

ADAPTER L'OFFRE TOURISTIQUE AUX HANDICAPS



Objectif de l'étude

Fournir aux acteurs touristiques des éléments de réflexion pour optimiser l'offre touristique

- Mieux connaître les attentes des personnes en situation de handicap
- Identifier des clés de réussite pour développer et promouvoir une offre touristique
- Enrichir la réflexion sur le label Tourisme et Handicap



Méthodologie de l'étude

4 enquêtes

- 616 sites labellisés (19% des sites labellisés)
- 610 professionnels du tourisme non-labellisés
- 430 personnes en situation de handicap partant au moins occasionnellement en vacances
- 1013 personnes représentative de la population française de 15 ans et plus



Typologie des partants

43%

Les multi-partants

- Hébergement marchand
- Destinations : France hors de la région de résidence et des départs à l'étranger
- Moyens et longs séjours
- Actifs
- Revenus ++

30%

Les uni-partants

- Un séjour annuel long
- Hébergement marchand ou non marchands
- Destinations : France hors de la région de résidence
- Besoin de transport spécifique

27%

Les partants occasionnels

- Séjour court
- Hébergement non-marchand
- Destinations : France, à proximité du lieu de résidence
- Nécessité d'accompagnement
- Handicap moteur

* Étude via Internet



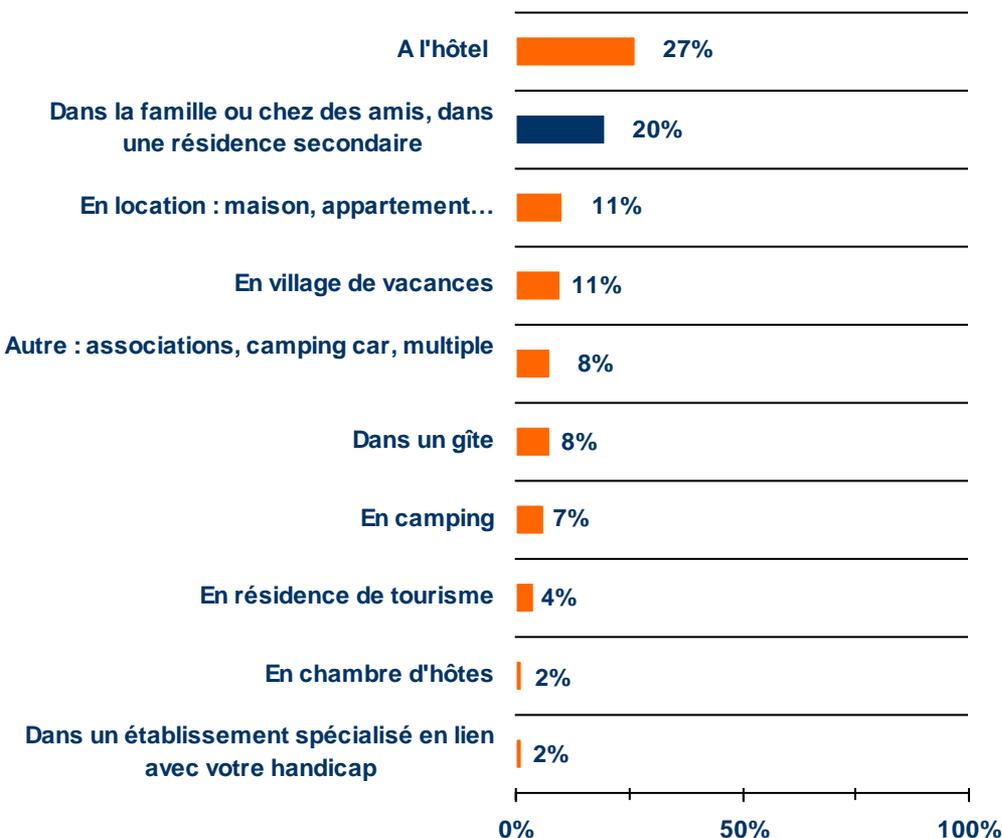
Les pratiques touristiques

- Des destinations variées : 43% littoral, 17% campagne, 14% montagne.. des départs en période estivale
- 2/3 des destinations en France hors de la région de résidence
- Des séjours longs : 2 semaines minimum pour 50% des partants

Une clientèle plutôt fidèle dès qu'elle accède à des équipements adaptés



Un choix majoritaire de l'hébergement marchand



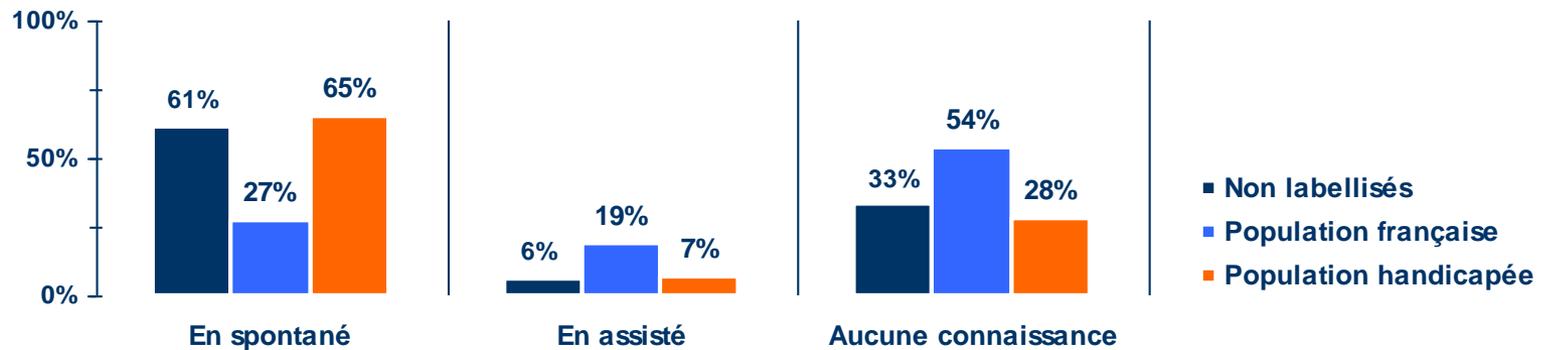
- Un choix inhérent à un niveau de service qui favorise l'autonomie
- Toutefois la perception d'une offre proposée pas toujours à la hauteur des attentes

80% des séjours des personnes handicapées contre 36% pour une population sans aucun critère distinctif



Le label Tourisme et Handicap

- Des scores de notoriété globale élevés
- Un nom évocateur, explicite exprimant clairement sa vocation et sa finalité



= Une notoriété à soutenir auprès des différentes cibles

« Vivre pleinement ses vacances »

Les attentes similaires à tout public touristique

Hébergement adapté



Prestations touristiques = profiter des lieux, des activités, d'un ensemble de loisirs, réaliser des visites...



Période de fréquentation traditionnelle



Un nouveau concept : « des destinations adaptées »

Tout naturellement se pose la nécessité de réfléchir l'offre dans un cadre élargi

Travailler l'accessibilité d'une offre globale, sur le principe d'une chaîne de service incluant de manière cohérente : les capacités d'hébergements, les services touristiques de loisirs et plus largement les services inhérents au territoire (transport, déplacement), pour tous les types de handicaps



Une voie d'avenir pour le label ?

Favoriser l'émergence d'une offre globale adaptée à l'échelle d'une destination de vacances, de la rendre lisible et de la promouvoir

Le label = un outil de promotion et de communication



Avantages reconnus à la labellisation

79% des sites labellisés « très ou plutôt » satisfaits



Retombées en termes
d'image centrées sur des
garanties matérielles

Le label qualifie l'offre en
sécurisant le vacancier sur
la qualité de l'accueil et des
aménagements

Incidence sur la relation
client

Effet positif sur la clientèle
non-handicapée

Apport bénéfique de la
mixité

Le « surcoût » lié au handicap ?

- Les dépenses ont été le plus souvent réalisées à la construction ou rénovation, seulement 15% des labellisés témoignent de surcoûts liés au label. L'achat de matériels légers suffit souvent.
- 6 labellisés sur 10 jugent leurs investissements cohérents avec les retombées constatées

= Importance du rôle d'accompagnement technique

Le label Tourisme et Handicap et la loi du 11 février 2005

- Une finalité commune : favoriser l'accessibilité des sites aux personnes en situation de handicap
- Le label : une démarche volontaire destinée à renforcer l'attractivité d'une activité, d'un produit, d'un ensemble de services ou d'une destination
- Un constat : une certaine méconnaissance de la loi par les professionnels interviewés



Le label « Tourisme et Handicap »

Un outil

de promotion d'une destination

+

de valorisation de l'offre touristique

+

d'information et de sécurisation de l'information

