurs

- **Accueil OT/ réception Hôtel**
- **Femmes de chambres – serveurs....**
- **Sachants du « Batî » - artisans**
- **signalétique – documents**
- **= toute la chaine dans une entreprise**

**VIVRE ENSEMBLE
AVEC NOS DIFFERENCES**

Actions de l'Association en termes de Formation

- **Intégration de la sensibilisation au handicap dans les programmes des BTS Tourisme (bac +2 – 3000 jeunes par an sensibilisés) et licences professionnelles**
- **Formation des enseignants tourisme (outils)**
- **Formation évaluateurs pour la marque Tourisme & Handicap**
- **Formation personnel entreprises touristiques (par ses membres)**



Actions de l'association : Communication - Informations

SALONS



Actions de l'association : Communication - Informations

J.N.T.H Avril 2018





**Tourisme &
Handicaps**



**Trophées des sites touristiques
labellisés Tourisme & Handicap**



Dorine

BOURNETON



Philippe

CROIZON

Actions de l'association : Communication - Informations

Sites internet

www.tourisme-handicaps.org

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

3 pages facebook





Marques nationales

Tourisme & Handicap

Destination pour tous



Marque nationale Tourisme & Handicap

Un gage de qualité & une démarche volontaire

Attribution pour 5 ans renouvelables



Marque déposée
de l'Etat français



Mise en œuvre :
2001



Marque nationale Tourisme & Handicap : un gage de qualité

4 déficiences : auditive, mentale, motrice, visuelle



**Marque avec 4
handicaps**



**Marque avec 3
handicaps**



**Marque avec 2
handicaps**



Marque nationale Tourisme & Handicap : un gage de qualité

➤ Un travail de collaboration

- Ministère chargé du Tourisme
- Professionnels du tourisme
- Associations de personnes handicapées

➤ Sous la responsabilité régionale des D.I.R.E.C.C.T.E

- Relais de la D.G.E

En charge de l'application de la réglementation



Marque nationale Tourisme & Handicap : un gage de qualité

➤ Association Tourisme & Handicaps

- **Coordination nationale**
- **Promotion**
- **Informations**



Marque nationale Tourisme & Handicap : un gage de qualité



5549 équipements touristiques labellisés
Au 05 février 2017



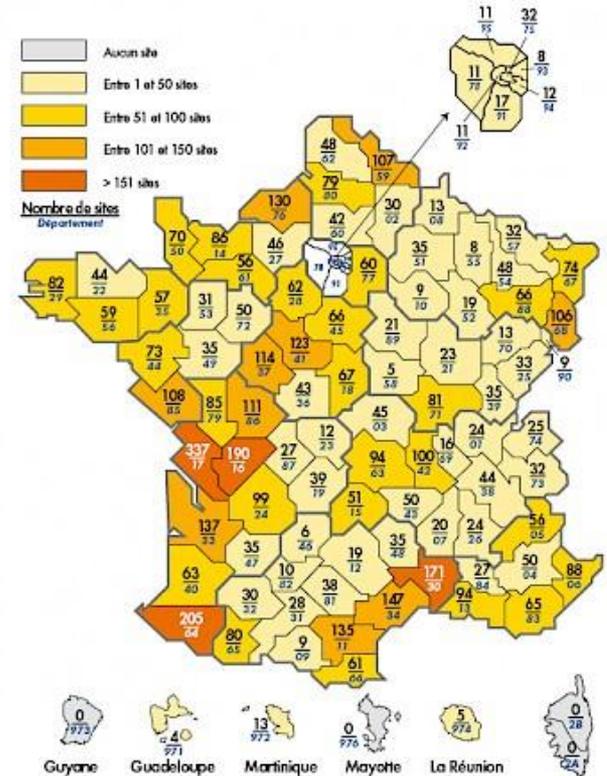
**Tourisme &
Handicaps**

La labellisation Quelques chiffres

51 % des sites touristiques ont reçu la
marque pour les 4 familles de
handicaps,



Nombre de sites détenteurs de la marque
Tourisme & Handicap par département
au 31 décembre 2016



Répartition par type de handicap



La marque Tourisme et Handicap en quelques chiffres

Ces statistiques ont été établies sur la base de **5 536** équipements ayant reçu un avis favorable d'attribution de la marque Tourisme & Handicap, **au 31 décembre 2016**.

2 280 sites touristiques ont reçu la marque Tourisme et Handicap pour les 4 familles de handicaps, ce qui représente 41 % des sites détenteurs de la marque Tourisme et Handicap soit une progression de 5 % depuis décembre 2015.



Répartition, en pourcentage, des sites bénéficiant de la marque Tourisme et Handicap par catégorie

HT	Hébergements (campings, chambres d'hôtes, gîtes, hébergements insolites, hôtels, résidences de tourisme, villages de vacances)	57,14 %
IT	Structures d'information (maisons des parcs naturels nationaux et régionaux, maisons du tourisme, offices de tourisme et syndicats d'initiatives)	11,07 %
LR	Loisirs (artisanat, bases de loisirs, bien-être, casinos, centres équestres, cinémas, circuits de randonnées, parcs d'attractions, piscines et centres nautiques, plages, pontons de pêche, théâtres, petits trains touristiques)	11,81 %
RT	Restauration (bars, brasseries, restaurants, salons de thé)	7,98 %
VE	Lieux de visites (aquariums, caveaux de dégustation et boutiques du terroir, châteaux, fermes pédagogiques, grottes, médiathèques, musées, parcs animaliers, parcs et jardins, visites guidées)	12,00 %



Tourisme &
Handicaps



Répartition,
en pourcentage, des sites
labellisés par catégorie

AJ	Auberge de jeunesse	0,16
AP	Activité de plein-air	2,66
AS	Activité sportive	1,68
CG	Camping	3,82
CH	Chambre d'Hôtes	8,18
CL	Site culturel	0,79
CV	Centre de vacances	1,03
GM	Gastronomie	2,31
HT	Hôtel	10,98
LR	Loisirs	5,15
MB	Meublé du tourisme	31,55
OT	Espace d'information	9,01
PT	Patrimoine	8,79
RS	Résidence de tourisme	0,59
RT	Restauration	7,75
SD	Structure diverse	1,36
SP	Site pédagogique	3,33
VV	Village Vacances	0,87



**Tourisme &
Handicaps**



L'étude de marché menée par Atout France en novembre 2009 a permis d'arriver à deux conclusions :

Une demande de mise en réseau des professionnels

Une demande de territoire accessible par les personnes handicapées



Marque « Destination pour tous »



Contenus essentiels :

Prestations touristiques

Services de la vie quotidienne

Moyens de déplacement

Actions de sensibilisation et de formation

**Actions d'information pour le public
concerné**



Marque « Destination pour tous »



La marque est attribuée après vérification du respect des critères

2 handicaps minimum requis

Durée de 5 ans

Progression du label exigée



Marque « Destination pour tous »

Juin 2014

- Premier territoire labellisé :
Bordeaux (mental/moteur)**

Mars 2017

- Amiens (moteur/visuel)**
- Balaruc les Bains (auditif/mental)**
- Projets Toulouse – Nice – Paris – Colmar –
Strasbourg – Rochefort**



**Tourisme &
Handicaps**



Cet après midi !

Merci



Actions potentielles pour les jeunes en formation

- Cours et exercices :

**Juridique – marketing – production –
accueil**

- Mises en situation

- Journées handicap dans établissements

Groupe de travail Asso.CFA ?



Association Tourisme & Handicaps

www.tourisme-handicaps.org

**Merci de votre
attention !**