



**Etude sur les retombées  
économiques pour les  
professionnels du  
tourisme (hôteliers et  
restaurateurs) de la  
mise aux normes  
« accessibilité » des  
établissements de 5<sup>ème</sup>  
catégorie.**

**RAPPORT FINAL**

**TOME 1**





<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>2</b>
<b>I. CONTEXTE ET ENJEUX</b> .....	<b>6</b>
<b>A. LE TOURISME, UN SECTEUR ECONOMIQUE MAJEUR EN FRANCE</b> .....	<b>7</b>
<b>B. LE POIDS DES POPULATIONS CIBLES DE L'ÉTUDE</b> .....	<b>9</b>
<b>C. ACCESSIBILITE : UN CADRE REGLEMENTAIRE PRECIS</b> .....	<b>12</b>
<b>D. ERP DE 5<sup>EME</sup> CATEGORIE : LES GESTIONNAIRES LES PLUS « FRILEUX » AU REGARD DE LA REGLEMENTATION ACCESSIBILITE</b> .....	<b>14</b>
<b>E. LES MARQUES NATIONALES DU TOURISME AU SERVICE DE L'ACCUEIL DE TOUS ET DE L'ACCESSIBILITE</b> .....	<b>16</b>
<b>F. LA MISE EN ACCESSIBILITE : UNE OPPORTUNITE POUR ATTIRER UNE CLIENTELE « PROMETTEUSE »</b> .....	<b>18</b>
<b>II. ETAT DES LIEUX DE LA MISE AUX NORMES ACCESSIBILITE DANS LES HOTELS ET RESTAURANTS DE 5<sup>EME</sup> CATEGORIE (ANALYSE DE L'OFFRE)</b> .....	<b>22</b>
<b>A. L'ANALYSE DE L'OFFRE : LES ACTEURS</b> .....	<b>23</b>
1. LES VILLES ET TERRITOIRES .....	23
2. LES HOTELS ET RESTAURANTS .....	29
3. LES AUTRES ACTEURS .....	30
<b>B. L'ANALYSE DE L'OFFRE : LES SOLUTIONS</b> .....	<b>30</b>
1. LES SOLUTIONS APORTEES PAR LES VILLES ET TERRITOIRES.....	30
2. LA MISE EN ŒUVRE DE L'ACCESSIBILITE PAR LES HOTELS ET RESTAURANTS .....	38
3. LES SOLUTIONS APORTEES PAR LES AUTRES ACTEURS .....	42
<b>C. L'ANALYSE DE L'OFFRE : LES RETOMBÉES ECONOMIQUES</b> .....	<b>43</b>
1. LES RETOMBÉES ECONOMIQUES POUR LES COLLECTIVITES .....	43
2. LES RETOMBÉES ECONOMIQUES POUR LES HOTELS ET RESTAURANTS DE 5 <sup>EME</sup> CATEGORIE .....	45
<b>D. L'ANALYSE DE L'OFFRE : LA COMMUNICATION : UN OUTIL A DEVELOPPER</b> .....	<b>48</b>
1. LA COMMUNICATION AUTOUR DE LA MARQUE DESTINATION POUR TOUS.....	48
2. LA COMMUNICATION AUTOUR DES ÉTABLISSEMENTS HOTELIERS ET DE RESTAURATION ACCESSIBLES .....	50
<b>III. BESOINS ET ATTENTES DES PERSONNES A BESOINS SPECIFIQUES (ANALYSE DE LA DEMANDE)</b> <b>53</b>	
<b>A. PROFIL DES REpondANTS AU QUESTIONNAIRE EN LIGNE ET CHOIX DES ASSOCIATIONS INTERROGÉES</b> .....	<b>55</b>
1. LES USAGERS (PERSONNES VALIDES ET AVEC BESOINS SPECIFIQUES). .....	55
2. LES ASSOCIATIONS REPRESENTATIVES DE PERSONNES A BESOINS SPECIFIQUES.....	55
<b>B. LES PRINCIPALES THEMATIQUES DE L'ÉTUDE</b> .....	<b>56</b>
1. LES ATTENTES ET BESOINS DES PERSONNES AYANT DES BESOINS SPECIFIQUES.....	56
2. PREPARATION D'UN SEJOUR TOURISTIQUE.....	58
3. RETOUR D'EXPERIENCE : PRINCIPALES DIFFICULTES RENCONTREES DANS LES HOTELS ET RESTAURANTS.....	59
4. LES BONNES PRATIQUES RECENSEES DANS LES HOTELS ET RESTAURANTS .....	62
<b>CONCLUSION</b> .....	<b>65</b>
<b>REMERCIEMENTS</b> .....	<b>69</b>
<b>IV. ANNEXES</b> .....	<b>70</b>





## INTRODUCTION

Le **tourisme est un levier majeur** dans l'économie française puisqu'il représente **7,25% du PIB<sup>1</sup> en 2017**. L'attrait touristique pour la France est indéniable. Avec plus de **207 millions de visiteurs en 2017**, la France est une destination phare qui attire un très grand nombre de touristes chaque année.

**Tableau 2 : Poids de la consommation touristique dans le PIB**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Produit intérieur brut (en milliards d'euros courants)	2 021,1	2 098,5	2 115,9	2 139,1	2 174,4	2 210,9	2 246,8	2 317,0
Poids de la consommation touristique intérieure dans le PIB (en %)	7,18	7,39	7,46	7,44	7,39	7,28	7,05	7,25
Visiteurs français	4,57	4,65	4,54	4,51	4,48	4,45	4,41	4,48
Visiteurs étrangers	2,60	2,74	2,92	2,93	2,91	2,82	2,64	2,77

Note de lecture : la consommation touristique intérieure représente 7,25 % du PIB de l'année 2017, dont 4,48 % pour la consommation des visiteurs français et 2,77 % pour celle des visiteurs étrangers.  
Sources : DGE, Compte satellite du tourisme, base 2014 ; Insee, Comptes nationaux, base 2014.

Face à cet afflux de touristes nationaux et internationaux, il est nécessaire de comprendre plus particulièrement les besoins et attentes de chacun des touristes en situation de handicap et ayant des besoins spécifiques (seniors, parents avec poussette, familles avec enfant(s), femmes enceintes, personnes en surcharge pondérale, personnes ne maîtrisant pas la langue française...). L'accessibilité est, pour eux, indispensable.

L'accessibilité, qu'est-ce que c'est ? Le sujet est vaste et complexe, et les domaines d'intervention sont multiples.

En effet, **l'accessibilité est une obligation légale** qui permet à toute personne de pouvoir accéder à un lieu, une prestation ou un équipement, sans discrimination. La loi du 11 février 2005 sur « l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées » est le principal texte sur les droits des personnes en situation de handicap depuis la loi de 1975. Elle introduit notamment la définition du handicap : "*Constitue un handicap, au sens de la présente loi, toute limitation d'activité ou restriction de participation à la vie en société, subie dans son environnement par une personne en raison d'une altération substantielle, durable ou définitive d'une ou plusieurs fonctions physiques, sensorielles, mentales, cognitives ou psychiques, d'un polyhandicap ou d'un trouble de santé invalidant*".

Elle introduit également l'obligation de la mise en accessibilité des Etablissements Recevant du Public (ERP) existants au 1<sup>er</sup> Janvier 2015. Des adaptations de cette loi ont permis aux exploitants et propriétaires d'ERP non accessibles à cette date, de planifier les travaux de mise en accessibilité sur une période validée par la préfecture (dispositif des Ad'AP – Agenda d'Accessibilité Programmée). A la fin de l'année 2018, la Délégation Ministérielle à l'Accessibilité (DMA) comptabilisait 690 000 ERP entrés dans le dispositif Ad'AP et 350 000 ERP construits ou rendus accessibles entre 2005 et 2015.

Au-delà de cet aspect, les professionnels du tourisme, dont les hôteliers et restaurateurs, doivent se conformer aux obligations réglementaires, notamment en matière d'accessibilité.

Cette réglementation regroupe les dispositions minimales que doivent respecter les exploitants afin de rendre leurs établissements accessibles à tous. Cependant, cette réglementation est davantage perçue comme une contrainte que comme une opportunité d'attirer une nouvelle clientèle. Pour les exploitants, l'accessibilité s'adresse aux personnes utilisatrices d'un fauteuil roulant. Or cette réglementation s'adresse aux personnes en situation de handicap de façon bien plus globale

<sup>1</sup> Source : <https://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques/4-pages-ndeg87-consommation-touristique-record-france-2017>





(personnes avec des difficultés de mobilité, utilisatrices de cannes ou de béquilles, personnes non ou malvoyantes, les personnes sourdes ou malentendantes, les personnes présentant des maladies cognitives ou intellectuelles,...) mais également aux personnes avec des besoins spécifiques (seniors ayant par exemple des problèmes de mobilité, familles avec enfants, personnes étrangères ne parlant pas la langue française, femmes enceintes, personnes en surpoids, personnes souffrant de maladies temporaires ou permanentes...) et à tous les usagers quels que soient leurs besoins. Selon une étude intitulée « les chiffres clés du handicap 2014 »<sup>2</sup>, le Ministère des affaires sociales, de la santé et des droits des femmes évaluait à **12 millions le nombre de personnes concernées par les problématiques d'accessibilité**, sur 65 millions de Français (sur la base de données issues d'enquêtes ou de sources administratives).

Cette vision de l'accessibilité permettra aux exploitants d'Établissement Recevant du Public (ERP) d'améliorer l'usage de leur bâtiment et ainsi d'accueillir le mieux possible les touristes avec des besoins spécifiques et souvent invisibles.

Cette démarche ne doit pas s'arrêter à la porte de l'établissement mais doit également concerner le territoire dans son ensemble. La loi du 11 février 2005 introduisait cette obligation d'accessibilité tout au long de la chaîne de déplacement (transports, voirie, logement,...).

**La France va accueillir deux événements majeurs : la Coupe du Monde de Rugby en 2023 et les Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024.** Pourquoi ne pas saisir cette occasion pour inciter les professionnels du tourisme, et plus particulièrement les gestionnaires d'hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie, à entrer dans une démarche de mise en accessibilité de leur établissement, si cela n'a pas déjà été fait ? La vocation de ce type de manifestation est de pouvoir accueillir tous les touristes sans distinction, quel que soit leurs handicaps et besoins spécifiques. Les événements sportifs sont souvent présentés comme liens pour rassembler et unir les peuples, sans marquer de différence entre eux. Ces grands événements doivent être perçus comme des opportunités pour offrir aux touristes nationaux et internationaux un tourisme inclusif qui ne met personne à l'écart et où tout le monde peut profiter de séjours touristiques.

Madame Catalina Devandas-Aguila (Rapporteuse de l'ONU)<sup>3</sup> l'a également souligné : « *Les Jeux olympiques et paralympiques de Paris en 2024 sont l'occasion rêvée de rendre la capitale pleinement accessible à toutes les personnes handicapées* ».

Au-delà de ces événements majeurs, la France va devoir s'adapter à **l'évolution de la population**, et notamment au **vieillessement** de celle-ci. Selon l'Insee, en 2060, 23,6 millions de personnes auront plus de 60 ans, soit une personne sur trois<sup>4</sup> (contre une sur cinq en 2005). Et malgré les progrès indéniables de la médecine, et sans pour autant sous-entendre que les personnes de plus de 60 ans présentent tous un tel besoin, c'est la frange de la population dont les besoins potentiels peuvent nécessiter des aménagements accessibles.

Ces évolutions constituent à la fois une **véritable nécessité** mais aussi une **opportunité** qui doit être saisie pour favoriser une société inclusive.

En janvier 2018, face à ces constats, le Comité interministériel du tourisme (CIT), instance placée sous l'autorité du Premier ministre et dont l'objectif est de renforcer l'attractivité de la France, s'est interrogé sur la question de l'accessibilité et du tourisme, et a lancé une étude sur « les retombées

<sup>2</sup> Source : « les chiffres clés du handicap 2014 » par le Ministère des affaires sociales, de la santé et des droits des femmes

<sup>3</sup> Source : Rapport de la Rapporteuse spéciale sur les droits des personnes handicapées sur sa visite en France en octobre 2017 (Catalina Devandas-Aguilar)

<sup>4</sup> Source : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1906664?sommaire=1906743>





économiques, pour les professionnels du tourisme (hôtels et restaurants), de la mise en accessibilité des établissements de 5<sup>ème</sup> catégorie ». Son objectif : mettre en avant les retombées économiques de la mise en accessibilité des établissements de tourisme, notamment à l'occasion des grands événements sportifs organisés en France, afin de motiver plus encore les professionnels à réaliser des travaux sur leurs établissements. L'objectif sous-jacent étant de permettre à chacun de pouvoir profiter et bénéficier des services touristiques, et d'aller vers une société toujours plus inclusive.

C'est pourquoi la présente étude vise à donner tous les éléments nécessaires pour permettre **d'apprécier et d'objectiver les opportunités offertes par une clientèle à besoins spécifiques** (en situation de handicap, à mobilité réduite comme les seniors, les familles avec enfants, les personnes étrangères ne parlant pas la langue française, les femmes enceintes...) **pour les professionnels du tourisme : hôteliers et restaurateurs gestionnaires d'ERP de 5<sup>ème</sup> catégorie** (petits établissements recevant moins de 100 personnes).

Seulement, il existe très **peu de chiffres et d'études** réalisées sur les personnes en situation de handicap et à mobilité réduite dans le secteur du tourisme en France. Cela est d'ailleurs relevé par la Rapporteuse de l'ONU Madame Catalina Devandas-Aguilar lors de sa visite en France en octobre 2017. Elle constate en effet que « *les données sociodémographiques et les statistiques ventilées par handicap font cruellement défaut* ». Elle souligne également que « *la définition du handicap (...) est axée sur la déficience et non sur l'interaction de la personne avec l'environnement et sur les obstacles existants* ». Cette étude a été impactée par ce constat car l'insuffisance des données statistiques n'a pas permis d'obtenir des résultats chiffrés issus d'études.

Il s'agit aussi de démontrer que la mise en accessibilité d'un établissement recevant du public, ou plus largement d'un territoire, permet **d'élargir et de diversifier la clientèle** et la venue de touristes seniors et/ou en situation de handicap (résidents et non-résidents en France).

La Banque Mondiale évalue entre **15 et 20 % les pertes de marchés touristiques en raison de l'inaccessibilité des infrastructures**<sup>5</sup>. Ainsi, même si la France est la première destination touristique mondiale, elle se prive de millions de touristes potentiels, et il est désormais plus que nécessaire de prendre en compte les touristes ayant des besoins spécifiques afin de promouvoir un tourisme inclusif, accessible à tous.

Cette étude prétend également contribuer à faire évoluer les conceptions liées à l'accessibilité. Rendre un bâtiment accessible représente un coût indéniable qui, à première vue, peut paraître disproportionné au regard du nombre de personnes utilisatrices de fauteuil roulant. Or, avoir une vision plus globale (sans se limiter à un seul type de handicap) et plus réaliste de ce que représentent les situations de handicap et de mobilité réduite et des aménagements pragmatiques qui permettent de les supprimer, c'est **poursuivre un idéal de société inclusive** tout en ayant des retombées économiques importantes pour l'activité exercée au sein de l'établissement.

Pour mener à bien cette étude, plusieurs acteurs ont été approchés :

- D'un côté, les acteurs qui proposent une offre touristique qui se veut inclusive, précurseurs en matière d'accessibilité : les gestionnaires d'hôtels et de restaurants conformes à la réglementation accessibilité et les collectivités inscrites dans une démarche d'accessibilité de leur territoire.
- D'un autre côté, les acteurs concernés par cette question de l'accessibilité, ceux qui vivent au quotidien ou ponctuellement avec un handicap ou dont la mobilité est réduite (seniors, familles avec enfants...), à savoir les usagers et les associations qui les représentent.

<sup>5</sup> Source : [https://www.senat.fr/enseance/2018-2019/369/Amdt\\_226.html](https://www.senat.fr/enseance/2018-2019/369/Amdt_226.html)





Ces deux visions, représentant l'offre et la demande, permettent d'établir d'une part, les attentes et besoins des touristes ayant des besoins spécifiques, mais également les principales difficultés auxquelles ces personnes sont confrontées dans les hôtels et restaurants français, et d'autre part, les attentes des gestionnaires de ces établissements lorsque des travaux ou aménagements d'accessibilité sont réalisés et leur constat d'échec ou de réussite dans cette démarche.

La **difficile mobilisation des acteurs** ne permettant pas d'avoir une étude quantitative, les données présentées se veulent qualitatives, notamment au travers d'entretiens réalisés avec les acteurs concernés et, dans la mesure du possible, pragmatiques.

Il en ressort un certain nombre de **bonnes pratiques et de recommandations** qui, au-delà de la réglementation en vigueur, ont vocation à améliorer l'accessibilité des établissements. Celles-ci sont abordées dans cette étude et au travers de fiches actions opérationnelles (regroupées dans un document complémentaire).

**Les démarches d'amélioration de l'accessibilité se heurtent souvent à une « marche » fictive qui existerait entre d'une part, les droits et besoins légitimes des usagers, et d'autre part, les moyens et les contraintes du maître d'ouvrage. Tout l'intérêt de l'étude est de participer à la démarche actuelle qui veut réduire progressivement la hauteur de cette « marche » et qui a pour ambition de la supprimer tout à fait.**





# I. CONTEXTE ET ENJEUX

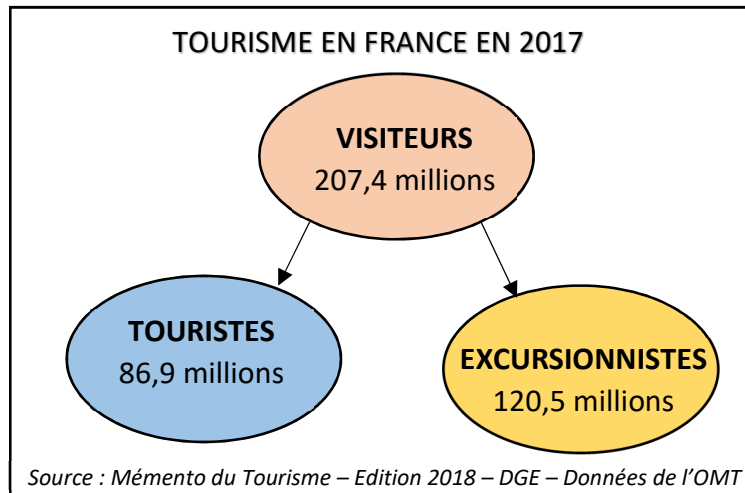




## A. Le Tourisme, un secteur économique majeur en France

Le secteur touristique est l'un des secteurs les plus importants aujourd'hui en France. Avec plus de 207 millions de visiteurs, dont 86,9 millions de touristes internationaux et 120,5 millions d'excursionnistes en 2017<sup>6</sup>, **l'attractivité de la France** n'est plus à démontrer. Pourtant, l'année 2016 a été marquée par une baisse de ce secteur suite aux attentats terroristes commis dans le pays. Malgré cela, il a su rebondir et 2017 a été une année plutôt fructueuse dans ce domaine. Le tourisme est aujourd'hui une des priorités gouvernementales. Comme évoqué dans l'introduction, ce secteur représente 7,25% du PIB en 2017 et la consommation touristique intérieure en France est estimée à 168 milliards d'euros cette même année<sup>7</sup>. La France reste la première destination mondiale à ce jour.

Afin de mieux appréhender ces données, il convient d'en définir les termes. Dans son Mémento du Tourisme (édition 2018), la Direction Générale des Entreprises (DGE) rappelle la définition que l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) donne du **Tourisme** : il s'agit des « *activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs* ».



Les visiteurs sont divisés en deux catégories : les « touristes » qui passent au moins une nuit hors de leur environnement habituel (donc hors de leur domicile) et les « excursionnistes », qui ne passent pas de nuit hors de leur environnement habituel (visiteurs à la journée à plus de 100 kms de leur domicile en aller-retour). Le touriste international est défini comme un « *individu résidant à l'étranger et dont la durée de séjour en France est comprise entre une nuitée et à moins d'un an* »<sup>8</sup>.

**En 2017, les 86,9 millions de touristes internationaux qui ont transité par la France** représentaient 6,6 % du total mondial et 12,9% du total européen<sup>9</sup>. L'objectif du gouvernement est d'atteindre 100 millions de touristes internationaux en 2020<sup>10</sup>. Un article de Jean-Michel Gradt, publié le 8 octobre 2019 dans lesechos.fr, confirme toutefois un paradoxe : « *la France reste la première destination touristique mondiale pour la fréquentation mais elle n'occupe que la troisième place en termes de recettes avec 56,2 milliards d'euros en 2018* ». Cette situation s'explique en partie par le fait que la France est un pays de transit, des touristes ne font que « traverser » le pays pour atteindre leur destination finale. Il indique que « *la France peine à retenir ses voyageurs [...]. 43 % des séjours effectués par des touristes internationaux étaient de « courts séjours », c'est-à-dire entre une et trois nuits* ». La durée des séjours touristiques des personnes en situation de handicap est nettement plus longue que les séjours traditionnels (source : Livre Blanc « TIC, handicap et tourisme »). Mieux

<sup>6</sup> Source : Mémento du Tourisme – Edition 2018 – DGE – Données de l'OMT

<sup>7</sup> Source : Les 4 pages de la DGE N°87 – Mars 2019

<sup>8</sup> Source : Mémento du Tourisme – Edition 2018 – DGE

<sup>9</sup> Source : Mémento du Tourisme – Edition 2018 – DGE – Données de l'OMT

<sup>10</sup> Source : Dossier de presse – Conseil Interministériel du Tourisme (CIT) – Janvier 2019







accueillir les personnes à besoins spécifiques, dont les personnes handicapées, pourrait contribuer à corriger ce paradoxe.

Parmi les monuments et sites les plus fréquentés en 2017, on retrouve Disneyland Paris, le Musée du Louvre, le domaine de Versailles et la Tour Eiffel<sup>11</sup>. Mais c'est aussi toute la diversité du paysage français, le terroir, les spécificités propres à chaque région française ainsi que le climat qui attirent les visiteurs du monde entier.

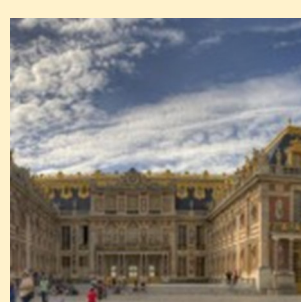
#### Les monuments et sites les plus fréquentés en France en 2017 :



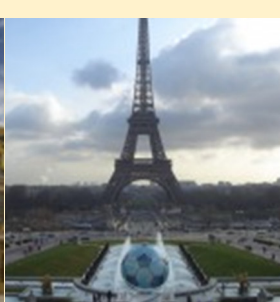
DisneyLand Paris



Musée du Louvre



Domaine de Versailles



Tour Eiffel

Source photos : <http://regionfrance.com/top-30-des-sites-touristiques-francais>

Côté restauration, il n'existe pas moins de **203 000 entreprises de restauration** (restaurants et services de restauration mobile) en France à fin 2017, selon la DGE<sup>12</sup> : « Cette filière constitue l'un des facteurs d'attractivité touristique de la France ».

En termes de structures d'hébergements marchands, la France propose une offre variée d'hôtels de tourisme, soit indépendants, soit appartenant à des chaînes d'hôtel. En 2017, on dénombre au total **18 408 hôtels**, dont 236 situés en Outre-mer<sup>13</sup>. En termes de fréquentation, les hôtels sont fréquentés en 2017 pour 30,8% par les non-résidents (arrivées). Parmi eux, 20,8% viennent d'Europe.

Les **comportements des clients évoluent** et le **contexte concurrentiel est rude** avec l'ouverture à l'international. Ces contraintes poussent les exploitants d'établissements hôteliers et de restauration à repenser leur offre et à intégrer ces évolutions en matière de qualité d'usage et d'accessibilité notamment. Il faut se démarquer et proposer une offre qui correspond à ces nouvelles attentes.

Certes, les visiteurs non-résidents représentent une part importante dans le tourisme français, mais la population française voyage aussi énormément<sup>14</sup>. En 2017, les français sont 74,8% à avoir effectué au moins un voyage (toutes destinations et tous motifs) et 71,0% à voyager en France métropolitaine (pour tous motifs) selon une enquête du SDT (Suivi de la Demande Touristique)<sup>15</sup>.

#### Touristes français en 2017

- 74,8% à avoir effectué au moins un voyage (toutes destinations et tous motifs)
- 71,0% à voyager en France métropolitaine (pour tous motifs)

Source : Enquête SDT (DGE, Banque de France)

<sup>11</sup> Source : Mémento du Tourisme – Edition 2018 – DGE – Sources : Atout France, ministère de la Culture et de la Communication / Direction générale des patrimoines / département de la politique des publics

<sup>12</sup> Source : DGE Mars 2019 - <https://www.entreprises.gouv.fr/secteurs-professionnels/commerce/hcr/filiere-restauration>

<sup>13</sup> Source : Mémento du Tourisme – Edition 2018 – DGE

<sup>14</sup> Source : Les 4 pages de la DGE – N°65 – Décembre 2016

[https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions\\_services/etudes-et-statistiques/4p-DGE/2016-12-4p65-non-depart.pdf](https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/4p-DGE/2016-12-4p65-non-depart.pdf)

<sup>15</sup> Source : Enquête SDT (DGE, Banque de France)





## B. Le poids des populations cibles de l'étude

Afin de cerner les enjeux d'un tourisme accessible, il convient de caractériser la population ciblée dans l'étude, c'est-à-dire les **touristes ayant des besoins spécifiques**. Voici comment ils sont identifiés :

- Personne en situation de handicap (auditif, cognitif, moteur, visuel, sensoriel, polyhandicap, trouble de santé invalidant, handicap invisible) ;
- Personne en perte d'autonomie liée à l'âge (séniors). On peut distinguer deux catégories de seniors : les « jeunes » seniors qui ont des revenus importants et qui consomment beaucoup et les autres, plus âgés, dont l'état de santé nécessite des aménagements particuliers ;
- Personne qui rencontre des difficultés dans ses déplacements du fait de sa situation familiale (familles nombreuses, parent(s) avec poussette, parent(s) avec enfant(s)...)
- Personne qui rencontre des difficultés dans ses déplacements du fait de son état de santé, momentané ou continu (personne plâtrée, avec cannes ou béquilles, femmes enceintes, personne de forte corpulence, de petite taille...)
- Personne qui ne maîtrise pas la langue maternelle du pays dans lequel il séjourne (handicap de la langue) ;
- Personne qui se déplace avec des bagages volumineux...



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

Près de **12 millions**  
de personnes subissent  
des contraintes  
d'accessibilité en France

Source : « les chiffres clés du handicap 2014 »

En tenant compte de toutes ces situations, on estime **qu'une personne sur 2 sera confrontée à une situation de handicap au cours de sa vie**, de manière ponctuelle ou définitive<sup>16</sup>.

Les données précédentes sont générales et ne ciblent pas la population française en particulier. Pourtant, nous l'avons rappelé dans l'introduction de l'étude, les personnes subissant des contraintes d'accessibilité représentent près de 12 millions de personnes, soit environ 18,45% de la population française. Ces personnes incarnent donc un **potentiel immense pour l'industrie touristique française**, d'autant qu'elles se déplacent la plupart du temps accompagnées (famille, aidants). Mais sait-on par exemple le nombre de personnes en situation de handicap qui voyagent ? On peut aussi légitimement se demander si les contraintes en termes d'accessibilité ont un impact sur les départs en vacances pour ce public en particulier. L'offre touristique française est-elle assez riche et adaptée pour répondre aux attentes de toutes les personnes dont la mobilité est réduite ?

Il existe très peu d'études et de chiffres sur le tourisme pour les personnes ayant des besoins spécifiques. Madame Catalina Devandas-Aguila (Rapporteuse de l'ONU) évoque cette problématique dans son rapport en 2017 : « *les données sociodémographiques et les statistiques ventilées par handicap font cruellement défaut* ». A titre d'exemple, le questionnaire du recensement national ne comprend aucune question sur le handicap. Ce manque d'informations et de statistiques a rendu complexe la réalisation de cette étude. Nous le verrons dans le chapitre II, même à l'échelle locale et

<sup>16</sup> Source : <http://www.lefigaro.fr/> - Les 5 chiffres clés qu'il vous faut connaître sur les travailleurs handicapés en France – Article publié en 2016 par Marie-Cécile Renault





notamment au sein des établissements cibles (hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie<sup>17</sup>), le nombre de clients en situation de handicap n'est pas mesuré ni évalué. Les données quantitatives sont peu nombreuses et c'est davantage des **données qualitatives** qui ont émergé des entretiens menés avec les gestionnaires d'établissement et les associations.

« *Les données sociodémographiques et les statistiques ventilées par handicap font cruellement défaut.* »

Catalina Devandas-Aguila (Rapporteuse de l'ONU) - 2017

Néanmoins, quelques études ont été réalisées en mettant en relation le tourisme et le handicap. Elles ne sont pas nombreuses comme on vient de l'évoquer, mais elles permettent de constater qu'il s'agit bien là d'une clientèle prometteuse, qui pourrait, dans les années à venir, faire fructifier le potentiel touristique de la France.

Une enquête de TCI Research (enquête de compétitivité TRAVELSAT – janvier 2014) montre que « *la clientèle ayant des besoins spécifiques s'avère plus fidèle que la moyenne. Ainsi, parmi ceux qui ont particulièrement apprécié leur séjour, l'intention de revisite atteint 78% auprès des touristes en situation de handicap contre 67% pour la moyenne des visiteurs* ».

Une étude de marché de la population handicapée face à l'offre touristique française<sup>18</sup> a été mise en exergue dans le Livre Blanc « TIC, handicap et tourisme » paru en octobre 2014, et indique que **90% des personnes en situation de handicap se déplacent une fois par an à plus de 80 kms de chez eux**. 52% partent entre une et trois fois par an (la plupart avec un accompagnateur) en 2001.

Toujours dans le Livre Blanc « TIC, handicap et tourisme » il est indiqué que la **durée des séjours touristiques des personnes en situation de handicap est nettement plus longue que les séjours traditionnels** (en raison notamment des difficultés de transports) et constituent ainsi « *une aubaine potentielle pour les professionnels du tourisme et en particulier les hébergeurs s'ils s'y sont préparés* ». En effet, « *plus des trois quarts des séjours des personnes handicapées durent au moins une semaine et 50% des partants effectuent des séjours de deux semaines minimum contre 20% pour les personnes valides* »<sup>19</sup>.

Les personnes en situation de handicap ne sont pas les seules à être confrontées à des problématiques d'accès dans les établissements à vocation touristique. Les personnes de plus de 60 ans sont de plus en plus nombreuses, leur nombre est estimé à 23,6 millions en 2060<sup>20</sup>. Elles constituent une tranche de la population qui voyage énormément. Avec les progrès de la science et les avancées médicales, les seniors de plus de 62 ans restent encore très mobiles jusqu'à 80 ans. Le rapport du Député Christophe BOUILLON sur les touristes seniors montre que près de la moitié des plus de 50 ans pensent en premier aux voyages pour dépenser leur argent et les trois quarts des personnes de 62 à 71 ans sont partis en voyage au moins une fois durant l'année 2014<sup>21</sup>.

23,6 millions de personnes de plus de 60 ans en France en 2060

Source : INSEE

<sup>17</sup> 5<sup>ème</sup> catégorie : établissement recevant moins de 100 personnes

<sup>18</sup> Source : Guide AFIT – Etude de marché de la population handicapée face à l'offre touristique française – Sept.2001 – Livre Blanc « TIC, handicap et tourisme »

<sup>19</sup> Source : Livre Blanc « TIC, handicap et tourisme » - Oct. 2014

<sup>20</sup> Source : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1906664?sommaire=1906743>

<sup>21</sup> Source : <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/tourisme-seniors-chiffres> - Direction Générale des Entreprises (DGE), rapport du député Christophe Bouillon sur les touristes seniors





**Les seniors constituent un potentiel important pour les professionnels du tourisme.** Une grande disponibilité, l'espérance de vie qui augmente, des revenus importants (les seniors n'ont généralement plus de crédit immobilier par exemple), leur nombre croissant... sont autant de facteurs qui font de cette cible en enjeu considérable pour le tourisme. Les « jeunes » seniors (à partir de 50 ans) se distinguent par leur mobilité et leur dynamisme. Encore actifs, ils souhaitent profiter de la vie et consomment beaucoup durant leurs voyages touristiques. Certains jeunes seniors sont encore en activité, d'autres profitent d'une pré-retraite ou de la retraite pour voyager et faire du tourisme. Avec des revenus « confortables », leur consommation touristique est importante. Une étude sur « les seniors et l'hôtellerie » réalisée par Coach Omnium en 2016<sup>22</sup> indique que les seniors français de plus de 50 ans représentent plus de 3,8 millions à fréquenter les hôtels en France en séjours privés. En voyageant à titre privé, près de 12% des seniors-voyageurs de plus de 50 ans vont à l'hôtel. Ils réalisent des séjours souvent plus longs que la clientèle plus jeune. 45% des seniors ont un avis plutôt positif sur l'hôtellerie française et 53,4% ont un avis plutôt mitigé. Les raisons sont multiples : manque de professionnalisme et de convivialité de la part du personnel, insuffisance des équipements, services et prestations au sein des hôtels, vétusté des équipements, hôtels pas bien équipés pour les personnes en situation de handicap... Les seniors sont très sensibles à l'accessibilité des sites et de leur environnement car ils bénéficient également des solutions qui facilitent les accès. A titre d'exemple, l'étude de Coach Omnium de 2016 explique que 83% des seniors préfèrent les douches plutôt que les baignoires. Les douches à l'italienne (sans ressaut) sont très convoitées car faciles d'accès et les barres murales sont appréciées par les seniors.

Les **familles** rencontrent, elles aussi, des problématiques d'accessibilité quant à leurs séjours touristiques. L'UNAF (Union Nationale des Associations Familiales), indique dans son rapport « Chiffres clés de la famille » (édition 2017) qu'en 2013, 79% de la population française vit en famille (au sens de l'Insee) et que plus de 18 millions de familles sont recensées en France la même année (au sens de l'Insee)<sup>23</sup>. Nous n'avons pas trouvé de référence d'étude sur les familles qui voyagent mais il est certain que les familles avec des enfants en bas-âge qui sont contraintes de se déplacer avec une poussette, les familles nombreuses ou encore les femmes enceintes subissent parfois les conséquences de l'inaccessibilité de certains sites.

Le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France a fait réaliser une enquête en 2017 sur les clientèles touristiques à besoins spécifiques (les personnes ayant des difficultés motrices, auditives, visuelles, mentales, les personnes âgées, les femmes enceintes et les personnes avec des enfants en bas-âge). Il en ressort que près de **2,1 millions de touristes à besoins spécifiques ont été accueillis à Paris Ile-de-France**, ce qui correspond à 4,3% des séjours touristiques de la destination Paris Ile-de-France. Cela a généré près de 8,3% millions de nuitées et plus de 870 millions d'euros de consommation touristique. La durée moyenne du séjour des clientèles touristiques à besoins spécifiques a été estimée à 4 jours (contre 3,5 jours pour les clientèles non concernées par des besoins spécifiques). 62% des séjours s'est effectué en hébergement marchand, l'hôtel étant privilégié<sup>24</sup>.

Aucun doute que le **marché du tourisme adapté et inclusif peut être considéré comme porteur** au vu de ces statistiques. Mais, compte tenu de la concurrence accrue dans le domaine du tourisme entre

<sup>22</sup> Source : <https://www.coachomnium.com/bonus/etude-seniors-lhotellerie.html> - Coach Omnium : Société d'études et de conseil spécialisée dans le tourisme et l'hôtellerie depuis 1991.

<sup>23</sup> Source : UNAF – Chiffres clefs de la Famille – Edition 2017 – Insee : Vivre en couple avec ou sans enfant, ou seul avec enfant (sans limite d'âge de l'enfant) – Recensement 2013 – Calcul UNAF / Insee : population vivant en famille et nombre de familles (par type de famille en 2013)

<sup>24</sup> Source : Etude sur les clientèles à besoins spécifiques et leurs accompagnateurs – Résultats 2017 – Comité Régional du Tourisme (CRT) Paris Ile-de-France. Dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroute et dans les gares routières





les différentes destinations possibles, le gouvernement doit mettre en place une nouvelle stratégie mobilisant plusieurs acteurs du secteur touristique tout en tenant compte des attentes de toute une population qui se sent aujourd'hui isolée et lésée.

En effet, une enquête de satisfaction des clientèles touristiques en France, réalisée par TCI Research<sup>25</sup> en 2018, révèle que « *des progrès sont attendus concernant l'accueil des visiteurs en situation de handicap / ayant des besoins spéciaux* ». Ces visiteurs « *vivent une expérience significativement moins satisfaisante que dans le reste de la zone Euromed* ». Les prix, l'accueil par les professionnels, les activités culturelles et de loisir, le shopping et le contact avec la population locale font l'objet de critiques. Ils attendent surtout des « *accès simplifiés, des trottoirs adaptés et une mise en évidence plus claire des lieux et sites qui répondent à leurs contraintes (signalétique, informations en amont du site)* ». L'attitude des français à leur égard doit évoluer de manière plus positive car elle est également montrée du doigt dans cette étude.

*« Des progrès sont attendus concernant l'accueil des visiteurs en situation de handicap / ayant des besoins spéciaux ». Ces visiteurs « vivent une expérience significativement moins satisfaisante que dans le reste de la zone Euromed ».*

*Source : enquête de satisfaction des clientèles touristiques en France, réalisée par TCI Research en 2018*

### **C. Accessibilité : un cadre réglementaire précis**

Afin qu'aucune personne ne soit exclue et ne se sente défavorisée par une offre inadaptée, **la loi du 11 février 2005** sur « l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées » définit un cadre réglementaire rendant obligatoire la mise aux normes accessibilité, notamment pour les établissements publics. La présente étude portant particulièrement sur les hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie, ces types d'établissements seront au cœur de notre étude.

La loi est claire, tous les exploitants et/ou les propriétaires ont l'obligation de mettre en accessibilité leur(s) bâtiment(s). Dans le cadre bâti, un ensemble de règles sont définies afin de supprimer les éventuels obstacles à l'accessibilité, et ce pour tous les types de handicap (moteur, visuel, auditif et cognitif). L'objectif est que tous les établissements recevant du public (notamment les hôtels et les restaurants) soient accessibles à tous. En fonction de la capacité d'accueil de l'établissement et du patrimoine du gestionnaire d'établissements, les délais pour mettre en œuvre les travaux d'accessibilité sont différents. Certaines contraintes du cadre bâti peuvent empêcher une mise en conformité totale de l'établissement. Dans ce cas, des motifs de dérogations sont prévus par la loi afin de déroger aux règles d'accessibilité. Quatre motifs de dérogations sont possibles :

- **Impossibilité technique** : lorsque les caractéristiques du terrain sont défavorables, lorsque les contraintes sont structurelles ou en raison de difficultés liées à ses caractéristiques ou à la nature des travaux.
- **Préservation du patrimoine architectural** : lorsque le bâtiment est situé dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé ou lorsque les travaux doivent être réalisés à l'extérieur et, le cas échéant, à l'intérieur d'un établissement recevant du public classé au titre des monuments historiques.

<sup>25</sup> Source : Enquête de satisfaction des clientèles touristiques en France, réalisée par TCI Research pour le compte de la Direction Générale des Entreprises (DGE) et le Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères (MEAE) – Mai 2018. Visiteurs ayant des besoins spéciaux = visiteurs déclarant être eux-mêmes (ou une personne voyageant avec eux) en situation de handicap ou avoir des besoins spéciaux pour se déplacer.





- **Disproportion manifeste** entre les améliorations apportées par la mise en œuvre des prescriptions techniques d'accessibilité, d'une part, et leurs coûts, leurs effets sur l'usage du bâtiment et de ses abords ou la viabilité de l'exploitation de l'établissement d'autre part.
- **Refus des copropriétaires de réaliser les travaux d'accessibilité** : Lorsque les copropriétaires d'un bâtiment à usage principal d'habitation existant au 28 septembre 2014 réunis en assemblée générale s'opposent à la réalisation des travaux de mise en accessibilité d'un établissement recevant du public existant ou créé dans ce bâtiment.

La (ou les) dérogation(s) demandée(s) dans le cadre d'un dossier administratif (ex : autorisation de travaux...) peut (peuvent) ne pas être accordée(s) par le Préfet. Dans ce cas, le gestionnaire ou le propriétaire sera dans l'obligation de réaliser les travaux.

Les exigences ne sont pas les mêmes pour un ERP situé dans un bâtiment neuf et un ERP situé dans un cadre bâti existant. Dans le cadre d'établissements neufs, si elle est intégrée dès la phase conception du projet, l'accessibilité ne représente pas de surcoûts. C'est la raison pour laquelle il n'est pas prévu d'adaptations particulières ou de dérogations pour des motifs économiques sur ce type de construction. Pour les établissements existants, la contrainte est toute autre. Le cadre bâti peut parfois être tel qu'il ne permet pas de répondre aux exigences réglementaires prévues pour les ERP neufs sans un investissement disproportionné au regard des objectifs poursuivis. C'est pourquoi, afin de permettre l'accessibilité des services proposés à tous, tout en tenant compte des capacités d'investissement des gestionnaires de l'établissements, plusieurs adaptations et assouplissements ont été rendus possibles pour les ERP existants. C'est par exemple la possibilité de recourir à une rampe amovible pour accéder à l'établissement, la réduction des exigences sur les largeurs de porte ou encore l'application de certaines dispositions uniquement lors de l'installation ou du renouvellement des équipements.

Malgré ce cadre réglementaire, qui est désormais bien connu et dont les dispositions se veulent pragmatiques au regard de l'objectif d'inclusion poursuivi, **le constat est mitigé**. En effet, si la loi prévoyait une mise en accessibilité de l'ensemble des Etablissements Recevant du Public au 1<sup>er</sup> janvier 2015, à l'approche de cette date, force était de constater que l'objectif ne serait pas atteint. C'est pourquoi les Agendas d'Accessibilité Programmée (Ad'AP) ont été introduits dans la réglementation en 2014. Ce dispositif permet à tous les propriétaires ou exploitants responsables d'un établissement recevant du public (ERP) existant et n'ayant pas rempli ses obligations de mise en accessibilité au 1<sup>er</sup> janvier 2015, de repousser la mise en accessibilité de cet établissement à condition de s'engager sur un calendrier de travaux d'une durée déterminée (3, 6 ou 9 ans selon le patrimoine), et en prévoyant des plans de travaux et de financements. Le dépôt des Ad'AP a cessé le 31 mars 2019.

La Délégation Ministérielle à l'Accessibilité (DMA) a dressé un premier bilan en septembre 2018<sup>26</sup> : « *Alors que moins de 50 000 ERP existants s'étaient mis en accessibilité entre 2005 et 2015, plus de 660 000 ERP sont désormais entrés dans le dispositif des Ad'AP [690 000 à la fin de l'année 2018] tandis que 350 000 ERP sont accessibles* ». Mais ce n'est pas encore suffisant car cela représente 35% des ERP existants en France (estimé à 1 million en 2017).

<sup>26</sup> Source : <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/politique-de-l-accessibilite>





## **D. ERP de 5<sup>ème</sup> catégorie : les gestionnaires les plus « frileux » au regard de la réglementation accessibilité**

Il est constaté que les petits établissements de 5<sup>ème</sup> catégorie sont les plus « frileux » pour entrer dans une démarche de mise en accessibilité. La DMA le confirme : « *les gestionnaires d'ERP de 5e catégorie sont très insuffisamment entrés dans le dispositif des Agendas d'accessibilité programmée (Ad'AP)* »<sup>27</sup>. Malgré la mise en ligne de plusieurs documents facilitant les démarches administratives pour ces petites structures (autodiagnostic, Cerfa simplifié destiné aux commerces de proximité et aux professions libérales, modèle type d'attestation, notice d'accessibilité, guides...), cela ne suffit pas à convaincre les gestionnaires ou propriétaires d'entrer dans la démarche.

**L'accessibilité est malheureusement encore trop souvent perçue comme contraignante et onéreuse** pour les gestionnaires et propriétaires d'ERP de 5<sup>ème</sup> catégorie, notamment les hôtels et restaurants. Sans doute par manque d'information, par manque de temps ou par manque d'accompagnement (formalités jugées trop compliquées...), certains exploitants ne prennent pas la peine de se pencher sur le sujet. Dans son dossier de presse de janvier 2018<sup>28</sup>, le Conseil Interministériel du Tourisme (CIT) donne plusieurs facteurs expliquant ce phénomène : « *la mauvaise circulation d'information ou des difficultés d'accès à cette information, un accompagnement institutionnel perçu comme étant trop limité, la méconnaissance probable des dispositifs de dérogations ou d'allègements dont les hôtels de 5<sup>ème</sup> catégorie peuvent bénéficier, ou encore un mauvais chiffrage des travaux à réaliser* ». D'autres établissements au contraire, font modèles d'exemple dans ce domaine. Nous avons pu constater à travers les différents entretiens menés auprès de ces gestionnaires que le fait d'être confronté, de près ou de loin, à la maladie ou au handicap impacte la volonté de rendre accessible son établissement. Ce point sera abordé dans le chapitre II de la présente étude.

Une autre problématique peut être relevée dans la crainte ressentie par certains exploitants quant à la mise en accessibilité de leur établissement : celle de **considérer le handicap moteur comme seul handicap**. Cette **vision trop limitée** qu'ont certains gestionnaires d'hôtels et restaurants notamment, les conduit à penser que l'accessibilité se résume à des gros travaux d'aménagement de leur structure et donc à des coûts pharaoniques qu'ils ne pourront supporter. Les autres types de handicap (visuel, auditif et cognitif) sont également à prendre en compte. Pour permettre l'accessibilité des personnes touchées par ces autres types de handicap, très souvent, des « petits » aménagements ou la pose d'équipements suffisent (exemple : lumière, contraste de couleurs, signalétique, pose de barres d'appui...) pour supprimer certains obstacles et améliorer de surcroît le confort et la qualité d'usage pour tous.

Suite à ce constat du manque d'implication de la part des gestionnaires d'ERP de 5<sup>ème</sup> catégorie, en 2018, la Délégation Ministérielle à l'Accessibilité a renouvelé l'annonce faite en 2013 par le Comité Interministériel du Handicap sur la mise en place des « **Ambassadeurs de l'Accessibilité** »<sup>29</sup> représentés par des jeunes volontaires dans le cadre du service civique. Ces personnes seront sur le terrain et aideront les gestionnaires et propriétaires des petits établissements de 5<sup>ème</sup> catégorie dans la mise en accessibilité de leur établissement. Ce dispositif est prévu dans les villes de plus de 10 000 habitants. A titre d'exemple, sur le site Internet du service civique (<https://www.service-civique.gouv.fr>), l'offre de mission concernant la ville de Chartres<sup>30</sup> est la suivante :

<sup>27</sup> Source : <http://www.maire-info.com/accessibilite/le-gouvernement-va-deployer-un-reseau-dambassadeurs-pour-doubler-le-nombre-derp-de-5e-categorie-accessibles-la-fin-de-lannee-article-21997>

<sup>28</sup> Source : Dossier de presse CIT – 19 janvier 2018

<sup>29</sup> Source : <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/politique-de-l-accessibilite>

<sup>30</sup> Source : <https://www.service-civique.gouv.fr/missions/ambassadeurs-de-laccessibilite-1>





« Les deux ambassadeurs de l'accessibilité, organisés en binôme, seront chargés de sensibiliser et d'accompagner les gestionnaires des petits établissements recevant du public (ERP) dans les démarches de mise en accessibilité de leurs commerces ou de leurs cabinets (professions libérales).

Leur action consistera, de manière autonome, à arpenter les rues de Chartres, visiter chaque ERP et délivrer une information personnalisée au gestionnaire.

Les objectifs de la mission seront les suivants :

- Veiller à démystifier l'accessibilité ;
- Faire connaître les dérogations possibles ;
- Faire connaître les aides possibles ;
- Faire connaître la nouvelle obligation de registre d'accessibilité
- Faire connaître les comportements adaptés pour accueillir les clients et usagers handicapés ».

L'objectif du Gouvernement est d'augmenter de façon conséquente et à moyen terme, le nombre de ces établissements de 5<sup>ème</sup> catégorie accessibles.

A ce jour, le dispositif est loin d'atteindre les résultats escomptés. En effet, sur 1000 ambassadeurs annoncés en 2013, seule la ville de Chartres a recruté deux ambassadrices, en poste depuis le 1er juin 2019. Cette situation montre les limites d'un tel dispositif lié au volontariat.

Le Conseil Interministériel du Tourisme évoque dans son dossier de presse en janvier 2018 qu'un accompagnement est plus que nécessaire pour les établissements de 5<sup>ème</sup> catégorie qui ont des difficultés pour réaliser la mise en accessibilité de leur établissement. Il relance donc l'idée du déploiement des « Ambassadeurs de l'Accessibilité ». « Les équipements touristiques et en particulier les petits hôtels se verront proposer des accompagnements spécifiques »<sup>31</sup>.

Afin que les normes ne soient pas considérées uniquement sous l'angle de la contrainte par les gestionnaires et propriétaires d'ERP de 5<sup>ème</sup> catégorie notamment, cette étude vise à mettre en évidence que des travaux liés à l'accessibilité d'un lieu vont avoir un effet positif sur l'amélioration du confort d'usage<sup>32</sup> pour tous mais également sur l'image de l'établissement. La prise en compte du confort d'usage consiste à penser et à concevoir à partir des techniques et des normes mais aussi à partir des besoins de l'utilisateur. Par exemple, la création d'une rampe d'accès servira à la fois à une personne en fauteuil roulant, mais également à une personne avec poussette. Ces travaux pourront permettre aussi d'augmenter le nombre de clients, d'améliorer le chiffre d'affaires de l'établissement et de fidéliser davantage la clientèle.

<sup>31</sup> Source : Dossier de presse CIT – 19 janvier 2018

<sup>32</sup> Confort d'usage : Capacité d'un lieu à répondre aux besoins et attentes des usagers et utilisateurs. Ainsi, la prise en compte du confort d'usage consiste à penser et à concevoir à partir des techniques et des normes mais aussi à partir des besoins de l'utilisateur. Par exemple, la création d'une rampe d'accès servira à la fois à une personne en fauteuil roulant, mais également à une personne avec poussette







## E. Les marques nationales du tourisme au service de l'accueil de tous et de l'accessibilité

En plus de revêtir une dimension sociale et sociétale, la mise aux normes accessibilité peut être un atout majeur en termes économiques pour le professionnel de tourisme qui adapte finalement son bâtiment à une clientèle prometteuse et de plus en plus nombreuse : les personnes ayant des besoins spécifiques.

Atout France a mené une étude de marché en 2009 intitulée « Adapter l'offre touristique aux handicaps »<sup>33</sup>. L'identification des clés de réussite pour développer et promouvoir une offre touristique adaptée à tous est l'un des objectifs énoncés. Cette étude montre que cette « *clientèle est plutôt fidèle dès qu'elle accède à des équipements adaptés* ».

Afin de pousser les professionnels du tourisme à entrer dans une démarche de mise en accessibilité de leur établissement, **l'Etat a lancé 3 marques d'Etat**<sup>34</sup>, portées par le DGE. *En annexe 3, ces marques sont présentées de manière plus détaillée.*

Ces trois marques d'Etat sont destinées à valoriser les professionnels et les territoires qui s'engagent pour la qualité de l'accueil et des prestations à destination de tous. L'objectif de ces marques est de permettre de valoriser un site, un établissement ou un territoire et donc de le démarquer de la concurrence par rapport au secteur touristique local.

Il s'agit là d'identifier des établissements ou territoires accessibles afin d'apporter une sécurité pour les clients en situation de handicap et avec des besoins spécifiques pour leur départ en vacances. C'est un gage de garantie pour cette clientèle qui se trouve très fréquemment confrontée à des problématiques d'accès. La démarche est volontaire de la part des établissements ou territoires, les efforts engagés en matière d'accessibilité sont récompensés par ces marques qui promeuvent un tourisme accessible à tous :



- « **Qualité Tourisme™** » : Cette marque d'Etat a été mise en place en 2005 et est attribuée aux professionnels du tourisme pour valoriser la qualité de leur accueil et de leur service. La marque a été créée afin de mieux recevoir les clientèles, améliorer la qualité des prestations touristiques en France et fédérer sous un même symbole les démarches qualité engagées par les professionnels du tourisme. Environ 5000 établissements détiennent la marque Qualité Tourisme™ en 2019. Cette distinction est valable 5 ans, renouvelable.



Livret DGE 2018 – Livret sur les marques nationales du tourisme

<sup>33</sup> Source : Etude de marché Atout France « Adapter l'offre touristique aux handicaps » - 2009

<sup>34</sup> Source : Livret de la DGE sur les marques nationales du tourisme - 2018





- « **Tourisme & Handicap** » : Cette marque d'Etat, créée en 2001, est attribuée aux professionnels du tourisme qui s'engagent dans une démarche d'accessibilité aux loisirs et aux vacances pour tous et particulièrement pour les personnes en situation de handicap. Cette marque valorise un site (ex : hôtel, restaurant, office du tourisme ou tout autre prestataire touristique) qui développe une offre touristique adaptée aux personnes handicapées et leur apporte une information fiable. En 2019, un peu plus de 5000 établissements ont la marque Tourisme & Handicap. Cette distinction est valable 5 ans, renouvelable.

La DGE a notamment intégré, dans les nouveaux flyers Tourisme & Handicap, la notion de handicap invisible :



Source : <https://www.entreprises.gouv.fr/tourisme-handicap>

- « **Destination pour Tous** » : Cette marque d'Etat, lancée en 2013, valorise les 2 autres marques « Tourisme & Handicap » et « Qualité Tourisme ». Elle valorise une destination touristique développant une politique d'accessibilité universelle volontariste (accès à tout pour tous). Dans la continuité de la marque « Tourisme & Handicap », « Destination pour tous » valorise non plus un site touristique mais un territoire garantissant l'accessibilité sur toute la chaîne de déplacement. Trois villes sont actuellement « Destination Pour Tous » : Bordeaux, Amiens et Balaruc-les-Bains. Plusieurs autres villes en France sont intéressées pour entrer dans cette démarche, qui a connu une évolution depuis sa création (dispositif simplifié, accompagnement ministériel renforcé et attribution de la marque par niveau (bronze, argent et or)). Cette distinction est valable 5 ans, renouvelable. La ville d'Amiens est la première « Destination Pour Tous – Or » depuis le 10 juillet 2019. L'accompagnement des Ministères dans la démarche « Destination Pour Tous » est très apprécié par les collectivités (Amiens, Dunkerque, Grand Dax...) qui, à cet égard, regrettent le manque d'accompagnement pour les dispositifs (prix...) d'autres ministères.





Nous aborderons dans le chapitre II les impacts des marques nationales du tourisme sur les retombées économiques des établissements et territoires labellisés.

Ces marques contribuent à développer un tourisme inclusif et adapté à tous. Le Centre du Commerce International (ITC) définit le tourisme inclusif comme « *une approche du développement du tourisme qui encourage la création de liens et les contacts entre les différents acteurs de l'industrie touristique tout en instaurant des partenariats avec et entre les acteurs privés, en stimulant l'économie locale et en favorisant l'intégration des femmes et la participation des communautés locales afin de mieux comprendre leurs besoins et leurs attentes. Il privilégie la viabilité en tenant compte des facteurs économiques, sociaux et environnementaux* »<sup>35</sup>.

En allant plus loin que cette définition, on peut dire que le tourisme inclusif vise toutes les personnes ayant des besoins spécifiques. La marque Destination pour Tous « *ambitionne de développer et de promouvoir le tourisme inclusif, c'est-à-dire des destinations incluant les personnes handicapées, les personnes à mobilité réduite, en situation de handicap temporaire (personnes accidentées...) ou ponctuellement gênées dans leurs déplacements (familles avec poussettes, personnes âgées...)* »<sup>36</sup>.

Le tourisme inclusif se veut générateur de liens et le gouvernement souhaite développer et renforcer cette forme de tourisme en France. Ainsi, les « **territoires 100% inclusifs** » sont créés dans le but « *d'améliorer la participation et la coordination de tous les acteurs engagés dans le parcours de vie d'une personne handicapée – école, entreprise, loisirs... – pour lutter contre les ruptures de parcours* »<sup>37</sup>. Aujourd'hui, trois territoires sont engagés dans la démarche (territoires pilotes en expérimentation) :

- Le Territoire de Belfort (depuis 2018)
- Le Département de la Manche (depuis 2018)
- Le Département de la Gironde (depuis 2019)

Sophie Cluzel, Secrétaire d'Etat auprès du Premier ministre Chargée des Personnes handicapées, explique l'ambition de la démarche : « *Je compte sur ces territoires pour être un incubateur de cette démarche et un accélérateur de bonnes pratiques, que nous pourrons ensuite généraliser sur l'ensemble du territoire français* »<sup>38</sup>.

## **F. La mise en accessibilité : une opportunité pour attirer une clientèle « prometteuse »**

La vocation première des professionnels du tourisme est de pouvoir accueillir tous les touristes, quels que soient leurs besoins. Les touristes en situation de handicap ou avec des besoins spécifiques ne souhaitent qu'une seule chose durant leurs vacances : pouvoir profiter pleinement de leur séjour, comme tout un chacun. Il y a un intérêt commun à ce que les entraves à l'accessibilité disparaissent. Le tourisme se veut être inclusif et la perspective des grands événements qui auront lieu en France en 2023 et 2024 (Coupe du Monde de Rugby et Jeux Olympiques et Paralympiques) est une occasion idéale pour parfaire et mener à terme ce projet d'une France accessible à tous.

<sup>35</sup> Source : <http://www.intracen.org/itc/secteurs/tourisme/>

<sup>36</sup> Source : « Guide méthodologique d'accompagnement des territoires dans la démarche de labellisation Destination pour Tous » - DGE – Mai 2015

<sup>37</sup> Source : Présentation de la démarche "Territoires 100% inclusifs" - <https://handicap.gouv.fr/grands-dossiers/territoires-100-inclusifs/>

<sup>38</sup> Source : <https://www.hauts-de-france.ars.sante.fr/le-nord-departement-100-inclusif-pour-les-personnes-en-situation-de-handicap>





L'accessibilité est une question centrale, elle participe au mieux-être de tous : habitants des territoires et touristes.

En plus d'être une obligation légale et sociétale, **l'accessibilité favorise l'accueil et améliore le confort d'usage pour tous les clients.** Pour les restaurateurs et hôteliers, l'objectif est de diversifier la clientèle, mais aussi de la fidéliser (cf. TCI Research – enquête de compétitivité TRAVELSAT (2014) : « La clientèle ayant des besoins spécifiques s'avère plus fidèle que la moyenne ») et d'accroître le nombre de clients. Tout l'enjeu de cette étude est de démontrer que les retombées économiques de la mise en accessibilité des établissements de restauration et d'hôtellerie, même si elles sont difficiles à évaluer, peuvent être positives à bien des égards et que la société de demain bénéficiera de tous ces progrès.

Au vu de l'évolution de la démographie et du vieillissement de la population, il est certain qu'il ne s'agit pas d'un marché de « niche », comme cela est trop souvent qualifié, mais bel et bien d'un marché en pleine croissance. Les efforts d'aujourd'hui qui sont faits en matière d'accessibilité permettent à la fois d'élargir la clientèle aux personnes ayant des besoins spécifiques et d'augmenter les retours sur investissements.

La grande problématique qui ressort des recherches et entretiens menés dans le cadre de cette étude repose sur une mauvaise perception de la mise en accessibilité des établissements. Outre l'aspect contraignant des travaux, l'accessibilité est considérée comme profitant prioritairement aux personnes en situation de handicap, surtout celles atteintes d'un handicap moteur. Or, une vision plus élargie mais aussi plus réaliste permet d'envisager un nombre de bénéficiaires beaucoup plus étendu.

Ainsi, des travaux permettant l'accès à une personne en fauteuil roulant (ex : rampe d'accès, mise en place d'un ascenseur....) vont forcément faciliter par la même occasion l'accès à un parent avec poussette ou à un touriste avec des bagages volumineux. La pose de mains courantes sur les escaliers permettra à la fois à une personne malvoyante ou non voyante de se repérer et à une personne âgée ou ayant des difficultés de marche de se tenir et de s'aider à monter les marches. Autre exemple : l'éclairage renforcé ou la pose de signalétique le long du parcours apporteront du confort d'usage pour tous les clients. La pose d'un ascenseur permettra à une personne en fauteuil roulant d'accéder aux étages et facilitera les accès aux personnes avec des bagages...Ce sont autant de cas qui démontrent que des travaux d'aménagement ou d'équipements peuvent satisfaire non pas un, mais des publics différents. Il faut changer la manière dont on perçoit le handicap et considérer ce type de public au sens large, en y intégrant toutes les personnes ayant des besoins spécifiques tels que les seniors et tous ceux qui peuvent connaître un jour des situations de handicap temporaire (ex : accident domestique, sportif...).





D'ailleurs, comme le souligne le témoignage de Xavier Berthet (Handigo Consultants) dans une étude réalisée par Rhône-Alpes Tourisme en octobre 2011 « Tourisme et handicap – Etat des lieux et perspectives »<sup>39</sup>, « depuis que l'accessibilité améliore la qualité de vie, les façons de voyager ont évolué : valises à roulettes, recours à Internet, équipement en audioguides, visioguides. Tout le monde tire aujourd'hui partie des travaux d'accessibilité. Quand on pense que même la télécommande a été conçue pour les besoins des personnes handicapées, on comprend mieux en quoi les attentes particulières des plus vulnérables accroissent le confort général de toute une population ».

« Les réponses du tourisme inclusif pour les personnes en situation de handicap pouvant également servir les intérêts d'un tourisme senior, d'un tourisme durable, d'un tourisme plus solidaire »<sup>40</sup> rappelle Mai-Anh NGO dans son article sur les opportunités offertes par le tourisme adapté en octobre 2018. « Le tourisme adapté représente une véritable opportunité, et non pas seulement une contrainte, pour un développement encore plus important de ce domaine d'activité ».

De plus, la mise en accessibilité des établissements contribue à « produire des destinations attractives pour tous, à même de prendre en compte les besoins spécifiques de chacun et de ce fait concurrentielles par rapport aux autres destinations internationales »<sup>41</sup>

En 2018, Marina Diotallevi de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) a indiqué, lors du 2<sup>ème</sup> Sommet mondial du tourisme accessible qui s'est déroulé à Bruxelles, que : « Le tourisme a un rôle essentiel à jouer pour faire avancer les droits des personnes ayant un handicap. Nous sommes réunis aujourd'hui pour démontrer que l'accessibilité universelle bénéficie à tous ». Les organisateurs ont expliqué à cette occasion que « le potentiel de visiteurs concernés par des destinations accessibles représente environ 35 % de la population mondiale : personnes en situation de handicap, seniors, familles avec enfants en bas-âge, femmes enceintes, personnes avec un plâtre... »<sup>42</sup>

En 1999 déjà, le rapport portant sur le tourisme, le handicap et l'accueil des touristes handicapés soulignait « qu'il s'agit en tout état de cause d'un marché potentiel largement inexploité, qui, au-delà même de toute considération sociale et morale, mériterait tant du point de vue stratégique que du point de vue commercial, d'être sérieusement abordé »<sup>43</sup>.

Les **comportements touristiques des personnes avec des besoins spécifiques** peuvent avoir un impact non négligeable sur les retombées économiques d'un établissement. L'enquête Travelsat de 2014 (TCI Research) sur la fidélisation de la clientèle en situation de handicap selon la qualité de l'expérience vécue, montre que les personnes en situation de handicap, lorsqu'elles sont satisfaites d'un séjour, sont plus nombreuses à vouloir revenir, avec des intentions de revisite de 78%, contre une moyenne de 67%. Les enjeux économiques sont potentiellement énormes si les professionnels du tourisme

« Le tourisme adapté représente une véritable opportunité, et non pas seulement une contrainte, pour un développement encore plus important de ce domaine d'activité ».

Mai-Anh NGO - Article sur les opportunités offertes par le tourisme adapté en octobre 2018

<sup>39</sup> Source : Etude « Tourisme et handicap – Etat des lieux et perspectives » - Octobre 2011 – Rhône-Alpes Tourisme

<sup>40</sup> Source : <https://at06.eu/les-opportunités-offertes-par-le-tourisme-adapté-l'exemple-du-tourisme-accessible-aux-personnes-en-situation-de-handicap/> - Mai-Anh NGO – Octobre 2018

<sup>41</sup> Source : L'Ad'ap, une opportunité pour améliorer le confort d'usage pour tous et valoriser votre offre touristique – Guide à destination des gestionnaires d'hôtels et restaurants classés ERP 5<sup>ème</sup> catégorie pour constituer au mieux leur demande d'approbation d'Ad'AP et renseigner le formulaire Cerfa – Editions ATOUT FRANCE

<sup>42</sup> Source : <https://aides-techniques.handicap.fr/>

<sup>43</sup> Source : « Tourisme et Handicap, l'offre touristique » 1999, Rapport de synthèse du groupe de travail sur l'accueil des touristes handicapés.





envisagent la mise en accessibilité comme un investissement rentable sur le long terme. Encore faut-il les convaincre de cette opportunité...

Car comme l'indique ATOUT FRANCE dans son rapport intitulé « *Adapter l'offre touristique aux handicaps* » en 2009, « *les professionnels éprouvent des difficultés à considérer les personnes en situation de handicap comme une cible potentielle* »<sup>44</sup>. Cette étude n'a malheureusement pas été actualisée mais tout l'enjeu maintenant est de changer les esprits et de les amener à percevoir l'accessibilité d'une manière beaucoup plus large. Ainsi, au travers d'exemples de bonnes pratiques, on peut concilier obligation réglementaire et retour sur investissement.

Deux grands événements majeurs vont prochainement se dérouler en France : la Coupe du Monde de Rugby en 2023 et les Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024. Des millions de touristes du monde entier sont attendus. Les retombées économiques qui vont découler de ces deux manifestations sportives vont être considérables et peuvent être davantage optimisées.

Les quelques années qui nous séparent de ces événements doivent servir notamment à développer l'accessibilité des lieux touristiques mais également des structures d'hébergement et de restauration, et faire en sorte que la destination France devienne un modèle d'universalité et d'inclusion. Il s'agit là de **belles opportunités pour faire progresser l'accessibilité universelle** et améliorer l'accueil de tous les publics, quels que soient leurs besoins.

Les échanges avec les hôteliers et les restaurateurs gestionnaires d'ERP de 5<sup>ème</sup> catégorie ont fait ressortir la nécessité de proposer des « solutions pragmatiques ». Ces solutions sont présentées dans le tome 2 intitulé « Recommandations opérationnelles », utilisable de manière autonome.

---

<sup>44</sup> Source : Adapter l'offre touristique aux handicaps – Etude de marché : la population des personnes en situation de handicap et l'offre touristique française - Atout France - 2009







Afin d'apprécier et d'objectiver les opportunités offertes par une clientèle à besoins spécifiques pour les professionnels du tourisme que sont les hôteliers et restaurateurs gestionnaires d'Établissement Recevant du Public (ERP) de 5<sup>ème</sup> catégorie, il convient de faire une analyse de l'offre touristique en France pour les personnes ayant des besoins spécifiques. Pour cela, nous avons interrogé, dans le cadre de l'étude, plusieurs acteurs qui proposent une offre adaptée pour ces touristes.

Christian Gélis, Président de l'UMIH<sup>45</sup> des Hautes-Pyrénées, a rappelé tout l'enjeu d'une offre accessible, dans son article intitulé « *L'accessibilité universelle : un levier majeur du rebond économique des sociétés modernes ?* » datant d'août 2018: « *Si le paramètre majeur de développement des économies modernes dites de marché reste bien encore le niveau de consommation, l'adaptation de l'offre à la demande constitue la préoccupation centrale de tout écosystème et l'accessibilité de l'offre devient un enjeu fondamental quand elle entre dans le processus de détermination d'achat de plus d'un consommateur potentiel sur trois et que le taux de renoncement identifié pour ce motif est de l'ordre de 20% »<sup>46</sup>.*

Nous avons pris contact à la fois, avec des villes et des territoires qui se démarquent dans le domaine de l'accessibilité, mais aussi avec des gestionnaires d'hôtels et de restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie (petits établissements recevant moins de 100 personnes) qui sont entrés dans une démarche de mise en accessibilité de leur établissement. Ce chapitre a pour vocation de montrer des bonnes pratiques qui ont été mises en place, les retombées économiques qui peuvent en découler et le rôle fondamental de la communication. Cette analyse qualitative permet également de mettre en évidence certains échecs dans cette volonté de rendre les lieux touristiques accessibles à tous.

*En annexe 4, la méthodologie employée par ACCESMETRIE est présentée de manière plus détaillée.*

## **A. L'analyse de l'offre : les acteurs**

### *1. Les villes et territoires*

Afin d'avoir une vision d'ensemble des collectivités qui ont mis l'accessibilité au cœur de leur politique locale et qui proposent une offre touristique accessible à tous, des entretiens ont été réalisés avec quatre types de villes et territoires.

#### **▪ Les villes réputées accessibles selon des classements spécifiques**

Malgré l'obligation réglementaire de rendre les ERP accessibles à tous, on constate que certaines villes et certains territoires sont beaucoup plus impliqués que d'autres dans le domaine de l'accessibilité, sachant que la mise en accessibilité dépend considérablement de la volonté politique des élus.

Le tourisme étant très important pour le dynamisme et l'attractivité d'un territoire, certaines collectivités ont bien compris que ce secteur pouvait être une opportunité de développement de leur territoire et un levier de croissance indéniable. Le terme « tourisme » englobe l'accueil de toutes les personnes quels que soient leurs besoins spécifiques. A ce titre, l'accessibilité est, à plus d'un titre, un enjeu de société qui ne peut être ignoré par la sphère politique. La prise en compte des besoins spécifiques des personnes est primordiale. Les acteurs locaux doivent se mobiliser et se coordonner pour faire en sorte que l'accessibilité rentre dans le champ des politiques locales et devienne une des actions à prioriser.

<sup>45</sup> UMIH : Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie

<sup>46</sup> Source : « L'accessibilité universelle : un levier majeur du rebond économique des sociétés modernes ? » - Août 2018 - Christian Gélis, Président de l'UMIH des Hautes-Pyrénées







Plusieurs villes de France se sont engagées dans une démarche d'accessibilité et ont été récompensées pour leurs actions. Ainsi, les villes de **Caen, Grenoble, Lyon, Nantes, Rochefort Océan**, mais aussi le **Territoire de Belfort** font figures d'exemples en matière d'accessibilité et ont été honorés d'un ou plusieurs honneurs et/ ou titres récompensant des villes accessibles :

- Le baromètre APF de l'Accessibilité (APF – Association des Paralysés de France)
- Le prix Access City Award
- Le concours EDEN « European Destinations of Excellence »
- Les Sésames de l'Accessibilité Positive
- Les Trophées de l'APAJH (Association Pour Adultes et Jeunes Handicapés)
- Les Trophées du Tourisme Accessible (sites labellisés Tourisme & Handicap) : DGE en liaison avec ATH et l'ANCV)
- Le prix « Patrimoines Pour Tous » (Ministère de la Culture)

Ces titres récompensent les efforts fournis par les villes dans la mise en œuvre de l'accessibilité et leur volonté d'améliorer l'accessibilité et le confort d'usage pour tous.

*Ces classements sont présentés de manière plus précise en annexe 5.*

Nous avons pu nous entretenir avec des élus et/ou personnel administratif de ces villes afin qu'ils nous expliquent pourquoi elles ont placé l'accessibilité au cœur de leurs actions et en quoi cela a été bénéfique pour elles d'un point de vue économique et touristique. Nous avons voulu savoir également quels sont les modes de communication que ces communes emploient pour que leur territoire, réputé accessible, soit connu de tous.

#### ▪ **Les villes hôtes de la Coupe du Monde de Rugby 2023 et des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024**

La France accueillera, en 2023, la Coupe du Monde de Rugby à XV et, en 2024, la XXVIII<sup>ème</sup> Olympiade de l'ère moderne ainsi que les Jeux Paralympiques avec des épreuves sportives qui seront organisées notamment à **Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Nantes, Nice, Paris et Saint-Etienne**.

Dans le rapport d'étude sur « *la mesure de l'impact économique d'un événement touristique* »<sup>47</sup>, paru en avril 2012, il est souligné que « *bon nombre d'événements touristiques, qu'ils soient culturels, sportifs ou récréatifs, contribuent au développement économique des territoires sur lesquels ils sont organisés* ». Ce rapport décrit les différents types d'impacts économiques qu'un événement peut avoir sur le territoire dans lequel il se déroule. « *La présence d'un événement sur un territoire peut avoir des conséquences (positives ou négatives) à de multiples niveaux. [...] Les impacts économiques [...] sont généralement connotés positivement* ».

Les impacts découlant de l'organisation d'un grand événement sportif portent sur plusieurs aspects<sup>48</sup> :

- sociétaux : développement de la pratique sportive, répercussion sur la santé, renforcement de la citoyenneté... ;
- économiques : construction d'infrastructures, fréquentation touristique... ;
- environnementaux : projets innovants dans une stratégie de développement durable ;
- médiatiques : renforcement de l'image positive de la France.

<sup>47</sup> Source : Rapport d'étude « la mesure de l'impact économique d'un événement touristique » - Avril 2012 – Sous-direction de la Prospective des Etudes Economiques et de l'Evaluation (P3E) - DGCIS

<sup>48</sup> Source : <https://www.gouvernement.fr/action/gesi-l-art-des-rencontres-sportives>





Les villes hôtes ont donc tout intérêt à faire en sorte que les événements organisés en France en 2023 et en 2024 soient un succès et que l'accueil de tous les touristes sans exception soit adapté et inclusif.

La présente étude a pour objectif de démontrer que la mise en accessibilité est une obligation pour réussir les rendez-vous de 2023 et 2024 mais également qu'elle peut être une opportunité pour attirer une nouvelle clientèle « prometteuse » à l'occasion de ces événements.

Dans son rapport « 21 mesures pour optimiser les retombées touristiques des grands événements sportifs organisés en France »<sup>49</sup>, demandé par le Premier Ministre Edouard Philippe en 2018, le Député Benjamin DIRX met en avant 11 axes dans lesquels découlent 21 mesures. L'axe n° 5 est de renforcer l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap. Ainsi, la mesure n°8 du rapport, en lien avec cet axe, est de faire des Grands Événements Sportifs Internationaux (GESI) des accélérateurs d'accessibilité pour ce public.

Il est indiqué que « la meilleure accessibilité des destinations françaises, et notamment de Paris, devra être un des héritages indispensables de l'organisation des GESI, et plus particulièrement des JOP [NDLR : Jeux Olympiques et Paralympique] ». Trois actions sont préconisées dans le rapport de Benjamin DIRX :

- 1 - Faire des quartiers accueillant les épreuves sportives des grands événements, des quartiers labellisés « Destination pour tous » et notamment les quartiers majeurs des épreuves sportives des JOP (ainsi que les principaux lieux de passage et de résidence des sportifs et touristes).
- 2 – Renforcer l'information des personnes en situation de handicap et des personnes âgées sur les lieux accessibles et labellisés (commerces, musées, transports) en créant un guichet unique d'information en ligne, qui informera également en temps réel sur la maintenance des équipements (fonctionnement des ascenseurs notamment).
- 3 – Former des volontaires dédiés à l'accueil des personnes en situation de handicap et à mobilité réduite

Les villes hôtes des événements de 2023 et 2024 sont sollicitées pour candidater à la marque « Destination pour tous » par les deux ministères en charge de cette marque, afin qu'elles entreprennent des démarches liées à la mise en accessibilité de leur territoire bien en amont des événements à venir.

La France a l'habitude d'accueillir des grands événements internationaux. « Entre 2015 et 2018, pas moins de 12 championnats du monde et 13 championnats d'Europe se sont déroulés sur le territoire. A partir de Juin 2019, la France sera également le pays hôte de la coupe du monde de football féminin, sans oublier les rendez-vous sportifs récurrents comme Roland-Garros ou le Tour de France. [...] Le Gouvernement se mobilise pour faire de ces grands événements sportifs internationaux des vitrines de l'excellence française<sup>50</sup> ». Mais la France doit aussi s'inscrire dans une **démarche de progrès** dans le domaine de l'accessibilité des lieux touristiques afin que ceux-ci soient adaptés à tous, dans un contexte de forte affluence.

Nous avons rencontrés des représentants des villes hôtes de la Coupe du Monde de Rugby de 2023 et des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 afin de savoir comment ces villes appréhendent ces

<sup>49</sup> Source : Rapport « 21 mesures pour optimiser les retombées touristiques des grands événements sportifs organisés en France » - Rapport remis au Premier Ministre le 19 Juillet 2018 – Mission conduite par Benjamin DIRX, Patrick DOUSSOT, Laurent QUEIGE et Pascale ROQUE.

<sup>50</sup> Source : <https://www.gouvernement.fr/action/gesi-l-art-des-rencontres-sportives>





manifestations d'envergure qui vont attirer des millions de touristes français et du monde entier. Les entretiens menés vont permettre de savoir également si des aménagements particuliers vont être mis en place à l'occasion de ces événements et si l'accueil des personnes dont la mobilité est réduite va être pris en charge de manière spécifique lors de ces manifestations. Quelles sont les leçons que ces villes hôtes ont su tirer des événements passés ? Les mesures proposées dans le rapport de Benjamin DIRX seront-elles source d'inspiration pour ces villes ?

▪ **Les villes « Destination pour tous » ou intéressées par la marque d'Etat « Destination pour tous »**

« Destination pour tous » (DPT) est une marque d'excellence qui valorise une destination touristique permettant un séjour prolongé inclusif pour tous en tenant compte de toutes les situations de handicap et les besoins spécifiques de chacun. *La marque est également détaillée en annexe 3 de l'étude.* Aujourd'hui, trois villes détiennent la marque « Destination pour tous » : **Bordeaux, Amiens et Balaruc-les-Bains**. Amiens est, depuis le 10 juillet 2019, « Destination Pour Tous – Or », soit bien avant la fin des 5 années de labellisation. Le territoire indique que la « dynamique » et le changement de paradigme des acteurs, publics et privés, relativement à l'accessibilité (passage d'un travail en « silo » à une démarche transverse) lui ont permis de rebondir et de devenir la 1<sup>ère</sup> « Destination pour tous Or » juste deux ans après la première labellisation.

Plusieurs autres villes et territoires français s'engagent dans la démarche ou sont intéressés pour entrer dans cette démarche d'obtention de la marque « Destination pour tous ». Les territoires engagés à ce jour sont Colombiers-Lespignan, Maugio-Carnon, le Grand Dax, Dunkerque, Toulouse et Nîmes. Les territoires intéressés sont Orléans, Strasbourg, Nice, Saint-Brieuc, le mont Saint-Michel,...

Nous l'avons indiqué dans le paragraphe précédent, les villes hôtes de la Coupe du Monde de Rugby 2023 et des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 sont approchées par les services qui gèrent la marque « Destination pour tous » afin qu'elles entrent dans cette démarche en vue des prochains grands événements sportifs.

Nous avons mené des entretiens à la fois avec des représentants des villes détenant la marque mais également avec les villes/territoires souhaitant devenir « Destination pour tous ». Ici aussi, les retombées économiques de la détention de la marque ont été évoquées avec les personnes interrogées. De même, les modes de communication pour promouvoir les territoires labellisés ont été abordés. Pour les collectivités intéressées, il paraissait également judicieux de savoir ce qui les a incitées à entrer dans une telle démarche. Dans le cadre de l'étude, nous avons voulu connaître également les motivations et les stratégies de chacun.

▪ **Les cas internationaux – Bonnes pratiques à l'étranger**

Afin de mieux cerner le cas de la France et ses particularités, l'étude s'est également basée sur le témoignage de villes internationales, réputées exemplaires en matière d'accessibilité de leur territoire. Leurs bonnes pratiques peuvent tout à fait être source d'inspiration pour la France et servir de modèles en adaptant ces pratiques à la culture française.





Ainsi, nous avons pu nous entretenir avec le chef des transports pour les Jeux Olympiques de **Londres** en 2012. Londres est considérée comme la ville hôte des Jeux Olympiques la plus accessible de toutes. Certes, la « loi sur les maladies chroniques et les personnes handicapées » date de 1970 et est très présente dans l'esprit des britanniques, mais la ville a entrepris, avant l'évènement, des travaux de grande ampleur pour offrir une accessibilité à tous. Il serait intéressant de s'inspirer des bonnes pratiques de la capitale du Royaume Uni, car les avis sont unanimes : Londres a réussi en 2012 son pari de l'accessibilité. Avec l'aménagement du village olympique pour les personnes à mobilité réduite (PMR), l'ouverture d'un centre de réparation de fauteuils roulants, le changement des éclairages, l'amélioration des sièges, l'équipement des bus (bus à étage modernes avec système de plancher surbaissé), des taxis, des stations de métro et des hôtels, le réaménagement des bâtiments publics<sup>51</sup>, et beaucoup d'autres travaux de mise en accessibilité, Londres fait figure d'exemple en termes d'accueil des personnes ayant des besoins spécifiques.

*« La Grande-Bretagne a un exemple formidable à nous montrer ». "Une des raisons pour lesquelles Londres a remporté l'organisation des Jeux, c'est parce que le dossier londonien avait posé au premier plan la question de l'accessibilité des infrastructures aux personnes souffrant de handicap".*

Edouard Braine, consul de France à Londres en 2012 - Interview pour le journal « La Vie » par Marie Dagman, publié le 28/08/2012 - <http://www.lavie.fr/>

Autre cas hors des frontières françaises, la municipalité de **Victoriaville** au Québec qui est, depuis 2017, la première « Destination pour tous » au Québec. Cette certification atteste que la Ville de Victoriaville propose une offre touristique accessible, sécuritaire, variée et de qualité aux personnes ayant des incapacités (au sens large). « Destination pour tous » est une certification développée par Kéroul. Cette marque s'est largement inspirée de la marque française du même nom, mais il a fallu l'adapter à la réalité du Québec. Victoriaville possède aujourd'hui trois étoiles sur les cinq que propose la marque. La notion de progrès et d'évolution est fondamentale. La culture de concertation avec les associations est très forte à Victoriaville. Le milieu associatif (environ 70 associations) et la municipalité travaillent en étroite collaboration depuis des années. Avant même la classification « Destination pour tous », Victoriaville a créé son propre label local d'accessibilité : le Sceau « Victoriaville Ville inclusive ». Cette reconnaissance vise à souligner les efforts réalisés par une entreprise ou une organisation afin d'optimiser l'accessibilité à ses services aux personnes en situation de handicap. Nous avons pu prendre contact avec la responsable à l'accessibilité universelle de Victoriaville, qui travaille à temps plein sur les questions de l'accessibilité dans sa municipalité.

*« Le concept de la « ville inclusive » se définit comme la capacité d'une ville à intégrer et respecter les droits et devoirs de chacun dans l'environnement urbain et à offrir des modes de vie équitables pour tous, une égalité des droits et des chances en considérant les enjeux climatiques, environnementaux et sociaux [...] La ville inclusive est une ville dans laquelle aucune catégorie d'habitants n'est exclue du développement urbain. Elle favorise l'accès aux services essentiels pour le plus grand nombre et en particulier pour les populations les plus vulnérables. »*

Nantes Labo 258 – Oct. 2018  
<http://nanteslabo258.fr/accessibilite-universelle/>

Ces deux cas nous permettent de pouvoir comparer les situations vis-à-vis de l'accessibilité et d'avoir la perception de pays étrangers sur la mise en accessibilité des équipements publics. Les expériences

<sup>51</sup> <https://lepetitjournal.com/paralympiques-londres-tout-mise-sur-laccessibilite-aux-personnes-handicapees-200580>





de chacune de ces villes peuvent encourager la France par des exemples de bonnes pratiques que l'on peut imaginer se généraliser.

D'autres villes étrangères ont su capter l'attention des personnes à mobilité réduite en intégrant l'accessibilité au cœur de leurs actions. Suite à des recherches documentaires, nous pouvons ainsi citer la ville de **Barcelone** comme exemple. En effet, l'Espagne s'est lancée, depuis 2004, dans une grande campagne de sensibilisation et de travaux pour adapter le pays entier aux personnes à mobilité réduite (le gouvernement a lancé en 2004 un plan pour l'accessibilité des lieux publics, qui s'est achevé en 2012). La ville de Barcelone bénéficie d'une topographie favorable (ville relativement plate et sans pavés) pour les personnes en fauteuil roulant et une grande partie des transports en commun (métro, tramway et bus) sont adaptés à tous<sup>52</sup>.

D'autres villes européennes ont montré leurs efforts fournis dans l'accessibilité de leur territoire : le prix de l'Access City Award qui récompense les villes les plus accessibles d'Europe est une bonne référence pour en citer quelques-unes :

- la ville de **Breda** aux Pays Bas qui a rendu tous les espaces publics (parcs, magasins) accessibles à tous et qui a remporté en 2018 l'« Access City Award »,
- **Milan** en Italie qui a remporté ce prix en 2016,
- la ville de **Berlin** en Allemagne qui l'a remporté en 2013...

L'APIE (Agence du Patrimoine Immatériel de l'Etat)<sup>53</sup> a mis en évidence dans son compte rendu de l'atelier de travail « Accessibilité » en date du 16 février 2018 que « **l'Allemagne** reste le meilleur exemple en termes de bonnes pratiques » dans le domaine de l'accessibilité. En termes de qualité et d'accès aux informations, le pays propose :

- *Un tourisme inclusif*
- *Qui s'adresse à tous*
- *Plusieurs niveaux de communication (nationaux et régionaux)*
- *Un label accessibilité émis et octroyé par l'Etat, qui valorise des régions.*

L'Allemagne fait partie des rares pays (avec le Luxembourg, la Belgique et la France) à utiliser un label/une bannière pour valoriser l'accessibilité, celui-ci est émis par l'Etat. En Allemagne, « *l'offre est diversifiée et s'étend des hébergements accessibles aux transports [...] en passant par la culture* »<sup>54</sup>.

Lors du sommet « Destination Pour Tous » de Bruxelles (en octobre 2018), le représentant de l'Allemagne a indiqué que son pays avait unifié divers labels régionaux au profit d'un seul label d'Etat afin de le rendre plus « visible ».

#### ZOOM sur le modèle allemand

« Plusieurs régions allemandes se sont associées pour répertorier et faire progresser les initiatives touristiques accessibles aux personnes handicapées (transport, culture, etc..) sous une bannière commune. L'association ainsi constituée assure la communication des initiatives, s'engage sur la transparence et la fiabilité des informations communiquées, et anime des groupes de progrès au sein des régions pour améliorer l'accessibilité sur le plan touristique ».



Nathalie Cadoret - Chef de projet stratégie de marque - APIE

<sup>52</sup> Source : <https://www.lonelyplanet.fr/article/handicap-le-monde-pour-tous>

<sup>53</sup> APIE : Créée en 2007, l'APIE est un service à compétence nationale rattaché à la Direction Générale des Finances publiques (DGFiP) et à la Direction générale du Trésor (DGTrésor) du Ministère de l'Economie, des Finances, de l'Action et des Comptes publics (France)

<sup>54</sup> Source : APIE - Atelier de travail « Accessibilité » - 16 février 2018 / <https://www.leichter-reisen.info/en/about-us/>





## 2. Les hôtels et restaurants

Outre la vision des collectivités sur la mise en accessibilité de leur territoire, il est nécessaire de recueillir le témoignage des exploitants et propriétaires des hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie, rendus accessibles par des travaux de mise en conformité. Pour les vacances, trouver un hébergement adapté et/ou un restaurant accessible lorsqu'on est dans une situation de mobilité réduite est très souvent fastidieux.

Tous les gestionnaires d'hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie qui ont été rencontrés ou contactés dans le cadre de l'étude ont entrepris une réelle démarche de mise en accessibilité de leur établissement. Une grande partie d'entre eux ont obtenu la marque « Tourisme & Handicap » (64,7% des établissements interrogés<sup>55</sup>) pour au moins deux familles de handicap. Avec l'obtention de cette marque d'Etat, l'information sur l'accessibilité des lieux est fiable et objective. Ceci constitue un gage de garantie de l'accessibilité des établissements interrogés car les établissements sont contrôlés rigoureusement.

Panel des hôtels et restaurants interrogés dans le cadre de l'étude :

**64,7%** ont obtenu la marque  
« Tourisme & handicap »

**35,3%** sont accessibles mais ne  
détiennent pas la marque « Tourisme  
& Handicap »

17,6% ont bénéficié d'une dérogation  
sur un point réglementaire

La démarche pour obtenir la marque « Tourisme & Handicap » (T&H) est volontaire. **T&H est une marque « d'excellence »** obtenue dans le cadre d'une démarche de labellisation vérifiée. Cette démarche exigeante et rigoureuse peut conduire certains professionnels à différer leur entrée dans ce processus... D'autres professionnels du tourisme ne souhaitent pas entrer dans cette démarche mais ont néanmoins réalisés les travaux de mise en accessibilité de leur établissement hôtelier ou de restauration. Ils sont plus difficilement identifiables sur le web car souvent, ils ne sont pas recensés comme accessibles. Après avoir effectué quelques recherches, notamment auprès des DDT (Direction Départementale des Territoires) relevant du Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire, pour connaître les sites ayant déposé une attestation d'accessibilité<sup>56</sup>, nous avons pu contacter quelques établissements accessibles, sans la marque « Tourisme & Handicap » (35,3% des établissements interrogés). Certains ont dérogé aux règles d'accessibilité du fait de contraintes structurelles ou de coût excessif et ont bénéficié d'une dérogation. C'est le cas pour 17,6% des établissements interrogés (avec ou sans la marque). Très souvent, c'est le système de mise à l'eau pour accéder à la piscine de l'hôtel qui a fait l'objet d'une dérogation.

Il est important de souligner qu'il n'a pas été aisé de prendre contact avec les gestionnaires et exploitants des hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie. De nombreuses prises de contact n'ont pas abouti, par manque de temps de la part de ces professionnels du tourisme, par manque d'intérêt pour l'étude, mais aussi en raison de quelques « pratiques douteuses »<sup>57</sup> dont ils ont fait l'objet.

En effet, des **pratiques frauduleuses** de certains organismes proposant aux Etablissements Recevant du Public (ERP) de se mettre en conformité avec la réglementation en matière d'accessibilité ont été nombreuses ces dernières années. Plusieurs gestionnaires d'établissements ont été victimes « d'arnaques » et les restaurateurs et hôteliers sont devenus méfiants au sujet de l'accessibilité. Les sollicitations par téléphone ont souvent été infructueuses car vécues comme du démarchage

<sup>55</sup> Au total, 17 entretiens menés auprès de gestionnaires d'hôtels et de restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie sur tout le territoire

<sup>56</sup> Attestation d'accessibilité : Document officiel, délivré par les bureaux de contrôle ou les architectes, qui certifie la bonne prise en compte de l'accessibilité.

<sup>57</sup> Source : « Ad'AP ou registre public d'accessibilité : Attention au démarchage agressif et menaçant ! »

<https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/ladap-agenda-daccessibilite-programmee>





frauduleux. Même par mail et avec l'appui d'une lettre d'accréditation du Ministère, les retours n'ont pas été nombreux.

Afin d'uniformiser les entretiens, trois grandes thématiques ont été définies :

- La mise en œuvre de l'accessibilité (les solutions)
- Les retombées liées à la mise en accessibilité des locaux
- La communication, vecteur essentiel à la promotion des hôtels et restaurants accessibles.

### 3. Les autres acteurs

D'autres acteurs proposent une offre touristique adaptée aux personnes ayant des besoins spécifiques. Ainsi, certaines **agences de voyage** se sont spécialisées dans les séjours adaptés à tous. Ces nouveaux concepts de voyages adaptés et sur mesure se sont développés il y a quelques années pour faire face à une demande toujours croissante de ce type de prestation. Ces agences de voyage, comme Be Handi, Séjours pour tous, Handiplanet, ou Yoola, garantissent des hébergements accessibles à tous ainsi que des activités adaptées et parfois même, se chargent de l'organisation des transports pour accéder à la destination. Certaines structures proposent un accompagnement, d'autres vont visiter chaque destination en amont pour être sûres que le lieu touristique soit accessible aux clients. De nombreuses **start-up** ont su tirer avantage du tourisme accessible et proposent des séjours avec hébergements et restauration adaptés. *Des solutions innovantes dans ces domaines sont précisées dans les fiches actions n°1 et 2.*

## B. L'analyse de l'offre : les solutions

### 1. Les solutions apportées par les villes et territoires

La mise en œuvre de l'accessibilité dans une ville ou un territoire impacte très fortement notre environnement. Pour comprendre comment les collectivités et les territoires ont pensé l'accessibilité dans le cadre de la réglementation, il convient d'expliquer les facteurs déterminants et les enjeux d'une telle démarche.

Lors de la journée d'échanges du 20 juin 2006 sur le thème de « *Ville accessible à tous : comment aborder tous les handicaps ?* »<sup>58</sup>, il a été mis en exergue par Madame Catherine Bachelier, alors Déléguée Ministérielle à l'Accessibilité, tous les enjeux de l'accessibilité d'un territoire. 13 ans plus tard, force est de constater que ces enjeux sont toujours d'actualité :

- **Enjeu social** : « *Améliorer l'accessibilité apporte une qualité d'usage de l'espace et ce, pour tous les usagers. Ainsi, la réalisation de bus à plancher bas ou des trottoirs abaissés profite non seulement aux personnes handicapées, mais également aux personnes âgées, aux femmes enceintes... en bref à tout autre personne ayant des difficultés à se déplacer* » ;
- **Enjeu de sécurité** : « *dans la mesure où les aménagements réalisés peuvent contribuer à rendre plus aisée la circulation de tous et donc permettre d'éviter des risques de chutes* » ;
- **Enjeu de développement durable** : « *dans le domaine des transports, l'amélioration de l'accessibilité contribue à la promotion des transports en commun, et pourrait indirectement concourir à la stagnation de la part du trafic par voiture particulière. Dans le domaine du logement, elle peut contribuer au maintien des personnes âgées ou malades à domicile* » ;
- **Enjeu économique** : « *On pense souvent à tort que l'accessibilité est synonyme de coûts supplémentaires. En fait, si la réflexion est menée à l'amont des projets, et notamment dès*

<sup>58</sup> Source : « *Ville accessible à tous : comment aborder tous les handicaps ?* » - Actes de la journée d'échanges du 20 juin 2006 – Catherine Bachelier, Déléguée Ministérielle à l'Accessibilité en 2006





*l'élaboration du cahier des charges, des surcoûts seront évités liés aux réaménagements ultérieurs ».*

Pour conclure cet échange au sujet des enjeux de l'accessibilité urbaine, Catherine Bachelier pointe le doigt sur le fait que l'accessibilité d'un territoire *« concerne bien plus de personnes que les personnes à mobilité réduite et notamment chacun d'entre nous est susceptible d'être concerné un jour par la question ».*

De nombreuses villes françaises comme Grenoble, Nantes ou Bordeaux, ont bien compris ces enjeux et mettent en œuvre tous les moyens nécessaires pour rendre leur territoire accessible au plus grand nombre. L'objectif est de pouvoir répondre aux attentes et besoins de toutes les clientèles touristiques. Sur son site Internet<sup>59</sup>, Maud Dupuis<sup>60</sup> explique également que *« les Jeux paralympiques 2024 sont une occasion unique qui donne une échéance avec une grande visibilité pour remotiver les acteurs (ERP, collectivités, offres de services, etc...) dans la mise en accessibilité de l'ensemble du territoire, depuis les enjeux de mobilité territoriale jusqu'à l'offre de service proposée par les TPE du commerce, du tourisme, des activités sportives, et plus largement de la vie quotidienne ».*

Certaines villes comme Lille et Toulouse ne manquent pas d'ingéniosité pour mettre en place et développer des solutions innovantes qui favorisent et améliorent l'accessibilité de leur territoire. Le cadre réglementaire a permis à certaines collectivités de mettre l'accessibilité au cœur de leurs actions et a permis de servir d'impulsion dans leur politique urbaine locale. L'enjeu de l'accessibilité est celui de l'intégration de la personne à besoins spécifiques dans la vie de la cité.

Pour les collectivités, l'évaluation financière de la mise en accessibilité de leur territoire est très difficile. Des données chiffrées sont existantes sur le tourisme en général mais très peu de collectivités ont mis en place un système d'évaluation financière de la démarche de mise en accessibilité. Très souvent, l'accessibilité est intégrée dans les projets de rénovation globale d'un secteur de la ville ou de la voirie, et entre dans le cadre de travaux de grande ampleur. L'accessibilité est très directement liée à une réflexion stratégique de la part des collectivités, ce sont les choix politiques qui vont fortement impacter la mise en accessibilité des équipements et des aménagements.

En 2014, dans son rapport d'information intitulé *« L'accessibilité aux personnes handicapées des établissements recevant du public, des transports et de la voirie : consolider, sécuriser, simplifier »*, Jean-Pierre VIAL (rapporteur pour la délégation aux collectivités territoriales) évoquait les **coûts de mise en accessibilité pour les collectivités** : *« Une grande part de la mise en œuvre de la loi de 2005 incombe aux collectivités territoriales, propriétaires ou gestionnaires d'ERP, de transports collectifs et de voirie. Ce positionnement leur attribue in fine la responsabilité d'assurer la continuité de la chaîne du déplacement prévue à l'article 45 de la loi de 2005. De lourdes incidences financières en résultent. Selon des estimations présentées dans le rapport d'Éric Doligé et reprises dans le rapport précité des inspections générales, l'enjeu budgétaire de la mise en accessibilité des ERP relevant du secteur public serait de l'ordre de 20 milliards d'euros, dont 18 % pour l'Etat, 65 % pour les communes et intercommunalités, 14 % pour les conseils départementaux et 3 % pour les conseils régionaux »*<sup>61</sup>.

Les collectivités ne disposent pas d'informations précises sur les hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie mais les villes et territoires que nous avons pu interroger proposent de nombreuses bonnes pratiques en lien avec le tourisme, qui pourraient être développées dans d'autres territoires. Ainsi, elles ont mis

<sup>59</sup> Source : <https://www.epaten2024.info/> - Maud Dupuis – Évènement Permanent pour l'Accessibilité du Territoire (EPAT)

<sup>60</sup> Maud Dupuis, fondatrice de Polymorphe Design : Etude, conception et réalisation de parcours adaptés aux publics handicapés, scolaires et grand public : expositions sensorielles, circuits accessibles, outils de médiation adaptés

<sup>61</sup> Source : « L'accessibilité aux personnes handicapées des établissements recevant du public, des transports et de la voirie : consolider, sécuriser, simplifier » - Rapport d'information n° 454 (2013-2014) de M. Jean-Pierre VIAL, fait au nom de la délégation aux collectivités territoriales, déposé le 15 avril 2014







en place des actions dans divers domaines, qui ne concernent pas directement les hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie, mais qui contribuent largement à faciliter l'accès à ces établissements :

### ❖ Les transports :

« [...] s'il n'y a plus de moyens de transport, nous n'avons plus « accès » à un lieu, c'est-à-dire la possibilité de pénétrer dans un lieu, la possibilité d'approcher (Grand Robert, 1976). Accessibilité et continuité serait intimement liées. L'accessibilité est donc une notion qui suppose la possibilité de se déplacer, de se mouvoir, afin de s'approcher d'un lieu, d'un service, d'une personne, physiquement ou virtuellement »<sup>62</sup>.

Afin d'assurer la chaîne de déplacement vers les lieux accueillant du public, les transports représentent donc un secteur essentiel à prendre en compte. Plusieurs villes ont déjà développé leur réseau de transports en commun afin que celui-ci soit accessible à tous. De belles initiatives dans le domaine des transports ont été entreprises dans quelques villes françaises.

A Bordeaux, ville « Destination pour tous », le réseau TBM (Transports Bordeaux Métropole) a permis à des usagers en fauteuil roulant ou déficient visuel de rencontrer des Ambassadeurs PMR. Ces derniers sont « avant tout des habitués du réseau TBM. Qu'ils soient Usagers Fauteuil Roulant ou Déficient Visuel, ils ont une expérience personnelle des trajets sur le réseau TBM, quel que soit le mode. Ainsi, les ambassadeurs PMR sont les personnes les mieux placées pour aider leurs pairs à comprendre le réseau, connaissant les difficultés de mobilités qui peuvent se poser. Ils sont de plus formés afin de parfaire leurs connaissances personnelles »<sup>63</sup>.

La ville de Grenoble, très impliquée elle aussi dans le domaine de l'accessibilité, a effectué un gros travail sur la mise en accessibilité des transports en commun. A ce jour, près de 90% du réseau est accessible à tous. « Cette recherche d'amélioration constante ne profite pas qu'aux personnes en fauteuil roulant. Elle offre aussi un confort et une sécurité bien appréciables pour les malvoyants, les personnes âgées, les femmes enceintes et les parents avec poussettes, et tous leurs accompagnants, tout en permettant des gains de temps dans les montées et les descentes des rames et bus »<sup>64</sup>. De plus, le SMTC (Syndicat Mixte des Transports en Commun) a mis en place un service de bus à la demande, concept qui se développe de plus en plus dans les grandes villes et qui permet de répondre à une demande de plus en plus forte.

Depuis mai 2019, Amiens Métropole, territoire « Destination pour tous – Or », et Keolis ont lancé le premier service de bus à haut niveau de service (BHNS) électrique français. 43 bus 100% électriques circulent désormais sur trois nouvelles lignes de BHNS, appelées Nemo. Les accès aux bus, aux stations, et aux pôles d'échanges étant facilités pour les personnes à mobilité réduite, ce sont l'ensemble des déplacements en ville qui seront facilités à terme par ce projet.



**VOUS ÊTES UFR OU DÉFICIENT VISUEL ?**

**Ambassadeur PMR**

**Vous souhaitez découvrir le réseau TBM ?**

**Les Ambassadeurs PMR sont là pour vous. N'hésitez pas à prendre contact avec l'un d'eux pour solliciter un accompagnement à l'autonomie sur le réseau TBM.**

<b>AMBASSADEURS POUR UFR :</b>	<b>AMBASSADEURS POUR DÉFICIENTS VISUELS :</b>
Matthieu BAREILLE - 06.15.95.54.23	Francis CARDIN - 06.60.38.76.45
Thina CHARABIDZE - 05.57.22.61.08	Francis DONATI - 06.31.69.20.79
Aurélien CORBIN - 06.10.94.20.16	Claude GAURRY - 06.80.44.68.01
Sandra DA SILVA - 06.87.29.27.62	Guy LATREILLE - 06.87.89.19.77
Thierry FAGET - 06.73.05.71.84	Marie Flore PELLOQUIN - 06.18.59.05.52
Pierre LABARSOUCHE - 06.73.81.27.27	
Vincent MONDEDIÈRE - 06.14.74.31.99	
Marie Dominique TROADEC - 06.30.40.45.52	
Hervé VALENTINI - 06.85.22.29.92	

www.mobibus.fr  
www.infotbm.com  
AlloTBM : 03 57 57 88 88

**TBM** TRANSPORTS BORDEAUX MÉTROPOLE

Source : <https://www.infotbm.com/>

<sup>62</sup> Source : Mémoire de 1<sup>ère</sup> année de Master « Urbanisme et Aménagement », rédigé par Majdoline Ouldelhkim, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne – UFR de Géographie, 2012, intitulé « L'accessibilité des personnes handicapées : des dispositifs techniques au droit à la ville ? Vers une conception élargie de l'accessibilité » <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01297077/document>

<sup>63</sup> Source : <https://www.infotbm.com/fr/les-regles-pour-se-deplacer/les-ambassadeurs-pmr.html>

<sup>64</sup> Source : <https://www.lametro.fr/460-accessibilite.htm>





D'autres villes, comme Londres par exemple, ont mis en place la gratuité sur une grande partie des transports, notamment lors des grands événements sportifs internationaux (JOP 2012)<sup>65</sup>.

Comme évoqué précédemment, outre les personnes en situation de handicap, ces aménagements des réseaux de transports bénéficient également à des publics ayant des besoins spécifiques comme les seniors, les parents avec poussette, les femmes enceintes ou encore les personnes qui se déplacent avec des gros bagages. Il va sans nul doute que la mise en accessibilité des transports profite au plus grand nombre et que l'accessibilité des transports contribue largement à l'accessibilité des lieux touristiques et des établissements.

Lors des entretiens passés avec les exploitants et propriétaires des hôtels et restaurants qui ont fait l'objet de travaux de mise en accessibilité, il ressort assez fréquemment que la venue de touristes ayant des besoins spécifiques dépend pour beaucoup de la continuité de la chaîne de déplacement. Si un établissement est accessible à tous mais qu'il n'est pas possible de cheminer vers ces lieux, cela réduit de manière conséquente les potentialités d'accueil de ce public. Cela est vrai pour les transports, mais également pour la voirie. L'environnement est crucial pour faire d'un site un lieu accessible à tous.

### ❖ **La voirie**

Afin de rendre accessible un Etablissement Recevant du Public et notamment les hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie, il est indispensable de rendre accessible le domaine public et plus particulièrement les trottoirs, les places de stationnements publiques ainsi que le mobilier urbain. Les collectivités entrées dans la démarche d'accessibilité de leur territoire ont toutes mis en œuvre des actions en faveur d'une voirie accessible.

La mise en place d'un programme visant à permettre une circulation raisonnée dans des quartiers de ville, la création de parcours touristiques à destination des personnes à mobilité réduite, l'identification de circuits de visite accessibles à tous, la mise en place de campagnes de mobilisation pour le respect du stationnement et des espaces publics... sont autant de bonnes pratiques réalisées par les villes pour offrir aux touristes à besoins spécifiques un confort lors de leurs balades dans la cité. Voir fiche action n°3.

La mise en accessibilité, même si elle est obligatoire, est très liée à la politique volontariste des élus. Si un ou plusieurs élus d'une commune sont très impliqués dans leur politique d'accessibilité au niveau local, généralement le secteur du tourisme bénéficie des retombées des aménagements mis en place et le territoire est valorisé d'un point de vue touristique.

De nombreuses villes interrogées ont entrepris des actions dans le cadre de leur PAVE (Plan de mise en Accessibilité de la Voirie et des Espaces publics), obligatoire pour les communes de plus de 1000 habitants. Ce document de planification et de programmation issu de la loi du 11 février 2005 (article 45) a plusieurs objectifs :

- mettre en place la démarche de projet de mise en accessibilité d'un territoire,
- définir les priorités d'action à réaliser en concertation avec l'ensemble des acteurs et des usagers de la voirie et des espaces publics,
- et mettre en place une programmation et un suivi des actions.

---

<sup>65</sup> Source : [www.tfl.gov.uk](http://www.tfl.gov.uk)





## ❖ L'accessibilité numérique

L'accès à l'information touristique est primordial pour les personnes à besoins spécifiques mais aussi pour les personnes dites « valides ». Comme le rappelle Emma Delfau, sous-directrice du tourisme à la DGE en 2014, dans l'introduction du Livre Blanc « TIC, Handicap et Tourisme »<sup>66</sup>, « *La politique nationale en faveur de l'accessibilité physique des lieux de visite est essentielle, mais ne couvre pas tous les champs nécessaires, notamment celui du numérique* », « *Il s'agit d'un chantier immense qui a sans doute rendu plus longue une mobilisation des acteurs en faveur de l'accessibilité numérique de l'offre touristique pour les clientèles en situation de handicap. Or, l'accès numérique à ces informations, quelques soient les clientèles, est bien indispensable en matière de tourisme, premier secteur du e-commerce. Cet accès constitue également un objectif incontournable pour les clientèles concernées par le handicap d'un point de vue social, afin de soutenir le départ en vacances de nos concitoyens et de leur offrir une information touristique fiable mais aussi d'un point de vue économique, compte tenu du potentiel que représente cette clientèle* ».

Cette **problématique de l'accessibilité numérique** est très fréquemment relevée dans les entretiens menés auprès des usagers et des associations de personnes à besoins spécifiques. Les outils de communication ne sont pas toujours accessibles à tous, tant dans leur contenu que dans la forme. Lorsque l'on visite les sites Internet des villes françaises ou des offices du tourisme, nous constatons que de nombreux sites ne proposent pas de traduction en plusieurs langues par exemple. Cela réduit de manière conséquente l'accès à l'information touristique du territoire car les personnes ne maîtrisant pas la langue française sont « exclues ». Sans pour autant proposer une multitude de langues, l'anglais semble être la langue à privilégier sur les sites Internet touristiques. L'anglais « *est souvent considéré comme la langue universelle des touristes* »<sup>67</sup>.

De même, **les sites Internet sont parfois trop denses et compacts en termes de rendu visuel**. La simplification des contenus est essentielle. FACIL'iti propose une solution d'accessibilité numérique ingénieuse et gratuite qui adapte l'affichage d'un site Web en fonction des besoins de confort visuel (cataracte, daltonisme, malvoyance...), moteur (Parkinson, Sclérose en plaques...), cognitif (dyslexie, épilepsie photosensible...) et/ou temporaire (fatigue visuelle, lumière bleue, vision floue...) de l'internaute. Les détenteurs de sites Web ou Intranet doivent s'équiper de FACIL'iti afin que le contenu de ces sites soit adapté. Atol mon Opticien, Allianz, Banque de Savoie et bien d'autres ont choisi de travailler avec FACIL'iti pour améliorer l'accessibilité numérique de leur site Internet.

Pour chaque type de handicap ou de besoins spécifiques, l'information numérique doit pouvoir respecter des règles simples mais nécessaires. Le RGAA (Référentiel Général d'Accessibilité pour les Administrations) ou encore le label AccessiWeb<sup>68</sup> permettent de répondre à ces exigences. *Voir fiche action n°4.*

Parmi les villes avec lesquelles nous avons pu nous entretenir, certaines ont mis les moyens pour une accessibilité numérique de leur site Internet notamment. A titre d'exemples, le site d'Office du Tourisme de Nîmes propose trois langues (espagnol, français et anglais) et le site de la ville de Caen en propose cinq (français, anglais, allemand, italien et espagnol). Le site de la ville de Nîmes est labellisé RGAA. L'affichage des écritures en gros caractères et les paramètres sur le contenu (couleur écriture, fond...) sont possibles, les informations visuelles sont retransmises de façon sonore...

<sup>66</sup> Source : Livre Blanc « TIC, Handicap et Tourisme » - Octobre 2014 – Commission m-Tourisme / Groupe de travail TIC Handicap et Tourisme – Jean-Bernard TITZ et Lucas VIALLIS

<sup>67</sup> Source : Livre Blanc « TIC, Handicap et Tourisme » - Octobre 2014 – Commission m-Tourisme / Groupe de travail TIC Handicap et Tourisme – Jean-Bernard TITZ et Lucas VIALLIS

<sup>68</sup> Accessiweb : label développé par l'association BrailleNet, attribué pour 24 mois avec plusieurs niveaux d'accessibilité du site (Or, Argent, Bronze...)





A+ A-

L'accessibilité numérique est certes un investissement mais cela est nécessaire pour élargir de manière très importante la portée des informations présentes sur les sites Internet des villes et territoires.

Certaines villes travaillent en **partenariat avec des start-up** qui proposent de consulter l'accessibilité des lieux recevant du public (exemple : Lille qui travaille avec Picto Access qui propose un service permettant aux établissements recevant du public de valoriser leur accessibilité sur une page Web, via un abonnement), d'autres ont créé des onglets spécifiques sur leur site Internet permettant aux personnes ayant des besoins spécifiques de s'identifier et d'obtenir toutes les informations relatives à leurs besoins.

Pour conclure sur ce paragraphe de l'accessibilité numérique, il paraît important de souligner qu'un site Internet accessible ne bénéficie pas qu'aux personnes en situation de handicap ou ayant des besoins spécifiques. Tous les touristes potentiels souhaitent une information claire et fiable. Pour que les informations touristiques soient délivrées à tous, le contenu des supports numériques doit être simplifié et facile d'accès.

#### ❖ L'accessibilité des hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie : information et sensibilisation

Les collectivités mènent très peu d'actions directes auprès des hôteliers et restaurateurs des établissements de 5<sup>ème</sup> catégorie. L'action la plus fréquente reste la sensibilisation, via des réunions collectives par exemple, auprès des professionnels de tourisme. Parfois, la mairie se charge de réunir hôteliers, restaurateurs et commerçants afin de les sensibiliser, et d'autres fois, ce sont les Offices du tourisme qui s'en chargent.

Des campagnes de sensibilisation auprès des exploitants et propriétaires d'hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie sont parfois organisées mais, de manière générale, les collectivités n'interviennent pas ou que très peu auprès de ces gestionnaires. Ce sont principalement les CCI (Chambres de Commerce et d'Industrie) ou les CMA (Chambres de Métiers et de l'Artisanat) qui mènent des actions d'information par l'élaboration de guides ou de référentiels d'accessibilité, de sensibilisation (réunions collectives, déplacement sur le terrain...) et d'accompagnement des Etablissements Recevant du Public dans la mise en œuvre de l'accessibilité. Les actions sont plus ou moins fortes selon la localisation.

Très souvent, la communication passe aussi par les Offices du Tourisme qui sont considérés comme des véritables « relais » entre la collectivité et l'établissement touristique recevant du public. Les entretiens menés avec les villes et territoires montrent que les offices du tourisme ont un rôle prépondérant pour échanger avec les hôtels et restaurants.

#### ❖ L'accueil de grands évènements sportifs internationaux

De nombreuses villes interrogées dans le cadre de cette étude vont accueillir la Coupe du Monde de Rugby en 2023 et/ou les Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024. Des grands évènements sportifs ont déjà eu lieu, dans le passé, dans ces mêmes villes qui ont acquis une certaine expérience de l'afflux de millions de touristes sur une période assez courte. Elles bénéficient déjà de nombreuses infrastructures aménagées et accessibles comme c'est le cas à Saint-Etienne dont le stade a été entièrement rénové pour l'Euro de football masculin 2016. Marseille, Lille, Lyon, Bordeaux sont autant





de villes qui ont l'expérience de l'organisation de grands événements sportifs. La France est un pays très apprécié pour les rencontres sportives.

### ❖ De nombreuses initiatives et des liens solides avec les associations

En plus des aménagements réalisés dans le domaine des transports, de la voirie, des investissements dans l'accessibilité numérique, dans l'information et la sensibilisation des gestionnaires des petits hôtels et restaurants, les collectivités s'impliquent également dans d'autres domaines et font également preuve d'initiatives originales et innovantes. La vision que ces acteurs portent sur l'accessibilité n'est pas uniquement réglementaire, elle est beaucoup plus large et n'est pas exclusivement assimilée au seul handicap.

La rapporteuse de l'ONU Madame Catalina Devandas-Aguila recommande en 2017 au Gouvernement, d'« *hâter et achever dans les meilleurs délais la mise en accessibilité des équipements physiques, comme l'exige la loi n° 2005-102 du 11 février 2005, et ce, dans l'ensemble du pays, y compris dans les territoires d'outre-mer* »<sup>69</sup>

Afin de sensibiliser le grand public aux problématiques du handicap, certaines communes organisent chaque année, des manifestations sur le thème de l'accessibilité. Une journée, une semaine ou un mois consacré uniquement à l'accessibilité, avec des ateliers, des animations pour le grand public et pour les professionnels, l'organisation de conférences, activités sportives, projections de films... Voir fiche action n°5.

Autre initiative originale de certaines villes comme Grenoble, celle d'inciter les commerces locaux à se rendre accessibles par l'organisation d'un concours des commerces accessibles. Cet exemple de bonne pratique peut être dupliqué pour les hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie. Un macaron pourrait être alors remis pour valoriser l'établissement à son entrée. Voir fiche action n°6.

Plusieurs villes ont réellement pris en compte les besoins des personnes dont la mobilité est réduite et ont mis en œuvre des aménagements et des équipements qui bénéficient à tous.

A Belfort, une charte d'engagement pour « *faciliter l'accès des personnes handicapées au festival des Eurockéennes de Belfort* » a été signée par le Ministère délégué chargé des personnes handicapées et de la lutte contre les exclusions, le Conseil Général du Territoire de Belfort et l'association Territoire de Musique / Eurockéennes de Belfort. Cette charte vise à rendre le festival des Eurockéennes de Belfort accessible au plus grand nombre. Plusieurs engagements sont pris, portant notamment sur l'accueil, le confort d'usage, l'information, la communication, les accès, les transports, la signalétique, les circulations, les déplacements... « *L'organisation des Eurockéennes a promu depuis 2008 l'accueil et le confort des personnes en situation de handicap en tête de ses priorités. Le dispositif d'accessibilité est coordonné par la MDPH, et permet aux festivaliers ayant besoin d'un accompagnement de se rendre sur le festival avec leur accompagnateur, sans achat de billet supplémentaire ; et de bénéficier de prestations d'accompagnement pendant toute la durée du festival* »<sup>70</sup>. Un espace All Access propose des projets artistiques mêlant culture et handicap. On y trouve un bar en Langue des Signes Française par exemple. Une grande importance est accordée au retour d'expérience d'une année sur l'autre,



<sup>69</sup> Source : Rapport de la Rapporteuse spéciale sur les droits des personnes handicapées sur sa visite en France en octobre 2017 (Catalina Devandas-Aguilar)

<sup>70</sup> Source : <https://www.eurockeenes.fr/accessibilite/>





cela permet d'améliorer sans cesse l'accessibilité du festival. Ainsi, l'inclusion fait désormais partie intégrante du festival. Les personnes en situation de handicap souhaitent partager des expériences avec les personnes « valides ».



Tous ces exemples et initiatives, et il en existe bien d'autres, sont très souvent liés à un partenariat étroit avec les associations locales et nationales qui représentent les personnes à besoins spécifiques. Ces associations soutiennent et accompagnent les collectivités pour l'amélioration de l'accessibilité et du confort d'usage pour tous. Ce lien est fondamental pour répondre au mieux aux attentes et aux besoins de cette clientèle touristique particulière.

### ❖ La marque Destination pour tous (DPT)

Aujourd'hui, **trois villes détiennent la marque d'Etat** « Destination pour tous » (DPT) : Bordeaux, Balaruc-Les-Bains et Amiens, devenue depuis juillet 2019 le premier territoire à avoir obtenu le plus haut niveau (Or) dans le cadre de la démarche de progrès déployée en 2018 (dispositif simplifié avec notamment le renforcement de l'accompagnement ministériel).

Ces villes, très actives dans la mise en accessibilité de leur territoire, mettent en œuvre des moyens pour communiquer auprès des professionnels du tourisme : élaboration de guide facilitant la communication, recrutement en vue d'accroître la communication autour de la marque... Voir fiche action n°7. Pour ces trois villes pionnières, la candidature pour devenir « Destination pour tous » n'a pas été aisée car DPT, comme T&H, s'inscrit dans une démarche d'excellence.

D'autres villes et territoires sont intéressés pour entrer dans cette démarche « Destination pour tous », certains d'entre eux se dotent de nouvelles technologies pour accroître l'accessibilité touristique (exemple : Nîmes avec L'Observatoire de l'attractivité touristique).





Hors de France, la municipalité de **Victoriaville** est la seule, à ce jour, à détenir la marque « Destination pour tous » au Québec. Elle met tout en œuvre pour améliorer encore et encore l'accessibilité de la ville. La création d'un poste à temps plein de responsable de l'accessibilité universelle, une étroite collaboration avec les associations et sa politique volontariste, qui existe depuis plusieurs années, font que la municipalité progresse tous les jours dans le domaine de l'accessibilité et se positionne dans une démarche d'évolution et de progrès pour tendre vers l'obtention des 5 étoiles.

« Il faut accompagner les changements de pratiques. L'accessibilité est un beau défi mais il faut du temps »

Nathalie ROUSSEL, Responsable de l'Accessibilité Universelle, Victoriaville (Québec)

## 2. La mise en œuvre de l'accessibilité par les hôtels et restaurants

L'engagement des villes et territoires en faveur de l'accessibilité ne peut être isolé. Il doit s'accompagner obligatoirement de **l'engagement des professionnels du tourisme** pour qu'une offre globalisée soit adaptée à tous les publics, y compris le public ayant des besoins spécifiques. L'enjeu est de fédérer tous les acteurs du secteur touristique sur un territoire afin qu'ils aient un objectif commun, celui de tendre vers une société plus inclusive. Les actions des uns prennent davantage de valeur avec les actions des autres.

Nous nous sommes entretenus avec 17 gestionnaires d'hôtels et restaurants, répartis sur le territoire métropolitain. La plupart d'entre eux sont localisés dans les villes en lien avec notre étude. Tous ont entrepris une démarche de mise en accessibilité de leur établissement et ont réalisés des travaux de mise en conformité vis-à-vis de l'accessibilité. *La trame d'entretien se trouve en annexe 6 de cette étude.*

### ❖ Les difficultés rencontrées par les gestionnaires

Il est certain que les petits hôtels et restaurants (5<sup>ème</sup> catégorie) sont des maillons essentiels dans l'offre touristique française. Mais, ces établissements ont beaucoup de mal à s'approprier la problématique de l'accessibilité. L'information et la sensibilisation sont primordiales dans le dispositif de mise en accessibilité de ces types d'établissements. Elles sont indispensables pour leur faire connaître leurs obligations, et pour leur faire prendre conscience des enjeux sociaux et commerciaux liés à la mise en accessibilité. Il est clair que les acteurs privés du secteur touristique doivent pouvoir appréhender les attentes des personnes à mobilité réduite au sens large afin de proposer une offre adaptée au plus grand nombre. *Voir fiche action n°8.*

### ⇒ **Des coûts de mise en accessibilité jugés excessifs**

De nombreuses difficultés sont rencontrées par les exploitants et propriétaires des hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie. La principale difficulté réside dans le montant de la mise en conformité pour rendre l'établissement accessible. Celui-ci est souvent perçu comme excessif au vu des retombées commerciales que les travaux peuvent engendrer.

En 2013, CCI France a rédigé une série de « propositions pour faciliter la mise en accessibilité des ERP à l'horizon 2015 »<sup>71</sup>. A l'époque, et d'après les enquêtes et les estimations faites sur le terrain par les

<sup>71</sup> Source : CCI France DPDD-AT « Propositions de CCI France pour faciliter la mise en accessibilité des ERP à l'horizon 2015 » - 16 janvier 2013 - [https://www.cci.fr/c/document\\_library/get\\_file?uuid=4e7f0c40-45be-42a8-86b9-d17bb952d41b&groupId=10909](https://www.cci.fr/c/document_library/get_file?uuid=4e7f0c40-45be-42a8-86b9-d17bb952d41b&groupId=10909)





CCI, le coût moyen de mise aux normes pour un restaurant est de 20 000 € TTC. Pour les hôtels, il est estimé à 60 000 € TTC, et 120 000 € TTC en cas d'installation d'un ascenseur. Ces estimations sont supérieures à celles d'ACCESMETRIE (en montant Toutes Taxes Comprises (TTC)). Depuis 2003, des milliers de diagnostics d'accessibilité ont été réalisés par notre société de conseil. Sur les 253 hôtels visités, en moyenne, 17 obstacles à l'accessibilité par site ont été relevés

(principaux obstacles : absence d'ascenseur, absence de chambres adaptées avec sanitaire et douche conformes, présence de marches non doublées) et le montant moyen des travaux par site est estimé à 56 313 € TTC. Sur les 1312 restaurants visités dans toute la France, avec une moyenne de 9 obstacles à l'accessibilité par site (principaux obstacles : entrée non accessible et absence de sanitaire adapté), le montant moyen des travaux est estimé à 14 706 € TTC. L'expérience d'ACCESMETRIE montre que ces montants concernent principalement le handicap moteur (pour  $\frac{3}{4}$  environ). Un quart des montants de travaux estimés par la société de conseil concerne les autres types de handicap. Les travaux qui y sont liés sont beaucoup moins lourds et moins onéreux que pour le handicap moteur.

Estimations du coût de mise aux normes  
- CCI France – 2013 :

**Restaurant = 20 000 € TTC.**

**Hôtels = 60 000 € TTC (120 000 € TTC si installation d'un ascenseur).**

La formation de personnel, la fermeture partielle ou totale de l'établissement, le temps de la réalisation des travaux, ou encore la maintenance des équipements sont également à prendre en compte dans l'aspect financier de la mise en accessibilité.

Outre les contraintes financières et les contraintes structurelles des bâtiments anciens, la mise aux normes accessibilité a souvent aussi des impacts sur la surface commerciale de l'établissement (exemple : la création d'un sanitaire adapté, d'un ascenseur ou encore d'une chambre adaptée peut réduire de manière conséquente la surface commerciale du lieu).

« Selon le rapport de la concertation présidée par la sénatrice Claire-Lise Campion, les normes de largeur des allées des ERP commerciaux réduisent ainsi de 20 à 30 % leur surface commerciale utilisable »<sup>72</sup>.

Quand on parle d'accessibilité, les difficultés financières sont largement mises en avant dans les études, enquêtes et entretiens avec les gestionnaires d'hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie.

### ❖ **Des aides financières souvent méconnues**

Faute d'information ou par manque d'implication (les ERP de 5<sup>ème</sup> catégorie sont les plus « frileux » à la mise en accessibilité de leur établissement), les gestionnaires de ce type d'établissement ne sont pas forcément informés que des aides financières sont prévues pour la mise en accessibilité des hôtels et restaurants. En effet, plusieurs dispositifs d'aides ou subventions existent et permettent d'aider financièrement les exploitants et propriétaires à réaliser des travaux d'accessibilité, dans le cadre notamment de rénovation. Nous pouvons citer, par exemple pour l'hôtellerie, le prêt hôtellerie de BPI France ou encore le Prêt participatif à la rénovation hôtelière (PPRH). Pour la restauration, il existe le prêt restauration de BPI France, le Prêt Participatif pour la Modernisation et la Transmission de la Restauration (PPMTR) ou le Prêt pour la Modernisation de la Restauration (PMR) à taux zéro. Sans compter les autres aides possibles de la part des collectivités locales, des CCI, des CMA...

*En annexe 7, ces aides et subventions sont présentées de manière plus détaillée.*

<sup>72</sup> Source : « L'accessibilité aux personnes handicapées des établissements recevant du public, des transports et de la voirie : consolider, sécuriser, simplifier » - Rapport d'information n° 454 (2013-2014) de M. Jean-Pierre VIAL, fait au nom de la délégation aux collectivités territoriales, déposé le 15 avril 2014







Les représentants des métiers de l'hôtellerie (ex : UMIH : Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie) ou les syndicats comme le Synhorcat (Syndicat National Des Hôteliers Restaurateurs Cafetiers Traiteurs) manquent parfois d'implication dans le domaine de l'accessibilité. Ces structures peuvent pourtant jouer un rôle important dans le conseil et l'information auprès des gestionnaires. Voir fiche action n°9.

### ⇒ **Un environnement proche inaccessible**

Une deuxième difficulté réside en un environnement proche non accessible. C'est là que les actions menées parallèlement par les collectivités prennent tout leur sens. En effet, si un bâtiment est accessible mais que la voirie ne l'est pas (trottoirs inaccessibles et étroits, traversées de chaussées non conformes, mobilier urbain non adapté...), les gestionnaires d'établissements pensent qu'il n'est pas nécessaire de réaliser la mise en conformité de leur bâtiment. Le principe même de la chaîne du déplacement est rompu et l'action des petits gestionnaires leur semble inutile. CCI France, dans son rapport<sup>73</sup>, explique ce phénomène : « la mise aux normes de la voirie est une condition sine qua non pour entrer dans les ERP : de nombreux centre-ville disposent de trottoirs étroits et présentent des différences de niveau (marche ou pente) entre la rue et l'ERP. Il est également impossible de coordonner l'investissement privé au sein de l'ERP et l'investissement public, en l'absence d'information sur le calendrier des travaux ».

« Il faut être cohérent pour un tourisme sociétal et solidaire, à des prix abordables. La ville de Balaruc est entrée dans une démarche « Destination pour tous », il faut que les infrastructures privées suivent la marche sinon ce n'est pas cohérent. Les infrastructures privées doivent se mettre à niveau pour qu'il n'y ait pas de « coupure » entre le public et le privé »

Gérant d'un hôtel à Balaruc-les-Bains

### ⇒ **Des procédures jugées complexes**

Enfin, une troisième difficulté est énoncée par CCI France : celle de la complexité des procédures. Ce point a d'ailleurs été abordé lors des entretiens que nous avons menés auprès des gestionnaires d'hôtels et de restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie avec un fort ressenti relativement aux normes. « Le nombre croissant des normes (sécurité-accessibilité, classement des hébergements, accessibilité des ERP, formation hygiène pour les restaurateurs...) a pour conséquence un accroissement des coûts relatifs à la mise aux normes, auquel s'ajoute une charge administrative particulièrement complexe et chronophage ». Les exploitants et propriétaires d'ERP de 5<sup>ème</sup> catégorie ont besoin d'accompagnement pour rédiger les dossiers administratifs obligatoires lorsque l'on souhaite réaliser des travaux d'accessibilité ou lorsqu'une dérogation est nécessaire. Outre la rédaction des dossiers qui peut s'avérer compliquée (réalisation de plans, manque d'information et d'accompagnement de la part des mairies...), l'instruction de ces dossiers diffère selon les départements. CCI France parle « d'inégalités de décision », notamment en cas de dérogation.

### ⇒ **Des problématiques similaires chez nos voisins**

Dans les autres pays, les mêmes problématiques existent. En 2017, dans un article intitulé « Hôtellerie : « L'accessibilité est encore marginale », selon Kéroul »<sup>74</sup>, Jean-François Lavoie, directeur du développement et du partenariat chez Kéroul, évoque la difficulté de trouver un hôtel accessible au Québec : « Certains établissements ont été construits avant l'imposition du code de la construction. Donc s'ils ne font pas de rénovation majeure, les hôteliers n'ont pas nécessairement le réflexe d'investir

<sup>73</sup> Source : CCI France DPDD-AT « Propositions de CCI France pour faciliter la mise en accessibilité des ERP à l'horizon 2015 » - 16 janvier 2013 - [https://www.cci.fr/c/document\\_library/get\\_file?uuid=4e7f0c40-45be-42a8-86b9-d17bb952d41b&groupid=10909](https://www.cci.fr/c/document_library/get_file?uuid=4e7f0c40-45be-42a8-86b9-d17bb952d41b&groupid=10909)

<sup>74</sup> Source : Hôtellerie : « L'accessibilité est encore marginale », selon Kéroul – Novembre 2017 - Par Katherine Boisvert - <https://www.hrimag.com/Hotellerie-L-accessibilite-est-encore-marginale>





*pour rendre leurs établissements accessibles. » Il aborde également dans cet article le vieillissement de la population et les personnes ayant des besoins spécifiques : « Si on se projette dans le futur, c'est bon de penser que les clients d'aujourd'hui auront des besoins différents demain. Quand on parle d'accessibilité, on ne parle pas seulement de personnes handicapées. Le livreur qui entre avec les mains pleines va se servir de l'ouvre-porte électrique. Les parents avec de jeunes enfants vont également bénéficier de chambres plus grandes. L'accessibilité, c'est pour tout le monde, pas seulement pour les personnes handicapées ».*

Les gestionnaires sont vraiment en attente de préconisations et d'actions opérationnelles. Ces propositions et recommandations sont présentées dans un document complémentaire intitulé « Fiches actions ». Elles sont essentielles pour leur permettre de mieux intégrer les bénéfices retirés d'une mise aux normes « accessibilité ».

### ❖ Les actions de mise en accessibilité des établissements hôteliers et de restauration

Malgré ces contraintes et difficultés, certains gestionnaires d'hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie sont tout de même entrés dans une démarche de mise en accessibilité de leur établissement et ont réalisés des travaux d'accessibilité.

Lors des entretiens menés auprès des exploitants et gestionnaires d'hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie, il en ressort que la mise en accessibilité d'un établissement est parfois très liée à la volonté même du gestionnaire de rendre accessible, à sa démarche personnelle, bien plus qu'à la réglementation. Plusieurs d'entre eux considèrent qu'il s'agit d'une démarche citoyenne et sociétale, que le fait de pouvoir accueillir tous les publics est une nécessité et un devoir et que l'objectif est de pouvoir répondre aux attentes de tous les clients sans exception.

#### **Plusieurs types de travaux sont effectués dans les petits hôtels et restaurants :**

- Hôtels : création d'une ou plusieurs chambres adaptées avec sanitaire et douche adaptés, flash lumineux, contraste des interrupteurs, stationnement réservé, numéro des chambre en relief, rampe d'accès, boucle d'induction magnétique à l'accueil, équipement des escaliers, création d'un sanitaire adapté au niveau de la salle du petit déjeuner / restaurant, pose d'un ascenseur ou mise en conformité de l'ascenseur existant, sous-titrage télévision, renforcement de l'éclairage et de la signalétique etc...
- Restaurants : Création de rampe d'accès et de sanitaires adaptés dans la salle de restauration.

Dans la quasi-totalité des cas, ces travaux de mise en accessibilité ont été réalisés **dans le cadre d'une rénovation complète** de l'établissement. Les gestionnaires profitent souvent de lourds travaux de rénovation pour intégrer ces aménagements qui améliorent l'accès au site. Ainsi, le coût global des travaux d'accessibilité est difficilement évaluable par les gestionnaires d'établissements que nous avons interrogés. Les estimations sont comprises dans les plus gros travaux de rénovation de l'établissement, qui peuvent aller jusqu'à plusieurs centaines de milliers d'euros. La plupart des gestionnaires contactés ont sensibilisé leur personnel aux problématiques du handicap (souvent en interne) et plus rarement les ont formés à ces problématiques. Rappelons que la formation « accessibilité » n'est pas obligatoire pour les ERP de 5<sup>ème</sup> catégorie.

Certes, tous les gestionnaires sont unanimes pour affirmer que le **confort d'usage est amélioré** pour tous, mais il est intéressant de relever que de nombreux gestionnaires constatent que les personnes sans besoins spécifiques ne font pas attention aux nouveaux aménagements réalisés. La mise aux normes en termes d'accessibilité n'est pas remarquée par les personnes valides même si, on l'a vu, elles bénéficient aussi de ces aménagements (exemple : ascenseur). Les chambres adaptées PMR sont





appréciées notamment par les seniors car elles sont plus spacieuses et offre une qualité d'usage incomparable. Mais, certains clients n'ayant pas de besoins spécifiques ne souhaitent pas intégrer une chambre PMR, notamment en raison de la salle d'eau (douche sans rideau où l'eau est projetée partout dans la salle de bain ou vision réductrice d'une douche à l'italienne uniquement à destination des personnes handicapées) ou encore du côté médicalisé et peu accueillant de la chambre. Les hôteliers qui font l'effort supplémentaire de bien décorer et rendre l'espace confortable ne doivent pas être confrontés à cette problématique, la chambre PMR devenant très appréciée.

### 3. Les solutions apportées par les autres acteurs

Pour les personnes ayant des besoins spécifiques, il n'est pas aisé de trouver une offre d'hébergement et de restauration adaptée à leurs besoins lorsqu'elles décident de partir en vacances. Ainsi, plusieurs agences de voyage et start-up tirent leur épingle du jeu et se sont spécialisées dans l'offre de séjours adaptés à tous. Nous avons contacté plusieurs d'entre elles : Mobee Travel (anciennement Handivoyage), Be Handi, Séjours pour tous, Handiplanet, Handitrip, HandiLOL, le Comptoir des voyages, Yoola, Adaptours, Easy'Moov (partenaire de voyages) et bien d'autres, qui proposent des voyages organisés sur mesure, à la demande du client, en tenant compte des besoins et attentes des touristes à besoins spécifiques.

Handivoyage, qui a changé de nom, est devenu Mobee Travel. Cette entité a pour objectif de devenir une plateforme du même type que Booking. L'organisation de voyages s'adresse uniquement aux personnes à mobilité réduite et aux personnes âgées. Les visites des hébergements se font en amont ou via des ambassadeurs : les clients transmettent des informations à titre gratuit sur l'accessibilité des établissements et bénéficient en contrepartie d'une réduction pour un prochain séjour.

Be Handi, agence de voyage spécialisée pour les personnes en situation de handicap, organise des séjours sur mesure, à la demande du client. Une personne salariée peut être présente tout le long du séjour (24h/24) et peut accompagner le client depuis son domicile jusqu'au lieu de séjour et durant tout le séjour.

Le Comptoir des Voyages développe des prestations à destination des personnes à mobilité réduite et propose des « voyages handicap ». Une personne salariée, elle-même en fauteuil roulant, fait le tour du monde pour répertorier et tester les pays, les activités, les hébergements, les transports accessibles et travaille en collaboration avec des prestataires locaux pour proposer des séjours adaptés à chaque besoins spécifiques.

Les principales destinations demandées par les clients en situation de handicap et de mobilité réduite sont, pour la France, le pourtour méditerranéen et la Bretagne. Au niveau international, Barcelone, Londres, New York et Montréal sont des destinations très convoitées.

Si on regarde la croissance de ces agences de voyages adaptés, nous pouvons constater qu'il existe bel et bien une réelle demande pour ce type de séjours et que leur développement n'est pas prêt de cesser.

La mise en œuvre de l'accessibilité dans les petits établissements hôteliers et de restauration demande du temps, de la réflexion, des moyens financiers et une belle volonté d'accueillir tous les publics. Mais qu'en est-il des retombées économiques que cela engendre ?





## C. L'analyse de l'offre : les retombées économiques

### 1. Les retombées économiques pour les collectivités

Dans une interview consacrée au Webzine OKEENEA<sup>75</sup>, Audrey Leroy, chargée des questions de communication pour les trois marques nationales du tourisme au Pôle structuration thématique et territoriale de l'offre touristique (à la DGE), indique : « *Nous n'avons aujourd'hui pas de chiffres concernant l'influence des marques « Tourisme & Handicap » et « Destination pour Tous » sur la fréquentation des sites touristiques labellisés* ». Elle précise néanmoins que « *le tourisme accessible est inclus dans nos études nationales afin d'obtenir des éléments chiffrés sur ces questions* ». Ce qui est certain, c'est que, pour les territoires concernés, la marque « Destination pour tous » permet de les démarquer des autres territoires concurrents. Le rayonnement et la visibilité de la destination sont plus importants et la marque permet de percevoir l'identité de la collectivité mais surtout ses valeurs d'inclusion et d'accueil de tous les publics.

La marque « Destination pour tous » permet d'appuyer « *une stratégie de promotion touristique du territoire* ». Luc Thulliez, chargé de mission accessibilité touristique au pôle structuration thématique et territoriale de l'offre touristique (à la DGE), rappelle l'importance de développer la marque dans le webzine OKEENEA<sup>76</sup> : « *Nous cherchons également à développer la marque « Destination pour Tous » en anticipant les grands événements sportifs. Les Jeux Olympiques de 2024 vont se dérouler dans 8 grandes villes de France en plus de Paris [...]. C'est une belle opportunité de faire progresser l'accessibilité universelle. D'ici là, la France accueillera aussi la Coupe du Monde de rugby en 2023. Nous attendons, durant ces années, une forte augmentation du nombre de touristes étrangers et il s'agit de les accueillir dans les meilleures conditions ! Nous travaillons pour cela en étroite collaboration avec les collectivités territoriales* ».

Dans l'article intitulé « *Branding et labels en tourisme : réticences et défis* »<sup>77</sup>, les auteurs expliquent les difficultés pour évaluer les retombées économiques des marques et labels : « *Si le label peut être considéré comme un moyen de rassurer le touriste lors de sa prise de décision, la hausse de fréquentation à la suite de la labellisation d'une destination touristique n'est toujours pas clairement démontrée [...]. Les sites labellisés sont souvent déjà des destinations connues, et dont la renommée a d'ailleurs pu contribuer à l'obtention de la labellisation. D'autre part, plusieurs facteurs externes pourraient contribuer à une hausse soudaine de leur fréquentation (ex : un film, une actualité médiatisée) (Hall et Piggin, 2002). [...] Toutefois, des exemples de destinations qui ont vu leur fréquentation augmenter à la suite de l'obtention d'un label font aussi école, et incitent d'autres gestionnaires de territoire à entreprendre de pareilles démarches. [...] Malgré ces statistiques sur la hausse de fréquentation, jusqu'à maintenant, on retrouve peu d'études scientifiques empiriques et quantitatives portant sur les impacts économiques des marques territoriales (Cai, 2002 ; Caldwell et Freire, 2004) ou d'un label (Lorenzini et al, 2010 ; Thogersen, 2000) ».*

De manière générale et selon les villes interrogées dans le cadre de cette étude, il est **très complexe de quantifier les retombées économiques** d'une marque comme « Destination pour tous » et de la mise en accessibilité d'un territoire. Nathalie Roussel, responsable à l'accessibilité universelle de la municipalité de Victoriaville au Québec indique « *qu'il n'existe pas de chiffres, ni d'indicateurs sur les*

<sup>75</sup> Source : Webzine OKEENEA - « Tourisme & Handicap », « Destination pour Tous », deux marques d'Etat pour des lieux de vacances accessibles à tous ! Interview de Luc Thulliez et Audrey Leroy - Mis en ligne le 6 février 2019 - <https://webzine.okeenea.com/tourisme-handicap-destination-pour-tous-vacances-accessibles/>

<sup>76</sup> Source : Webzine OKEENEA - « Tourisme & Handicap », « Destination pour Tous », deux marques d'Etat pour des lieux de vacances accessibles à tous ! Interview de Luc Thulliez et Audrey Leroy - Mis en ligne le 6 février 2019

<sup>77</sup> Source : « Branding et labels en tourisme : réticences et défis » - Auteurs : Pascale Marcotte, Laurent Bourdeau et Erick Leroux - Management & Avenir 2011/7 (n° 47), pages 205 à 222 - Mis en ligne sur Cairn.info le 01/03/2012





retombées économiques liées à la marque « Destination pour tous ». La municipalité ne parvient pas à déterminer si les retombées économiques sont liées à la marque ou non. Mais il est prévu, dans les plans, de développer un outil/indicateur pour évaluer ces retombées, afin de démontrer la corrélation entre la mise en place des actions d'accessibilité et l'impact sur l'économie. Il faut se doter d'outils d'expertise qui, aujourd'hui, sont rares.

Kéroul, qui décerne la certification « Destination pour tous » au Québec, a cependant réalisé une étude très intéressante en 2011 sur « *les comportements et attitudes des personnes ayant une incapacité physique en matière de tourisme, culture et transport au Québec* »<sup>78</sup>. Cette étude conclue que les retombées économiques liées au tourisme accessible aux personnes ayant une incapacité physique représentent un marché estimé à plus d'un milliard de dollars. Kéroul n'a pas lancé d'autres études depuis celle de 2011.

Au Québec en 2011, le tourisme accessible aux personnes ayant une incapacité physique représente un marché estimé à plus d'un milliard de dollars.

Etude sur les comportements et attitudes des personnes ayant une incapacité physique en matière de tourisme, culture et transport au Québec - KEROUl - 2011

On le sait, les retombées économiques de la mise en accessibilité pour la clientèle ayant des besoins spécifiques ne sont pas négligeables, notamment pour les hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie. Pourtant, un bon nombre d'entre eux se détournent de cette clientèle potentielle. Dans son projet réalisé dans le cadre universitaire en 2014, l'étudiante Virginie Auroy<sup>79</sup> démontre que les personnes ayant des besoins spécifiques représentent bel et bien un marché potentiel particulièrement intéressant pour le tourisme. De nombreuses études montrent que cette clientèle a « *des habitudes de voyage particulièrement avantageuses pour l'industrie touristique* », notamment pour les hôtels et restaurants (fidélisation, durée de séjour plus long, accompagnement dans la plupart des cas...). Virginie Auroy indique que « *développer des produits touristiques accessibles pourrait même aller toucher un marché « élargi », c'est-à-dire un public bien plus important que les seuls consommateurs de ce type de produits* ». « *De plus, les proches sont témoins des difficultés rencontrées par cette population et se font les ambassadeurs de leur cause, convainquant potentiellement un public encore plus large* ».

En interrogeant les villes ciblées dans l'étude, donc celles qui sont entrées ou qui souhaitent entrer dans une démarche de mise en accessibilité de leur territoire, il en ressort le même constat. Les retombées économiques ne sont pas mesurées et les interlocuteurs insistent sur la difficulté d'évaluer ces retombées, notamment par manque de moyens et d'outils. C'est là la limite de l'esprit de la loi de 2005, les personnes en situation de handicap notamment sont considérées au même titre que des personnes valides, et ne font donc l'objet d'aucun recensement particulier. Les aménagements créés en vue d'améliorer l'accessibilité des territoires ne font pas l'objet d'études statistiques et économiques.

Seule étude que nous avons recensé en France, celle que le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France a fait réaliser en 2017 sur les clientèles touristiques à besoins spécifiques (personnes ayant des difficultés motrices, auditives, visuelles, mentales, les personnes âgées, les femmes enceintes et les personnes avec des enfants en bas-âge) : **près de 2,1 millions de touristes à besoins spécifiques ont été accueillis à Paris Ile-de-France**, ce qui correspond à 4,3% des séjours touristiques de la destination

<sup>78</sup> Source : « Etude sur les comportements et attitudes des personnes ayant une incapacité physique en matière de tourisme, culture et transport au Québec » - 2011 - KEROUl

<sup>79</sup> Source : Projet consulting « L'incitation des gestionnaires d'hébergements touristiques à développer l'accessibilité de leurs établissements aux personnes en situation de handicap » - Virginie Auroy - Année universitaire 2013-2014





Paris Ile-de-France, près de 8,3% millions de nuitées et plus de 870 millions d'euros de consommation touristique<sup>80</sup>.

La plupart des offices du tourisme contactés ne mènent pas d'étude particulière non plus pour évaluer les retombées économiques liées à l'accessibilité des sites.

De manière générale, même si elles ne disposent pas de données statistiques, les collectivités qui ont faits des efforts dans le domaine de l'accessibilité constatent que le nombre de touristes en situation de handicap qui choisissent leur destination, est plus important. C'est le cas notamment de Grenoble, où les aménagements mis en place sont très appréciés par la population locale et où le confort d'usage s'est grandement amélioré. Mais, économiquement parlant, compte tenu de l'ampleur des travaux et aménagements réalisés à ce jour, les investissements ne sont pas encore cohérents avec les retombées économiques constatées pour cette ville. Saint-Etienne Métropole et la ville de Lille constatent également une hausse des touristes en situation de handicap, mais aucune étude particulière n'a été réalisée pour quantifier ces évolutions.

« Une hausse du nombre de touristes en situation de handicap a été constatée suite aux travaux »

Emmanuelle Fond, Responsable de la mission  
Tourisme et Culture, Saint-Etienne Métropole

D'autres villes, au contraire, n'ont pas perçu d'évolution des touristes en situation de handicap, comme c'est le cas pour Rochefort Océan.

Outre l'aspect économique des retombées, parmi les villes interrogées, deux constats font l'unanimité :

- La part des seniors dans le tourisme local augmente partout. Avec le vieillissement de la population et leurs ressources financières, les seniors représentent aujourd'hui une grande part de ce marché des personnes ayant des besoins spécifiques.
- L'image du territoire est valorisée par la mise en accessibilité. Toutes les villes ressentent le sentiment de participer à la valorisation de l'offre touristique de leur région. La clientèle touristique, au sens large, est satisfaite des aménagements mis en place puisqu'ils facilitent la vie de tous. La population locale bénéficie également au quotidien de ces aménagements et est très satisfaite.

Pour clore ce paragraphe sur les retombées économiques de la mise en accessibilité des territoires, nous pouvons juste constater que celles-ci ne sont pas ou très rarement mesurées et mesurables. Le manque d'outils et de moyens font que les collectivités ne sont pas dans la capacité d'évaluer les retombées économiques des investissements pourtant réalisés. Une chose est sûre, l'image du territoire est valorisée et les collectivités sont fières de proposer un tourisme inclusif qui s'adresse à toutes les clientèles touristiques, quels que soient leurs besoins spécifiques.

## 2. Les retombées économiques pour les hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie

Deux grandes catégories de gestionnaires et exploitants ont été contactés dans le cadre de cette étude : ceux qui ont obtenu la marque « Tourisme & Handicap » pour au moins deux types de

<sup>80</sup> Source : Etude sur les clientèles à besoins spécifiques et leurs accompagnateurs – Résultats 2017 – Comité Régional du Tourisme (CRT) Paris Ile-de-France. Dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroute et dans les gares routières





déficiences, et ceux qui ont réalisés une mise en accessibilité de leur établissement mais sans détenir la marque.

Dans les deux cas, nous faisons le même constat que pour les territoires. **Les retombées économiques de la mise en accessibilité des établissements ne font pas l'objet de données statistiques par les gestionnaires.** Elles ne sont pas mesurées, ni mesurables à l'échelle d'un petit établissement de 5<sup>ème</sup> catégorie. La transmission d'un questionnaire de satisfaction aux clients est rare dans les petits établissements, car leur analyse et leur traitement demandent beaucoup de temps aux gestionnaires. Même si quelques établissements en mettent à la disposition de leur clientèle, les questionnaires de satisfaction n'abordent pas la question de l'accessibilité des lieux. C'est donc encore une fois le ressenti des professionnels de tourisme que nous avons recueilli.

Les gestionnaires, exploitants et propriétaires d'hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie détenant la marque « Tourisme & Handicap » sont assez mitigés concernant les répercussions de celle-ci sur la fréquentation de leurs établissements.

Dans une étude de marché datant d'octobre 2009, intitulée « Adapter l'offre touristique aux handicaps »<sup>81</sup>, les retombées de la marque « Tourisme & Handicap » ont été évaluées. Selon cette étude, 79% des établissements se déclarent « très ou plutôt » satisfaits par rapport à leurs attentes initiales, mais « sur le plan économique strict, les résultats restent faibles, voire très faibles en moyenne. Seulement 12% des sites labellisés ayant une activité marchande déclarent une augmentation de leur chiffre d'affaires depuis l'obtention du label ». « En parallèle, l'incidence est faible sur le taux de remplissage pour les structures à caractère marchand : seules 15% constatent une hausse [plus marquée auprès des structures d'hébergement collectif]. L'effet semble nul sur l'augmentation de la durée des séjours puisque seuls 7% des professionnels sont concernés ». Mais l'étude met également en exergue des répercussions autres que strictement économiques. Ainsi, les retombées sur la relation client sont très nombreuses : effet positif sur la clientèle non handicapée, mixité, bonne image de l'établissement, effet positif sur la fidélisation de la clientèle handicapée, rôle positif sur la conquête de clientèle hors saison, conquête de clients seniors ou en recherche d'accessibilité.

Résultats Etude de marché : la population des personnes en situation de handicap et l'offre touristique française » – Octobre 2009 –Atout France :

Augmentation CA consécutive au label	
Oui	12%
Non	75%
Ne se prononce pas	13%
Total	100%

Clientèle supplémentaire apportée par le label hors saison	
Oui	33%
Non	65%
Ne se prononce pas	2%
Total	100%

Tendance du CA au regard des efforts réalisés pour le label	
Augmenter	31%
Rester identique	48%
Diminuer	2%
Ne se prononce pas	19%
Total	100%

Les conclusions de cette étude sont assez similaires à celles qui ressortent des entretiens menés auprès des gestionnaires d'hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie, ayant la marque ou pas.

En effet, au sens purement économique, le sentiment de tous les gestionnaires interrogés est commun : **les retombées économiques sont très faibles, voire nulles** depuis la réalisation des travaux

<sup>81</sup> Source : « Adapter l'offre touristique aux handicaps » - « Etude de marché : la population des personnes en situation de handicap et l'offre touristique française » – Octobre 2009 –Atout France / DGCIS





d'accessibilité. Comme nous l'avons évoqué précédemment, il s'agit là plus d'un ressenti que d'une réalité prouvée car ces retombées ne sont pas évaluées par les gestionnaires. Dans la plupart des cas, les travaux de mise en accessibilité ont été intégrés à des travaux plus lourds de rénovation totale de l'établissement. Par conséquent, il n'existe pas de données chiffrées fiables sur les retombées économiques à proprement dit. Les conséquences économiques sont très difficilement mesurables. La clientèle à mobilité réduite, et plus largement à besoins spécifiques, n'est pas comptabilisée par les hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie à des fins statistiques, d'autant plus que de très nombreux types de handicaps sont invisibles. De plus, un problème éthique se pose si l'on considère la clientèle ayant des besoins spécifiques comme une clientèle à part. Réaliser des statistiques sur ce public plutôt qu'un autre encourage la stigmatisation et va à l'encontre même de la loi qui vise à l'intégration totale de cette population.

La plupart des gestionnaires interrogés n'ont pas perçu d'évolution de leur clientèle en situation de handicap ou ayant des besoins spécifiques. Certains gestionnaires s'accordent à dire que la démarche de mise en accessibilité des petits hôtels et restaurants n'est pas incitative au regard des retombées économiques que cela génère. Seule évolution constatée dans de nombreux établissements : une légère augmentation de la clientèle senior mais sans grande incidence sur l'aspect économique de l'établissement.

Le constat est parfois très amer. Le gestionnaire d'un restaurant de 5<sup>ème</sup> catégorie à Bordeaux a indiqué lors de son entretien que les travaux de mise en accessibilité de son établissement ont représenté « beaucoup d'investissement pour rien, notamment en termes de place ». La création d'une rampe de 10m<sup>2</sup> et d'un sanitaire adapté (sur 160m<sup>2</sup> de restaurant) est disproportionnée au vu de la non-évolution de sa clientèle après travaux. Les gestionnaires n'ont pas forcément les connaissances, ni le recul nécessaire pour se rendre compte qu'ils améliorent l'usage de leur établissement pour toute leur clientèle.

Même si la plupart des gestionnaires que nous avons rencontrés en France n'a pas ou a peu ressenti de retombées économiques positives de la mise en accessibilité de leur établissement, le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France<sup>82</sup> met en exergue deux exemples internationaux plutôt flagrants concernant les retombées économiques positives liées à l'accessibilité :

- Chaîne hôtelière Scandic Hôtels en Suède (filiale de Hilton dans les pays scandinaves) : *elle possède 160 hôtels implantés en Europe du Nord (Belgique, Danemark, Estonie, Finlande, Allemagne, Pays-Bas, Norvège, Pologne, Suède). [...]Le retour sur investissement est fort. « Chaque mise en accessibilité doit générer un retour sur investissement au bout d'un an. Dans les hôtels à forte fréquentation et si l'on loue bien les chambres accessibles en fonction du handicap des clients, ce délai est ramené à 4 mois dans les faits »*. Dans un article de Marine Tondelier intitulé « *Handicap: Stockholm, la capitale la plus accessible du monde en 2010* » paru en 2008, l'auteur développe cet exemple : « *les gérants de ce groupe d'hôtels de luxe ont décidé de mettre en place un programme visant à rendre leurs hôtels accessibles à tous, aussi bien pour des raisons éthiques qu'économiques, puisque comme l'explique Magnus Berglund, ambassadeur du Handicap pour Scandic, la récente politique de la chaîne d'hôtel de luxe en faveur des personnes handicapées leur a permis d'attirer un nouveau type de clientèle, auquel les autres hôtels sont souvent peu adaptés* »<sup>83</sup>

<sup>82</sup> Source : Accessibilité – Qualité de l'accueil à Paris Ile-de-France « L'accessibilité : une opportunité pour la destination Paris Ile-de-France » - N°5 – Décembre 2013 – CRT Paris Ile-de-France

<sup>83</sup> Source : Marine Tondelier « Handicap: Stockholm, la capitale la plus accessible du monde en 2010 » - 24/02/2008 - <https://societesnordiques.wordpress.com/2008/02/24/handicap-stockholm-la-capitale-la-plus-accessible-du-monde-en-2010/#8230>







- *Chaîne d'hôtellerie Economique Microtel Inns & Suites aux Etats-Unis : Elle a augmenté son chiffre d'affaire de 275% en rénovant ses chambres accessibles au handicap moteur, en formant son personnel à l'accueil des personnes handicapées, et en établissant un plan de communication dédié fort.*

Outre cet aspect économique, **d'autres retombées, plus positives**, sont relevées par les gestionnaires que nous avons contactés : celles de l'image plus positive de leur établissement, de l'amélioration du confort d'usage pour tous, du sentiment de participer à la valorisation de l'offre touristique locale, et surtout de pouvoir accueillir toutes les clientèles quel que soit leurs besoins spécifiques. De manière générale, les clients sont satisfaits des aménagements créés par les hôteliers et restaurateurs en faveur d'une accessibilité améliorée.

Concernant l'impact de l'accessibilité sur l'image des établissements, Virginie Auroy<sup>84</sup>, dans son suivantes : « 56,7% de l'ensemble des participants pensent que l'accessibilité a un impact positif tangible sur son image. 26,7% d'entre eux pensent que cet impact est marginal, et 10% pensent que cela n'a pas d'impact ». Elle analyse ces données en expliquant que « un impact positif de l'accessibilité sur l'image est certes un argument en faveur de celle-ci pour les hébergements touristiques. Cependant, nous pensons qu'il est insuffisant à lui-seul pour un développement notable des efforts d'accessibilité ».

En conclusion, il est très difficile d'appréhender cette notion de retombées économiques positives émanant de la mise en accessibilité des hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie. Certains perçoivent l'accessibilité comme un levier économique majeur, d'autres (la majorité) pensent que l'accessibilité est surtout un devoir moral et humain (et réglementaire) et que l'accueil de toutes les clientèles est une priorité, sans forcément penser que cet accueil est « rentable » d'un point de vue économique.

Mais ici aussi, on se rend compte, au fil des entretiens menés, que cet aspect de retour sur investissement peut être amélioré par les gestionnaires eux-mêmes. La communication, par exemple, est un outil trop souvent sous-utilisé pour promouvoir les sites accessibles et mériterait d'être développé de façon significative.

## **D. L'analyse de l'offre : La communication : un outil à développer**

### 1. La communication autour de la marque Destination pour Tous

Cette marque permet de distinguer un territoire par rapport à un autre et représente pour les touristes un gage de garantie quant au choix de leur destination pour les vacances.

Dans l'article intitulé « *Branding et labels en tourisme : réticences et défis* »<sup>85</sup>, il est expliqué que détenir une marque est « un engagement public de l'organisation touristique aux yeux des consommateurs, engagement démontrant l'adhésion à des règles ou des normes qui sont contrôlées par un organisme

« Il est important de penser à la vie sociale des personnes ayant des besoins spécifiques : elles sont souvent accompagnées par leur conjoint, leur famille, leurs amis. Le fait de ne pas répondre à ces besoins limite forcément la clientèle. De manière générale, l'aménagement qui est nécessaire pour le handicap est un soulagement du quotidien pour les personnes valides. La vertu de l'exemple peut changer le regard »

Gérant d'un hôtel –restaurant à Le Rheu  
Administrateur à l'UMIH 35

mémoire, indique les statistiques

<sup>84</sup> Source : Projet consulting « L'incitation des gestionnaires d'hébergements touristiques à développer l'accessibilité de leurs établissements aux personnes en situation de handicap » - Virginie Auroy – Année universitaire 2013-2014

<sup>85</sup> Source : « Branding et labels en tourisme : réticences et défis » - Auteurs : Pascale Marcotte, Laurent Bourdeau et Erick Leroux - Management & Avenir 2011/7 (n° 47), pages 205 à 222 - Mis en ligne sur Cairn.info le 01/03/2012





*indépendant* ». Les marques « *peuvent être utilisées par l'organisation touristique à des fins promotionnelles* » [...] et « *pour réduire la perception de risque pour les consommateurs* ».

Nous l'avons compris, le fait de détenir une marque d'état comme « Destination pour tous » joue un rôle important pour les territoires, d'autant qu'aujourd'hui, ils sont peu nombreux à détenir la marque. Parmi les villes et territoires interrogés dans le cadre de la présente étude, de nombreux interlocuteurs estiment que la communication est un outil fondamental pour promouvoir la marque et la destination.

Pourtant, lorsque nous visitons les sites Internet des trois villes détenant aujourd'hui la marque « Destination pour Tous »<sup>86</sup> en France, nous nous rendons compte que la marque n'est pas mise en évidence sur les sites Internet officiels des villes. Aucun logo n'apparaît sur les pages d'accueil et il faut procéder à des recherches pour savoir que ces villes ont obtenu cette marque. Seul le site Internet de l'Office du tourisme d'Amiens a apposé le logo de la marque en page d'accueil. **Les collectivités reconnaissent aisément que la communication qu'elles font autour de la marque n'est pas suffisante et peut largement être améliorée.**

Certains hôtels et restaurants interrogés n'étaient pas au courant qu'ils étaient localisés dans une ville « Destination pour tous ». Une des pistes d'action serait de renforcer la communication au niveau local et de développer davantage les liens avec les hôtels et restaurants locaux de petite taille (moins de 100 personnes accueillies). Des guides, simples et succincts, à destination des hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie pourraient être élaborés, comme l'a fait la ville d'Amiens pour ses commerçants.

Au niveau local donc, la communication autour de la marque semble être insuffisante. Le constat est relativement similaire au niveau national.

Le manque de communication au niveau de l'Etat (qui gère les marques) est fréquemment relevé lors des entretiens menés auprès des collectivités.

**Le grand public connaît très peu la marque « Destination pour tous ».** Pourtant, les territoires ayant obtenu la marque « *bénéficient d'actions de communication sur les sites des Ministères chargés des personnes handicapées et du tourisme afin de faire connaître au grand public l'offre touristique et pourront être associées aux actions organisées au niveau national, européen ou international* »<sup>87</sup>. La DGE mène des actions de communication par le biais du site des marques nationales du tourisme ou encore par le colloque, organisé en mars 2017, pour un tourisme pour tous durant lequel les 3 territoires « Destination pour tous » avaient reçu un trophée DPT. Une communication plus forte est tout de même demandée, notamment par les villes candidates à cette marque. *Voir fiche-action n°7.*

Lorsqu'elles sont récompensées par un classement, un trophée ou un prix, les villes accessibles communiquent relativement bien, via la presse, leur newsletter ou leur site internet...Les organisateurs de ces événements communiquent également de leur côté. Ces reconnaissances sont souvent mises en avant et deviennent ainsi des outils de promotion du territoire.

Autre manière de communiquer, cette fois sur les établissements accessibles de la ville : certaines villes ont mis en place ces dernières années des cartes interactives avec la localisation et le nom de l'établissement accessible. On pourrait aisément imaginer dupliquer cette pratique pour les petits hôtels et restaurants en vue des grands événements sportifs à venir. *Voir fiche action n°10.*

En termes de communication, les moyens ne manquent pas. **Certaines initiatives sont innovantes et ambitieuses.** Nous l'avons abordé précédemment, l'organisation d'événements autour du thème de

<sup>86</sup> Amiens, Bordeaux et Balaruc-les-Bains

<sup>87</sup> Source : Cahier des charges de la marque Destination pour tous – Janvier 2018 – DGE - DGCS





l'accessibilité permet de créer du lien avec le grand public et les professionnels et de communiquer notamment sur les problématiques de l'accessibilité. *Voir fiches actions n°5 et 11.*

Le principal outil de communication qui est aujourd'hui le plus utilisé par les collectivités reste Internet. Les collectivités publiques ont l'habitude de communiquer par le biais du site Internet de la ville ou par celui de l'Office du Tourisme. Ainsi, bon nombre d'informations concernant les efforts fournis par la collectivité pour rendre accessible son territoire s'y trouvent. Nous notons tout de même que l'accessibilité n'est pas assez mise en avant sur les pages d'accueil des sites même si un onglet « Accessibilité » est souvent présent.

De nombreuses villes proposent aux internautes une liste des établissements recevant du public et/ou activités accessibles par exemple. Les offices du Tourisme proposent, dans la plupart des cas, la liste des hôtels et restaurants accessibles (très souvent sur la base du déclaratif). Souvent, des guides sont également élaborés par les collectivités pour communiquer sur l'accessibilité.

Suite aux entretiens menés avec les collectivités, nous relevons souvent un manque de communication entre la ville (ou le territoire) et les gestionnaires privés que sont les gestionnaires d'hôtels et restaurants par exemple. Les villes ne connaissent pas exactement le degré d'accessibilité des établissements privés, et les hôteliers et restaurateurs ne sont pas forcément au courant des efforts réalisés par la ville en matière d'accessibilité. Dans le cadre de l'accueil de grands événements sportifs comme la Coupe du Monde de Rugby en 2023 et les JOP en 2024, il serait intéressant de renforcer les liens entre ces deux types d'acteurs, notamment au travers d'actions de la part des CCI, des CMA ou encore l'UMIH et le Synhorcat<sup>88</sup>.

## 2. La communication autour des établissements hôteliers et de restauration accessibles

Comme nous l'avons déjà évoqué précédemment, les gestionnaires d'hôtels et restaurants de 5ème catégorie ne ressentent pas ou très peu de retombées économiques positives de la mise en accessibilité de leur établissement. En menant des entretiens avec ces acteurs, on se rend compte que la communication autour de la mise en accessibilité de leur établissement fait très souvent cruellement défaut. On sait que la **communication est primordiale** pour promouvoir une destination et les prestations d'un établissement. Pourtant, dans plusieurs cas rencontrés, les gestionnaires ne communiquent que très peu, voire pas du tout sur l'accessibilité et le confort d'usage.

### ⇒ **Les établissements Tourisme & Handicap**

Sur les 17 hôtels et restaurants interrogés, 11 ont obtenu la marque « Tourisme & Handicap » (soit 64,7% du panel). Seulement 6 d'entre eux ont apposé le logo de la marque sur la page d'accueil de leur site Internet, soit un peu plus de la moitié. Pourtant, « *lorsqu'ils signent l'acte d'engagement<sup>89</sup>, les gestionnaires s'engagent à communiquer sur la marque. Malgré cela, la volonté de communiquer est très faible* » indique Annette Masson, Présidente de l'Association Tourisme et Handicaps (ATH) que nous avons pu contacter. On peut alors légitimement se poser la question de **l'importance de la communication autour de cette marque et l'impact d'une mauvaise communication** sur les retombées économiques de l'établissement. Car, l'établissement accessible, s'il ne communique pas à ce sujet, se prive de plusieurs clients potentiels. Quand on connaît les difficultés pour les personnes à besoins spécifiques à trouver un hébergement adapté à leurs besoins, il est clair que le potentiel est largement réduit si on tient compte de cette problématique de la communication.

<sup>88</sup> CCI : Chambres de commerce et d'industrie / CMA : Chambre de Métiers et de l'Artisanat / UMIH : Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie / Synhorcat : Syndicat National des Hôteliers Restaurateurs Cafetiers Traiteurs

<sup>89</sup> Acte d'engagement Tourisme & Handicap : le candidat déclare sur l'honneur qu'il mettra en œuvre tout moyen pour faire connaître et promouvoir la marque T&H, notamment en affichant les pictogrammes obtenus sur la documentation et les supports de promotion, conformément à la charte graphique.





Pourquoi tant de réticences à communiquer sur l'accessibilité de l'établissement ? Annette Masson, Présidente de l'ATH, nous donne quelques pistes pour expliquer ce phénomène : « *Parfois, ils « oublient » lorsqu'une refonte de leur site Internet est réalisée, parfois ils ne souhaitent pas accueillir « trop » de personnes en situation de handicap dans leur établissement* ». Ainsi, le constat est flagrant : il n'existe pas d'information détaillée sur les chambres adaptées, pas de logo de la marque sur le site Internet, pas de descriptif sommaire des travaux réalisés pour améliorer l'accessibilité. « *Ceci rend encore plus compliquée la tâche pour les personnes en situation de handicap pour trouver un hébergement adapté* » se désole-t-elle. Quand on pose la question directement aux gestionnaires concernés, les réponses sont étonnantes : soit ils ne veulent pas mettre cette particularité en avant car ils estiment qu'ils n'en ont pas l'utilité, soit ils attendent une refonte de leur site Internet pour intégrer le logo de la marque (très souvent, le site Internet est géré par un tiers et la moindre modification a un coût), soit ils considèrent que cela ne sert à rien aux vues des retombées économiques minimales qu'ils en retirent. Et c'est bien là le problème, la problématique des retombées économiques est ici mise en avant alors même que la communication est réduite de leur propre fait.

Dans une interview consacrée au Webzine OKEENEA<sup>90</sup>, Audrey Leroy, chargée des questions de communication pour les trois marques nationales du tourisme au Pôle structuration thématique et territoriale de l'offre touristique (à la DGE), reconnaît un manque de communication autour de la marque « Tourisme & Handicap » : « *Les résultats montrent qu'un visiteur sur quatre ayant des besoins spécifiques connaît la marque « Tourisme & Handicap », ce qui est plutôt encourageant ! Mais il reste beaucoup à faire, notamment en termes de communication et mise en évidence des lieux et sites touristiques qui répondent à leurs contraintes* ». Elle précise que « *l'Etat poursuit ses actions promotionnelles notamment via la diffusion de flyers qui présentent la marque et renvoient vers le moteur de recherche intégré dans notre site [www.tourisme-handicap.gouv.fr](http://www.tourisme-handicap.gouv.fr) afin de valoriser et faire connaître les professionnels labellisés. Ce qui reste vraiment à faire en termes de communication, c'est d'intégrer T&H dans une stratégie de tourisme pour tous, en prenant en compte l'accessibilité universelle au-delà du handicap. C'est ce sur quoi nous travaillons déjà car nous avons bien identifié le fait que les exigences de la marque répondent aux besoins des personnes en situation de handicap mais également aux personnes à besoins spécifiques tels que les seniors, les familles, les femmes enceintes, les touristes étrangers... etc. Nous menons par ailleurs actuellement la nouvelle édition de l'étude sur l'accueil et la satisfaction des clientèles touristiques en France : la mesure intègre cette année davantage cette notion de clientèle à besoins spécifiques (afin de déterminer les profils, leurs besoins et leurs attentes) ainsi qu'une analyse de la satisfaction de la marque T&H* ».

Cette communication sera d'autant plus renforcée que la marque « Tourisme & Handicap », dont le nom est assez explicite, sensibilise de plus en plus les seniors<sup>91</sup> et les autres personnes à besoins spécifiques. Un des objectifs de la DGE, qui porte la marque, est de trouver le moyen **d'inciter les gestionnaires d'hôtels et restaurants « Tourisme & Handicap » à communiquer avec le logo de la marque sur leur site Internet ainsi que sur les supports promotionnels de l'établissement et d'afficher la plaque de la marque à l'entrée.**

#### ⇒ **Les autres établissements accessibles**

Sur les 6 établissements accessibles ne détenant pas la marque que nous avons pu contacter et/ou rencontrer, le constat est encore plus alarmant : aucun ne communique sur les travaux réalisés en faveur de l'accessibilité. Voir fiche action n°12. Pourtant, le fait de faire figurer le logo « Tourisme & Handicap » pour les établissements concernés, un pictogramme « fauteuil roulant » ou encore un

<sup>90</sup> Source : Webzine OKEENEA - « Tourisme & Handicap », « Destination pour Tous », deux marques d'Etat pour des lieux de vacances accessibles à tous ! Interview de Luc Thulliez et Audrey Leroy - Mis en ligne le 6 février 2019

<sup>91</sup> Source : « Adapter l'offre touristique aux handicaps » - Atout France - Octobre 2009





pictogramme représentant un autre type de handicap sur la page d'accueil du site Internet de l'établissement, reste un mode de communication bon marché et très efficace. Rappelons qu'Internet constitue la première source d'information et que « *la marque représente un outil de promotion et de communication mais également de valorisation de l'offre touristique et de sécurisation de l'information* »<sup>92</sup>.

En 2017, le site de l'information touristique Apidae propose « *d'inciter les prestataires à avoir des rubriques clairement identifiées sur leur propre site sur le sujet. C'est rassurant pour le consommateur et cela permet de ne pas casser la chaîne de l'information. C'est déstabilisant de trouver une info sur le site d'un Office de Tourisme ou d'un Comité Départemental du Tourisme mais pas sur celui du prestataire...* »<sup>93</sup>.

Les **mentalités doivent encore évoluer** et **les efforts sont à poursuivre**. La communication doit faire partie intégrante de la stratégie de croissance de l'établissement. Dans un contexte où l'information circule de plus en plus vite et où tout se partage avec les retours d'expérience, l'échange avec la clientèle ciblée est indispensable afin de la satisfaire et de la fidéliser. Pour avoir des retours sur investissement positifs, nous pensons qu'il faut mettre la communication au cœur des priorités. Paradoxalement, nous constatons que ce sont surtout les gestionnaires des établissements qui s'auto-déclarent accessibles (mais qui ne le sont pas vraiment, par manque de connaissance du sujet) qui communiquent là-dessus, plutôt que ceux qui le sont réellement et qui détiennent la marque « Tourisme & Handicap ».

La **volonté politique est essentielle** pour rendre un territoire accessible à tous, mais les acteurs privés doivent suivre cette logique publique pour que le territoire soit inclusif. La cohérence des actions est nécessaire et un territoire ne pourra être entièrement inclusif si les actions des uns et des autres ne sont pas corrélées.

Ce chapitre sur l'analyse de l'offre nous permet de montrer que des réels efforts ont été fournis ces dernières années autant par les collectivités publiques que par les gestionnaires privés. Mais, il faut repenser l'accessibilité par le prisme d'une collaboration entre le public et le privé pour que les actions des uns et des autres puissent être complémentaires. Ce ne sont pas uniquement les attentes et les besoins des personnes en situation de handicap qu'il faut satisfaire mais bel et bien ceux des personnes à besoins spécifiques (beaucoup plus nombreuses). Le concept des besoins doit s'élargir aux personnes à besoins spécifiques pour que l'accessibilité profite au plus grand nombre.

La préparation d'un séjour touristique adapté peut parfois s'apparenter à un véritable parcours du combattant pour certaines personnes. Il est indispensable que l'offre touristique en France soit exemplaire, notamment en vue des grands événements sportifs à venir.

---

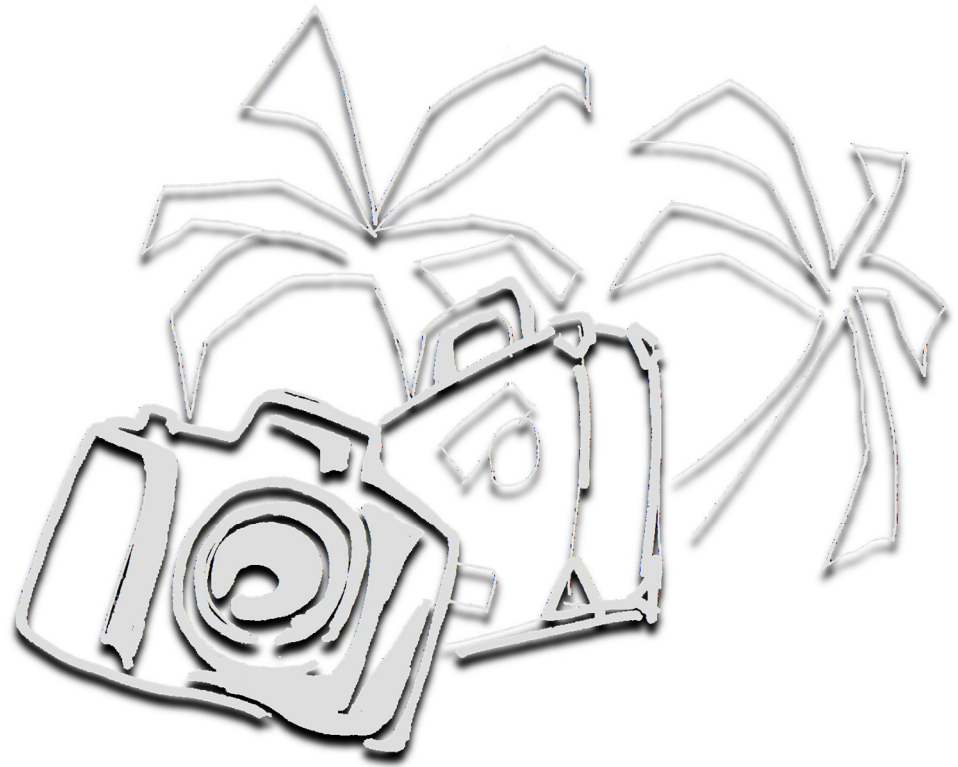
<sup>92</sup> Source : « Adapter l'offre touristique aux handicaps » - Atout France – Octobre 2009

<sup>93</sup> Source : Apidae l'information touristique – « Journée utilisateur : Bien saisir ses informations sur le handicap dans Apidae » – Publié le 27/03/2017 - <https://www.apidae-tourisme.com/journee-utilisateur-bien-saisir-ses-informations-sur-le-handicap-dans-apidae/>





### III. BESOINS ET ATTENTES DES PERSONNES A BESOINS SPECIFIQUES (ANALYSE DE LA DEMANDE)





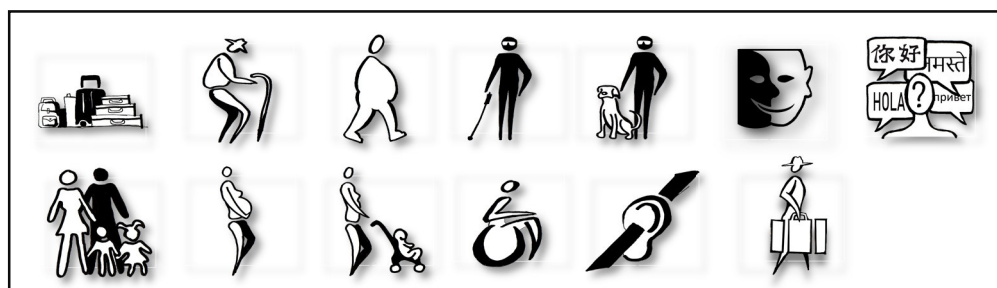
L'offre en matière d'accessibilité dans le tourisme est riche et variée mais doit encore se développer afin d'offrir aux touristes ayant des besoins spécifiques un tourisme inclusif et adapté à tous, et ce sur tout le territoire français. Pour répondre à cette problématique, il est nécessaire d'analyser la demande et donc les besoins et attentes de cette clientèle particulière. Il est clair que les enjeux sont importants. « *Un visiteur bien accueilli se fera l'ambassadeur de [la] destination* ». L'accessibilité représente « *un avantage concurrentiel à développer pour la destination* »<sup>94</sup>.

Il convient dans un premier temps de définir les personnes à besoins spécifiques au sens de la présente étude, c'est-à-dire au sens large du terme. Nous l'avons abordé dans le chapitre I, il s'agit des :

- Personne en situation de handicap (auditif, cognitif, moteur, visuel, sensoriel, polyhandicap, trouble de santé invalidant, handicap invisible) ;
- Personne en perte d'autonomie liée à l'âge (séniors). On peut distinguer deux catégories de seniors : les « jeunes » seniors qui ont des revenus importants et qui consomment beaucoup et les autres, plus âgés, dont l'état de santé nécessite des aménagements particuliers ;
- Personne qui rencontre des difficultés dans ses déplacements du fait de sa situation familiale (familles nombreuses, parent(s) avec poussette, parent(s) avec enfant(s)...)
- Personne qui rencontre des difficultés dans ses déplacements du fait de son état de santé, momentané ou continu (personne plâtrée, avec cannes ou béquilles, femmes enceintes, personne de forte corpulence, de petite taille...)
- Personne qui ne maîtrise pas la langue maternelle du pays dans lequel il séjourne (handicap de la langue) ;
- Personne qui se déplace avec des bagages volumineux...

*Des précisions sur le public-cible de l'étude se trouve en annexe 8 de l'étude.*

La société d'aujourd'hui ne perçoit pas forcément toutes ces personnes comme des personnes ayant des besoins spécifiques et pourtant, c'est bien le cas. Nous pouvons tous passer un jour ou l'autre dans l'une de ces catégories. Il faut donc bien prendre conscience que le tourisme actuel doit évoluer et offrir un cadre qui puisse accueillir l'ensemble des clients, quels que soient leurs besoins. Pour mener à bien cette étude, nous avons mené une enquête en ligne auprès des usagers (valides et à besoins spécifiques) et contacté des associations représentatives des personnes ayant des besoins spécifiques. *En annexe 4, la méthodologie employée par ACCESMETRIE est présentée de manière plus détaillée.*



Source : Les personnes à besoins spécifiques –ACCESMETRIE – Dessins de Franck Théodule

<sup>94</sup> Source : Accessibilité – Qualité de l'accueil à Paris Ile-de-France « L'accessibilité : une opportunité pour la destination Paris Ile-de-France » - N°5 – Décembre 2013 – CRT Paris Ile-de-France





## **A. Profil des répondants au questionnaire en ligne et choix des associations interrogées**

### *1. Les usagers (personnes valides et avec besoins spécifiques).*

Afin de recueillir à la fois la perception des personnes valides, des personnes en situation de handicap et des personnes à besoins spécifiques sur l'accessibilité des hôtels et restaurants accessibles, ACCESMETRIE a élaboré, en concertation avec les Ministères mandataires de l'étude, un questionnaire sur le tourisme. Des questions diverses et variées, en lien avec l'hôtellerie et la restauration, portant sur le choix de la destination touristique, la durée du séjour, le budget dépensé, la satisfaction, la fidélité à la destination, etc... ont été posées. **Au total, 540 questionnaires** (dont 8 en anglais) **ont été reçus, insuffisant pour pouvoir représenter la population française aujourd'hui. Cependant, il nous semble pertinent d'analyser les données obtenues qui font émerger des attentes et besoins de la population sur l'accessibilité des hôtels et restaurants.** Le traitement des données s'est fait via le logiciel SurveyMonkey<sup>95</sup>. Ces données n'ont pas de valeur statistique au sens littéral du terme mais permettent tout de même de faire ressortir des tendances intéressantes.

*Le questionnaire se trouve en annexe 9 de l'étude.*

### *2. Les associations représentatives de personnes à besoins spécifiques*

« Les associations œuvrent pour l'accompagnement des personnes handicapées dans les différentes étapes de leur vie. Elles sont organisées le plus souvent par type de handicap. Très diverses, par leur taille, leurs moyens et leurs activités, leur implantation locale leur permet d'avoir une bonne connaissance des besoins et des ressources ainsi qu'une expérience et un savoir-faire reconnus. Les associations de personnes handicapées conseillent, informent les jeunes et leurs familles en fonction du type de handicap (auditif, mental, moteur, visuel, troubles des apprentissages...). Elles leur apportent un soutien (formations pour les parents, échanges de bonnes pratiques, emploi, information sur la recherche scientifique...). Certaines se regroupent au sein d'unions ou de fédérations »<sup>96</sup>. L'objectif commun des associations représentantes des personnes à besoins spécifiques, et plus particulièrement des associations de personnes handicapées, est de créer une société plus accessible.

**Compte tenu du nombre insuffisant de retours des questionnaires en ligne, nous avons également sollicité directement les associations représentatives des personnes à besoins spécifiques, qui sont quotidiennement au contact avec elles et qui connaissent parfaitement leurs attentes en matière de tourisme. Malgré une prise de contact avec une liste conséquente d'associations (69 au total), les retours n'ont pas été nombreux.** 17 associations de personnes en situation de handicap (auditif, mental, moteur, visuel), de personnes âgées / seniors et de familles ont accepté de répondre à nos questions, sur les 4 grandes thématiques suivantes :

- Attentes recherchées / prestations attendues dans un hôtel ou un restaurant accessible
- Préparation d'un séjour touristique
- Principales difficultés rencontrées dans les hôtels et restaurants
- Bonnes pratiques

Les données recueillies de la part des associations sont très intéressantes et ont permis de centraliser les principales attentes et besoins des personnes concernées et les difficultés qu'elles rencontrent durant leurs séjours touristiques.

<sup>95</sup> SurveyMonkey est un site de sondage en ligne fondé en 1999 par Ryan Finley. SurveyMonkey propose des sondages personnalisables, ainsi qu'une série de programmes de statistiques.

<sup>96</sup> Source : Les associations de soutien aux personnes handicapées - 20 juin 2018 - <http://www.onisep.fr/>







## B. Les principales thématiques de l'étude

### 1. Les attentes et besoins des personnes ayant des besoins spécifiques

D'une manière générale et ce qui ressort du questionnaire en ligne et des entretiens, c'est que les personnes ayant des besoins spécifiques ont des besoins humains avant tout.

Elles souhaitent bénéficier des mêmes prestations que les autres personnes, que ce soit d'ailleurs dans le secteur du tourisme ou dans d'autres secteurs. Profiter de ses vacances comme tout un chacun, telle est leur volonté. Malheureusement, on le sait, même si la France a fait d'énormes progrès en termes d'accessibilité, notamment dans le domaine du tourisme, des progrès restent encore à faire pour garantir un tourisme inclusif sur l'ensemble du territoire.



Source : <https://www.okvoyage.com/>

« Les touristes à besoins spécifiques pratiquent les mêmes activités et parcours de visite que l'ensemble des clientèles, notamment sur les sites incontournables de la destination »<sup>97</sup>.

« Les comportements de consommation des personnes en situation de handicap lors de séjours touristiques sont globalement peu différents de ceux de l'ensemble de la population. Toutefois, il existe des points de divergence majeurs en ce qui concerne les habitudes de séjour : une préférence pour des séjours plus longs et un recours plus fréquent à l'hébergement marchand »<sup>98</sup>. D'où l'importance, pour les hôteliers, de prendre en considération et mieux cerner les besoins et attentes de cette clientèle.

Quand elles ont les moyens financiers de voyager, la principale attente des personnes à besoins spécifiques concerne les **conditions d'accessibilité des lieux touristiques** et plus précisément, dans notre enquête, des hôtels et des restaurants. Quand on parle d'accessibilité ici, cela doit se comprendre au sens large du terme, c'est-à-dire les aménagements intérieurs des établissements mais également toute la chaîne de déplacement en amont (voirie, transports publics, proximité des commerces, environnement immédiat), l'accès à l'information et les accès aux activités. Les associations représentatives des personnes ayant des besoins spécifiques sont unanimes, elles souhaitent tout simplement l'application des textes réglementaires, ceci afin que l'autonomie des personnes souhaitant voyager soit la plus grande possible.

Dans les autres pays, l'accessibilité aux lieux touristiques est aussi un problème. Selon le Réseau Européen du Tourisme Accessible (ENAT) en 2013, « Ces dernières années, environ 37% des personnes

<sup>97</sup> Source : Tourisme : qui sont ces visiteurs "à besoins spécifiques" ? - 20 décembre 2018 -

<https://www.banquedesterritoires.fr/> - Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France « Les clientèles touristiques à besoins spécifiques et leurs accompagnateurs » - Résultats 2017

<sup>98</sup> Source : Guide de savoir-faire « Adapter l'offre touristique aux handicaps » - Etude de marché : la population des personnes en situation de handicap et l'offre touristique française - DGCIS / Atout France - Octobre 2009





*handicapées en Allemagne ont décidé de ne pas voyager faute d'installations accessibles, mais 48% voyageraient davantage si celles-ci existaient, et 60% seraient même prêts à payer plus »<sup>99</sup>.*

Certes, dans la majorité des cas, les personnes à besoins spécifiques (et plus particulièrement les personnes en situation de handicap), voyagent accompagnées mais le sentiment d'autonomie sur un lieu est primordial.

**L'accueil** est une deuxième grande attente de la part de cette population. Lors de l'entretien mené avec Thierry Jammes, Président de la commission d'accessibilité de l'association CFPSAA<sup>100</sup> et Vice-Président de la Fédération des Aveugles et Amblyopes de France, il précise que : « *même si l'établissement n'est pas entièrement aux normes, l'accueil peut compenser le manque d'équipement* ». Ainsi, et toutes les associations interrogées dans le cadre de cette étude le soulignent, l'accueil reste fondamental dans l'accessibilité. La quasi-totalité des associations pensent que la formation (et a minima la sensibilisation) du personnel d'accueil d'un établissement hôtelier ou de restauration est essentielle pour bien accueillir les touristes ayant des besoins spécifiques. Le fait d'être attentionné, attentif, prendre le temps, être à l'écoute des clientèles à mobilité réduite provoque un sentiment de bienveillance à l'encontre de ces personnes.

Vincent Assante, Président de l'ANPIHM<sup>101</sup>, lui-même en fauteuil roulant, sait reconnaître immédiatement si le personnel de l'hôtel ou du restaurant qu'il fréquente a été sensibilisé / formé ou non à l'accueil des personnes en situation de handicap. « *Par exemple, si la personne de l'accueil s'adresse uniquement à l'accompagnateur de la personne en fauteuil et non pas à la personne elle-même, c'est souvent qu'elle n'a pas suivi une formation dans ce domaine. C'est alors l'attitude de la personne en fauteuil qui va être déterminante : souvent elle s'impose, répond à la question posée et ainsi, le regard change* ».

La réglementation impose une **formation** obligatoire à l'accueil des personnes en situation de handicap pour les ERP de 1<sup>ère</sup> à 4<sup>ème</sup> catégorie. La cible de l'étude, les hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie, n'entrent donc pas dans cette obligation et les associations, comme les usagers, le regrettent. La formation (avec des mises en situations, des études de cas...) permet au personnel d'être en mesure d'accueillir et d'accompagner les personnes à mobilité réduite reçues dans l'établissement. Même si la formation n'est pas obligatoire pour les ERP de 5<sup>ème</sup> catégorie, la sensibilisation, elle, est préconisée pour tous les ERP. Un guide de présentation des différents types de handicap et de préconisations à destination des gestionnaires d'ERP et de leurs équipes en contact avec le public, « *Bien accueillir les personnes handicapées* », a été élaboré dans ce cadre par le Ministère de la Transition écologique et solidaire et par le Ministère de la Cohésion des Territoires. *Voir fiches actions n°1 et 2.*



Plaquette informative: Bien accueillir les personnes handicapées – Oct. 2017

<sup>99</sup> Source : L'Echo touristique - Handicap : le tourisme a tout à gagner à s'adapter - Par Fabrice Bugnot – 11/03/2013

<sup>100</sup> CFPSAA : Confédération Française pour la Promotion Sociale des Aveugles et Amblyopes

<sup>101</sup> ANPIHM : Association Nationale Pour l'Intégration de Personnes Handicapées Moteurs





## 2. Préparation d'un séjour touristique

Décider au dernier moment de partir en week-end prolongé peut sembler facile pour une personne n'ayant pas de besoins spécifiques, mais ça l'est beaucoup moins pour une personne en situation de handicap ou à mobilité réduite. Trouver la destination et un hébergement adapté à ses besoins, dans un délai restreint, ne sont pas toujours choses aisées. Toutes les associations que nous avons contactées abordent systématiquement cette problématique.

Il existe certes des agences de voyages spécialisées dans les séjours pour les personnes à mobilité réduite mais ces dernières sont encore nombreuses à souhaiter partir par leurs propres moyens.

L'**anticipation** est quasi-obligatoire lorsque l'envie de séjourner dans une destination se fait ressentir et cela rassure. L'imprévu n'est pas possible et l'**organisation d'un séjour touristique** demande beaucoup de temps et d'énergie aux personnes à besoins spécifiques. Selon notre enquête en ligne (540 répondants), dont les résultats ne font pas office de statistiques, les sites Internet représentent le premier recours à l'information (83,94%) et les sites Internet des hôtels sont également très visités au moment des recherches (66,12%). L'accessibilité numérique représente un enjeu fort car Internet reste un des moyens de communication les plus efficaces aujourd'hui.

Nous l'avons déjà abordé, les informations présentes sur les sites Internet des hôtels et des restaurants ne sont pas toujours fiables et reposent très souvent sur du déclaratif. « *Afin de mieux répondre aux attentes des personnes en situation de handicap, l'offre de services touristiques proposée doit progresser grâce à une information fiable et centralisée, en lien avec chaque type de handicap. La bonne organisation du séjour dépend à la fois de l'identification de l'information juste, permettant de prévoir les activités réalisables sur place, et de la multiplicité des sources existantes* »<sup>102</sup>. La fiabilité de l'information constitue un des engagements forts de la marque T&H mais concrètement, trop de sites labellisés T&H communiquent peu, les recherches sont donc plus complexes. *Voir fiche action n°13*. En complément des informations visibles sur les sites Internet, les touristes ayant des besoins spécifiques doivent très souvent s'assurer de l'accessibilité du site en passant un appel téléphonique à l'hôtel ou au restaurant afin de recueillir un maximum d'information sur l'accessibilité de l'établissement (demande de photos notamment).

Une autre problématique peut être soulevée concernant les établissements détenant la marque « Tourisme & Handicap » : outre le manque de communication par les gestionnaires eux-mêmes sur la détention de la marque, **nous avons pu constater que ces établissements ne sont pas non plus valorisés par les associations représentatives des personnes à besoins spécifiques**. En effet, les associations ne communiquent pas sur les établissements ayant la marque alors que l'on pourrait penser que ces entités sont considérées comme de véritables relais d'informations. Une des explications pourrait résider dans le fait que certaines grandes associations proposent elles-mêmes des séjours vacances avec des hébergements adaptés. Ainsi, communiquer à propos des hôtels « Tourisme & Handicap » serait considéré comme faire de la publicité à la concurrence.

A titre d'exemple, l'Association des Paralysés de France (APF) a développé un service national d'organisation de séjours de vacances nommé « APF Évasion ». « *APF Évasion organise l'été des séjours de vacances adaptés aux personnes en situation de handicap. 1200 accompagnateurs sont recrutés et formés chaque année pour accompagner 1200 vacanciers lors de séjours inoubliables* »<sup>103</sup> peut-on lire sur leur site Internet.

<sup>102</sup> Source : Guide de savoir-faire « Adapter l'offre touristique aux handicaps » - Etude de marché : la population des personnes en situation de handicap et l'offre touristique française – DGCS / Atout France – Octobre 2009

<sup>103</sup> Source : <https://www.apf-evasion.org/>





L'association Valentin Haüy organise également de séjours adaptés aux personnes déficientes visuelles en France et dans d'autres pays.

**La marque « Tourisme & Handicap » est donc très peu représentée sur les sites Internet des associations alors que l'objectif même des associations est de faciliter les démarches pour trouver, par exemple, un hébergement adapté pour les séjours touristiques.** Nous pensons que l'émergence d'un partenariat entre les associations et le ministère en charge de la marque « Tourisme & Handicap », sur le modèle du conventionnement entre la DGE et les plateformes de référencement, pourrait accroître la venue de touristes à besoins spécifiques dans ces établissements, et ainsi augmenter les retombées économiques de ces établissements. *Voir fiche action n°13.*

Les offices du tourisme des villes destinations sont également un point d'entrée très fréquemment utilisé par les personnes ayant des besoins spécifiques.



Source : <https://www.avh.asso.fr/sites/>

Une fois l'hébergement adapté trouvé, la **réservation** est indispensable. Annette Masson, Présidente de l'Association Tourisme & Handicaps (ATH) pointe les difficultés pour réserver une chambre adaptée sur les sites Internet des hôtels : « *Aujourd'hui, sur la plupart des sites internet, il est possible de réserver la chambre souhaitée (simple, double, avec vue sur la mer...) mais la fonction de réserver une chambre adaptée est rare. Souvent, les personnes handicapées règlent la chambre sur Internet puis appellent le gestionnaire pour indiquer qu'ils souhaitent la chambre accessible. Si celle-ci n'est pas disponible aux dates souhaitées, la personne doit annuler sa réservation et est remboursée plus tard (avance de frais inutile...) ».*

Pour les restaurants, la même problématique se pose. Les personnes à besoins spécifiques doivent réserver en amont et prévenir le personnel de leur arrivée pour que le service soit adapté. Les personnes en situation de handicap moteur mais également les familles nombreuses doivent anticiper leur sortie au restaurant. « *De manière générale, si le restaurant n'est pas réservé et qu'il y a du monde déjà installé ou si le restaurant paraît trop étroit, les personnes en fauteuil vont ailleurs »* souligne Vincent Assante, Président de l'ANPIHM<sup>104</sup>.

En plus du choix de la destination touristique et du lieu d'hébergement, la question des transports est également à anticiper. D'après notre sondage en ligne, 81,97% utilisent leur voiture personnelle pour se rendre sur leur lieu de vacances. Aujourd'hui en effet, les voitures peuvent s'adapter au handicap spécifique de la personne. L'avion et le train sont également souvent utilisés par les personnes ayant des besoins spécifiques (respectivement 56,56% et 53,28%) mais le moyen de transports est à étudier au cas par cas selon les besoins spécifiques de chacun et selon la destination choisie.

### 3. Retour d'expérience : Principales difficultés rencontrées dans les hôtels et restaurants

Pour pouvoir répondre aux attentes et aux besoins des personnes à besoins spécifiques, il semble plus que nécessaire de connaître les principales difficultés auxquelles cette population est confrontée, notamment lorsqu'elle se rend dans un hôtel ou un restaurant dans le cadre d'un séjour touristique.

<sup>104</sup> ANPIHM : Association Nationale Pour l'Intégration de Personnes Handicapées Moteurs





En analysant les retours du questionnaire en ligne et les entretiens menés auprès des associations, ce sont souvent les mêmes difficultés qui sont rencontrées par les personnes aux besoins spécifiques identiques.

Pour les personnes en fauteuil roulant, la **problématique du « déclaratif »** revient fréquemment. Les gestionnaires sont parfois persuadés que leur établissement est accessible à tous et le déclarent comme tel sur leur site Internet ou sur leurs flyers alors qu'en réalité, ils ne le sont pas forcément. Nombreux sont ceux qui « découvrent » une fois sur place la présence d'obstacles à l'accessibilité, parfois insurmontables. Même si dans la préparation de leur séjour touristique, ces personnes contactent quasi-systématiquement les gestionnaires par téléphone pour compléter les informations du site Internet, elles n'obtiennent pas forcément de réponses précises. Vincent Assante, Président de l'ANPIHM, apporte une explication à ce phénomène : « *Cette problématique est souvent rencontrée dans les petits établissements, les grandes chaînes sont souvent plus accessibles. Pour les ERP de 5<sup>ème</sup> catégorie, une attestation sur l'honneur suffit pour signaler que l'établissement est accessible. Il n'y a pas de contrôle. Même si le gestionnaire est de bonne foi, il connaît rarement toute la réglementation liée à l'accessibilité* ». Le manque de connaissance du sujet, la problématique de la conformité des sites à l'instant T et le manque de contrôle périodique dans les petits établissements complètent cette explication. On l'a vu précédemment, la marque « Tourisme & Handicap » est la seule marque d'Etat qui garantit une information sûre et fiable sur l'accessibilité d'un établissement. Pour faciliter les recherches des personnes à besoins spécifiques, il faudrait procéder à un recensement des chambres adaptées dans les hôtels, et des restaurants accessibles, avec vérification par une personne compétente afin d'éviter les problématiques liées au déclaratif (sur le modèle de la marque « Tourisme & Handicap »). L'édition de guides recensant les hôtels et restaurants accessibles, par type de handicap ou de besoin spécifique, faciliterait grandement la recherche d'information (guides disponibles sur le site Internet de l'Office du tourisme ou de la ville). On pourrait même imaginer la création d'une application mobile où seraient géolocalisés les établissements accessibles. Autre problème rencontré : parfois les touristes ayant des besoins spécifiques tombent sur des plateformes téléphoniques et n'arrivent pas à avoir le gestionnaire de l'établissement directement en ligne. L'Association des Paralysés de France (APF) souligne ainsi que « *les informations sont alors plus difficiles à obtenir* ».

De nombreuses associations nous ont également fait part des **mauvais conseils prodigués par certaines sociétés** dans l'accessibilité. Faute de formation suffisante, certains conseils n'ont pas été appropriés au cadre bâti existant et la mise en œuvre des travaux par la suite a mal été réalisée. Ainsi, les gestionnaires, pensant avoir réalisé des travaux de mise aux normes accessibilité, se sont trouvés face à des obstacles subsistants alors qu'ils pensaient les avoir supprimés. De même, la formation des architectes est parfois remise en cause par les associations qui pensent que celle-ci pourrait être plus orientée vers l'accessibilité.

Autres difficultés rencontrées fréquemment dans les hôtels et restaurants : le sanitaire adapté (lorsqu'il existe) qui sert de stockage pour le personnel et qui devient donc inutilisable pour un usager en fauteuil roulant et la présence de buffet avec l'utilisation de plateaux. Les touristes concernés sollicitent dans ce cas une aide à la personne, à condition que celle-ci soit prévue par l'établissement.

Pour les personnes déficientes visuelles, la principale difficulté rencontrée dans les hôtels et restaurants reste le **refus du chien guide**. Les associations représentatives comme Les Cannes Blanches, ATH<sup>105</sup>, l'ANMCGA<sup>106</sup> ou encore AVH<sup>107</sup> abordent très régulièrement cette problématique. A

<sup>105</sup> ATH : Association Tourisme et Handicaps

<sup>106</sup> ANMCGA : Association Nationale des Maîtres de Chiens Guides d'Aveugles

<sup>107</sup> AVH : Association Valentin Haüy





cause de l'hygiène ou tout simplement par peur, les chiens sont très souvent refusés dans les établissements ouverts au public. Pourtant, la loi<sup>108</sup> est très claire : les chiens guides d'aveugles ont le droit d'accéder à tous les lieux publics. Malheureusement, une forte méconnaissance des lois sur l'accessibilité des lieux publics aux chiens guides d'aveugles persiste. « *Malgré la loi, les difficultés d'accès, voire les refus, restent fréquentes. Ainsi, en 2017, 88 cas ont été recensés par l'Association nationale des maîtres de chiens guides d'aveugles alors que la France compte 1 500 maîtres de ces toutous d'exception qui aident ces hommes à se déplacer, sans se heurter à une moto mal garée, une poubelle plantée sur un trottoir, à indiquer, grâce à leur museau, une place libre dans le métro* »<sup>109</sup>. Voir fiches actions n°1 et 2.

Deux autres points sont souvent abordés par les personnes déficientes visuelles :

- ce qui est relatif à la sécurité incendie des lieux est souvent écrit en petit caractères, pas en relief, manque d'information sonore dans les chambres des hôtels, etc...
- Les menus dans les restaurants ne sont pas adaptés aux personnes malvoyantes et non voyantes (pas de braille, écriture trop petite, pas de contraste visuel)

Voir fiches actions n°1 et 2.

L'office du Tourisme de Toulouse constate que les grands espaces, et notamment les chambres adaptées dans les hôtels, sont très recherchés par la clientèle nord-américaine en surpoids. Il s'agit d'une demande croissante de la part de ces touristes.

De manière générale, pour toutes les personnes ayant des besoins spécifiques et les associations qui les représentent, il ressort très régulièrement du questionnaire et des entretiens, la problématique de la formation du personnel d'accueil. Nous avons déjà abordé ce sujet et cela fait d'ailleurs partie des principales attentes et besoins des touristes à besoins spécifiques. L'accueil est essentiel dans un hôtel ou un restaurant et un bon accueil peut, dans certains cas, combler un manque d'équipements dans un établissement.

Selon notre enquête en ligne (540 répondants), les aménagements qui manquent le plus dans les hôtels sont, par ordre :

- Salle de bain aménagée (49,84%)
- Sanitaire adapté (41,32%)
- Rampe d'accès (38,80%)
- Ascenseur (37,22%)
- Chambres et lits adaptés (34,38%)

Toujours selon notre enquête en ligne (dont les résultats ne sont pas exhaustifs car les retours ont été insuffisants), l'offre touristique des hôteliers en France est jugée insuffisante pour 35,46% alors que l'offre touristique des restaurateurs est jugée insuffisante pour 63,97% des répondants.

Plusieurs guides ont été élaborés pour aider les gestionnaires d'hôtels et de restaurants à rendre accessible leur établissement ou à adopter les bons comportements selon le handicap du client. A titre d'exemple, nous pouvons citer :

<sup>108</sup> Article 88 de la loi n°87-588 du 30 juillet 1987, modifié par la loi du 5 août 2015

<sup>109</sup> Source : Article Le Parisien « Les chiens guides d'aveugles ne sont pas les bienvenus partout » Par Elsa Mari - 23/05/2018 - <http://www.leparisien.fr/>





- Le guide « Bien accueillir les personnes handicapées » publié par la Délégation Ministérielle à l'Accessibilité en 2016.
- Le guide « Cafés, hôtels, restaurants et discothèques : Réussir l'accessibilité » du Ministère de l'Écologie, du Développement durable, des transports et du logement (2011).
- Le guide « L'Ad'AP, une opportunité pour améliorer le confort d'usage pour tous et valoriser votre offre touristique » proposé par la DGE et Atout France à destination des professionnels de l'hôtellerie et de la restauration qui exploitent des Établissement recevant du public (ERP) de 5<sup>ème</sup> catégorie.

Ces guides sont nombreux mais souvent méconnus des gestionnaires d'hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie. S'assurer de la transmission de ces guides est une tâche difficile. Les CCI, les CMA, les syndicats (ex : Synhorcat) ou l'UMIH pourraient être de bons relais pour transmettre ces documents très utiles.

#### 4. Les bonnes pratiques recensées dans les hôtels et restaurants

Pour la présente étude, il nous a semblé important de recueillir les bonnes pratiques de certains hôtels et restaurants afin de donner de bonnes idées à reproduire et à généraliser à d'autres établissements. La plupart des bonnes pratiques recensées concernent la déficience visuelle.

#### **Formation, sensibilisation et information**

Il est clair que la formation, même si elle n'est pas obligatoire pour les établissements recevant du public de 5<sup>ème</sup> catégorie, constitue un élément essentiel favorisant l'accès aux établissements. Le personnel d'accueil formé ou sensibilisé pourra orienter et accompagner le touriste, quels que soient ses besoins spécifiques, dans l'établissement. Le personnel formé accueillera sans problème un chien guide d'aveugle. Afin de sensibiliser également le grand public, certains établissements arborent déjà un panneau à l'entrée, ce qui évite ainsi toute exclusion. Les salons, conférences, débat autour de sujets sur l'accessibilité peuvent également accroître la sensibilisation du grand public.



#### **Equipements (cf. voir fiches actions n°1 et 2)**

Les **balises sonores** sont fortement recommandées par les associations représentatives des personnes malvoyantes et non-voyantes. La personne aveugle utilise une télécommande balise sonore ou un smartphone pour activer le message sonore présent dans la balise. Les messages contenus dans une balise permettent d'orienter la personne déficiente visuelle ou de l'informer sur les horaires d'ouverture, le nom de l'établissement, par exemples. Ce système n'est pas obligatoire mais il permet aux personnes déficientes visuelles d'avoir des repères sonores pour se déplacer.

En 2015, STREETLAB en partenariat avec l'Institut de la Vision et EO GUIDAGE, a réalisé une étude sur les balises sonores et leur réponse aux usagers. « Cette étude a démontré qu'il existe un écart en termes d'efficacité, entre la localisation de l'entrée d'un bâtiment équipé ou non d'une balise : 100% des participants y sont parvenus en présence de balise, contre seulement 20% sans balise, sans compter le gain de temps et la diminution du stress qui ne sont pas négligeables. 80% des déficients visuels citent



Source : <https://www.okeenea.com/actualites/balise-sonore-deficients-visuels/>





spontanément la balise sonore comme étant le dispositif le plus utile pour eux. 81.3% des participants qui possèdent une télécommande l'utilisent pour activer les balises sonores »<sup>110</sup>.

De plus en plus de restaurants en France proposent des « **cartes sonores** » pour permettre aux personnes déficientes visuelles d'avoir accès aux menus, mais également aux touristes ne maîtrisant pas la langue du pays. La Jeune chambre économique française (JCEF) a donc créé des « cartes sonores » en 2015. « Ce dispositif consiste à leur proposer des menus préenregistrés sur un dictaphone. Les restaurants français sont de plus en plus nombreux à s'équiper afin d'assurer un meilleur accueil de cette clientèle »<sup>111</sup>. En 2018, « près de 120 restaurants, dont deux étoilés, proposent ce service aux personnes dans l'incapacité de lire une carte ». Il s'agit d'un dispositif très simple d'utilisation : un dictaphone sur lequel les restaurateurs enregistrent la carte de leur établissement, plage par plage et en numérotant les plats. Les trois touches principales du dictaphone avance/lecture/recule sont rendues tactiles grâce à un système de perles. « Une aide est apportée aux restaurateurs pour l'enregistrement des menus, en les conseillant sur l'intonation et le tempo à adopter. Pour 80 euros, ils peuvent investir dans un kit prêt à l'emploi comprenant : un dictaphone, un menu en caractères agrandis et en braille, une notice explicative, un autocollant « restaurant équipé » à placer sur la devanture de leur établissement et des badges pour les serveurs. D'après le directeur de la JCEF, les restaurateurs ayant adhéré au projet voient leur investissement très vite rentabilisé, notamment grâce aux partenariats de la JCEF avec des associations de personnes aveugles et malvoyantes puisque leurs membres privilégient les établissements équipés »<sup>112</sup>. Les associations de personnes malvoyantes et non voyantes reconnaissent que l'audio est plus pratique que le braille. « Trop difficile à traduire, trop coûteuse à renouveler à chaque changement de menu et... peu compréhensible. « Les aveugles de naissance maîtrisent le braille. Mais ceux qui le sont devenus à cause d'un accident de la vie, c'est rare. L'audio est plus pratique », tranche Camille Carpentier [président de la Jeune chambre économique de Beauvais] »<sup>113</sup>.



Source : Le courrier Picard

<sup>110</sup> Source : OKEENEA – « La balise sonore : le dispositif le plus utile pour les déficients visuels » - 23/11/2015

<sup>111</sup> et <sup>112</sup> Source : Handicap.fr – « Des cartes de restaurant sonores pour les aveugles » par Assan Haidara - 27 mars 2018

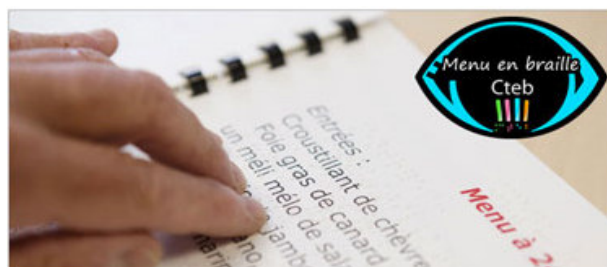
<sup>113</sup> Source : Courrier Picard – « Les cartes sonores au menu dans plusieurs restaurants de Beauvais » - Christophe Le-Bas - 24/10/2017







Bien sûr, certains restaurants proposent tout de même leur **menu en braille**. Le Cteb (Centre de Transcription et d'Édition en Braille) propose de les réaliser pour un coût compris entre 30 et 60 € par menu (un exemplaire peut suffire pour un restaurant, deux sont généralement commandés). Comme pour les cartes sonores, le restaurateur se verra remettre « *un sticker adhésif à coller sur votre porte ou devanture de restaurant portant le label « menu en braille », cette information permet aux voyants d'informer les personnes déficientes visuelles de l'existence d'un menu en braille dans l'établissement en question* »<sup>114</sup>.



Source : <https://www.cteb.fr/menus-en-braille/>

Outre les cartes sonores, de nombreux participants à notre étude proposent de généraliser les **tablettes** pour les menus des restaurants. La tablette permet d'agrandir les caractères, de zoomer si besoin, d'ajouter facilement la photo du plat côté du nom, de rajouter des pictogrammes identifiables par les personnes présentant une déficience mentale (viandes, poissons, desserts...).

### **Bonnes initiatives (cf. voir fiches actions n°1 et 2)**

L'Association Tourisme et Handicaps (ATH) accorde une grande importance à la mise en situation que ce soit des clients ou du personnel pour mieux comprendre les problématiques du handicap. ATH organise donc régulièrement des repas à l'aveugle dans des restaurants (formation obligatoire pour les offices du tourisme par exemple). Cette formation permet au stagiaire de se rendre compte des difficultés que peuvent rencontrer les personnes en situation de handicap (exemple : désosser une cuisse de poulet, quand on est non voyant, s'avère très compliqué. La personne aura besoin d'une aide pour découper).

Certaines associations comme l'Association des Paralysés de France (APF) proposent de mettre en ligne un petit film sur les sites Internet des hôtels et restaurants pour présenter les différents accès à l'établissement (de la zone de stationnement aux différents services proposés) afin de mieux rendre compte de l'accessibilité réelle du site. Cela permet d'apporter un complément au déclaratif et le touriste peut ainsi visualiser les éventuelles difficultés auxquelles il peut être confronté lors de sa venue.

Les associations et les usagers interrogés souhaitent voir se développer davantage de partenariats entre les hôtels et les prestataires de transports comme les chaînes de taxis par exemple, car très souvent, une fois sur place, les touristes rencontrent des difficultés pour cheminer vers les activités touristiques extérieures à l'établissement.

Dans les années à venir, l'offre touristique devra être considérée comme une globalité (à la fois hébergement, restauration, activités, loisirs...). Pour répondre aux aspirations des personnes ayant des besoins spécifiques, tout l'enjeu sera de proposer une offre touristique adaptée globale.

<sup>114</sup> Source : <https://www.cteb.fr/menus-en-braille/>





## CONCLUSION

Personnes à mobilité réduite, personnes en situation de handicap, mais aussi seniors (parmi lesquels les jeunes seniors à forte capacité de consommation), femmes enceintes, familles nombreuses, familles avec enfants, voyageurs avec valises volumineuses, personnes de forte corpulence... **La question de l'accessibilité est cruciale** pour les professionnels du tourisme s'ils ne veulent pas se priver d'une clientèle de plus en plus nombreuse, c'est-à-dire de marchés potentiels.

Malgré le retard pris par la France dans la mise en accessibilité de son patrimoine et de ses espaces publics, le **pays progresse dans le domaine de l'accessibilité** et des efforts ont été fournis ces dernières années à la fois par les collectivités, mais aussi par les acteurs privés.

Certes, il reste encore **d'énormes marges de progrès** mais l'approche par l'usage vient peu à peu compléter l'approche normative. Même si la mise en accessibilité est parfois complexe, de nombreux acteurs ont pris le parti de se lancer dans une démarche concrète d'accessibilité pour faire évoluer les pratiques et les regards.

La France accueille des millions de touristes chaque année et se doit d'être exemplaire en matière d'inclusion. Elle doit proposer une offre touristique globale intégrant toutes les populations, quelles qu'elles soient. L'objectif est de rendre accessible à tous les lieux touristiques, afin que les personnes à besoins spécifiques puissent voyager et profiter de leurs vacances comme tout un chacun, avec la plus grande autonomie possible. Tout le monde a le droit de vivre une expérience touristique, quels que soient ses besoins. La quasi-totalité des personnes ayant des besoins spécifiques souhaitent voyager et séjourner dans les mêmes conditions que les personnes valides.

En 2013, David Amiaud (docteur en géographie), dans son article intitulé « *L'expérience touristique des personnes autrement capables* », soulignait l'importance des vacances pour les personnes à besoins spécifiques : « *En somme, la « capabilité » à être touristes par l'amélioration de la qualité des lieux touristiques est un facteur donnant aux personnes à mobilité réduite un nouveau droit, le droit au tourisme, et la « capabilité » d'exercer pleinement ce droit au tourisme conditionne la concrétisation de leur bien-être* »<sup>115</sup>.

Pour le gouvernement, les prochains événements sportifs tels que la Coupe du Monde du Rugby en 2023 et les Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024, doivent être une opportunité pour convaincre les gestionnaires des hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie, globalement moins accessibles que les grandes chaînes par exemple, de saisir cette occasion pour mettre en œuvre les travaux de mise en accessibilité nécessaires pour accueillir au mieux les personnes à besoins spécifiques.

**On ne parle plus uniquement des personnes en situation de handicap mais bel et bien des personnes à besoins spécifiques au sens large.** La sous-direction du tourisme à la DGE, par le biais du décret du 28 août 2019, s'inscrit dans ce changement de philosophie. En effet, elle propose, met en œuvre et évalue la politique nationale en matière d'accueil, notamment en matière de qualité de l'accueil touristique et d'accueil des personnes à besoins spécifiques (et non plus des personnes handicapées).

Le tourisme accessible revêt des enjeux majeurs pour le pays (en termes d'image, de renommée, de retombées économiques, d'inclusion, etc...). La mise en accessibilité est une obligation pour réussir les

---

<sup>115</sup> Source : « L'expérience touristique des personnes autrement capables. Inclusion socio-spatiale et bien-être ? » David Amiaud – 2013 - <https://journals.openedition.org/teoros/>





rendez-vous de 2023 et 2024 mais également une opportunité pour attirer une nouvelle clientèle « prometteuse ». Avec près de 12 millions de personnes ayant des besoins spécifiques, il ne s'agit pas là d'une niche de marché mais bel et bien d'un marché en pleine croissance dont la demande est de plus en plus forte. Pour tendre vers un tourisme inclusif, qui constitue une filière touristique en devenir, il est impératif de mobiliser l'ensemble des acteurs, publics et privés, pour proposer une offre touristique adaptée. Finalement, les actions des uns et des autres sont intimement liées de sorte que l'accessibilité soit cohérente et que la chaîne de déplacement ne soit pas rompue.

Les données statistiques sur le handicap et le tourisme sont très peu nombreuses, les données quantitatives n'ont pu être intégrées à la présente étude. Toutefois, **les témoignages recueillis ont abouti à des conclusions intéressantes.**

Les divers entretiens mettent en évidence **l'importance fondamentale de la sensibilisation et de la communication.** Au cours des dernières années, la technologie a considérablement transformé notre façon de voyager à travers un large éventail de sites Internet ou d'applications mobiles, qui sont utilisés pour prendre des dispositions de voyage, acheter des billets de transport, réserver un hôtel, rechercher des informations sur les activités de loisirs dans la destination touristique souhaitée,... des solutions innovantes sont mises en place pour permettre de référencer l'accessibilité des lieux touristiques. La qualité et la fiabilité de l'information constituent des facteurs décisifs dans le choix d'une destination, mais très souvent, les personnes à besoins spécifiques sont confrontées à la problématique du déclaratif.

La création de marques d'Etat comme « Tourisme & Handicap » ou encore « Destination pour Tous » a pour vocation de proposer une offre touristique et des destinations touristiques accessibles, et de garantir des lieux touristiques adaptés et inclusifs. La communication est essentielle pour faire connaître ces marques auprès du public cible mais également auprès du grand public. A cet égard, « Tourisme & Handicap » et « Destination pour tous » apportent aussi « un plus » en garantissant une information fiable. Ces marques gagnent à être plus connues.

**Les retombées économiques liées à la mise en accessibilité d'un établissement hôtelier ou de restauration de 5<sup>ème</sup> catégorie sont aujourd'hui très difficilement mesurables** et ne font pas, ou très peu, l'objet de statistiques ou d'études. Ces retombées, purement économiques, sont perçues comme très faibles, voire nulles, par les gestionnaires contactés dans le cadre de cette étude. Il est cependant certain que tous les moyens ne sont pas encore mis en place pour changer la tendance et que certaines actions peuvent tout à fait améliorer ce constat. Cette étude aboutit à la rédaction de fiches actions dans lesquelles des recommandations opérationnelles sont proposées.

En plus d'être un droit pour tous, le tourisme ouvert aux personnes à besoins spécifiques représente d'importantes opportunités pour les hôteliers et restaurateurs (amélioration du confort d'usage pour tous, fidélisation de la clientèle, commercialisation de séjours plus longs, amélioration de l'image de l'établissement...).

*« La fréquentation touristique d'une destination va dépendre du degré d'accessibilité des infrastructures de cette zone, des services offerts, de leur usage, de l'environnement local et de l'implication des acteurs publics et professionnels du territoire. Une indispensable synergie est à rechercher au niveau infra-territorial, entre les professionnels du tourisme et les projets territoriaux de développement local, favorisant l'émergence de territoires touristiques accessibles »<sup>116</sup>.*

---

<sup>116</sup> Source : Claude Blaho-Ponce, « La chaîne d'accessibilité, pivot de l'accès au Tourisme Handicap », Téoros [En ligne], 2013, mis en ligne le 15 décembre 2015 - <http://journals.openedition.org/teoros/2509>





Le Portugal illustre bien ce propos puisqu'il est devenu le premier pays à recevoir le prix « Destination touristique accessible » décerné pour la première fois cette année (en septembre 2019) par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT).

Pour Marie-Odile Beau, Directrice de projet au Pôle structuration thématique et territoriale de l'offre touristique à la DGE, « *le tourisme accessible est un facteur de valorisation et d'attractivité de l'Hexagone. Il faut développer nos savoir-faire et les rendre plus visibles. Alors que le pays prépare activement les Jeux olympiques et paralympiques de 2024 à Paris, assurer l'accueil de tous s'avère primordial* »<sup>117</sup>.

La Coupe de Monde de Rugby en 2023 et surtout les Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024 sont une chance pour améliorer l'accessibilité de la capitale et des grandes villes qui accueilleront les épreuves. Ces grands événements sportifs donneront un coup de projecteur sur Paris et la France. « *Les Jeux constitueront [...] un puissant levier au service des progrès des territoires attendus par la population. [...] Les Jeux constituent par leur retentissement, leur impact médiatique (3,7 milliards de téléspectateurs, 25 000 journalistes) un formidable outil de promotion internationale pour le pays hôte* »<sup>118</sup> indique le comité Paris 2024 sur son site Internet. Les personnes à besoins spécifiques et notamment les personnes en situation de handicap misent beaucoup sur ces événements pour accélérer la mise en accessibilité des établissements, de la voirie, des transports, des espaces publics.... Les actions en faveur d'une accessibilité universelle profiteront à un bon nombre de touristes et permettront, sans aucun doute, d'apporter des retombées positives pour les professionnels du tourisme qui se seront inscrits dans une démarche d'accessibilité. L'idée de mieux accueillir les personnes à besoins spécifiques pourrait certainement aussi contribuer à faire prolonger les séjours des touristes et faire en sorte que la France ne soit plus (ou moins) un pays de transit.

**De nombreuses start-up (comme Picto Access, Facil'iti...) ont d'ores et déjà cerné tout l'enjeu de l'accessibilité et ont développé des technologies, notamment numériques, pour répondre aux besoins des personnes à besoins spécifiques.**

**Mais aujourd'hui, c'est l'ensemble des acteurs qui doit se mobiliser pour assurer, demain, un tourisme universel, inclusif et adapté au plus grand nombre.**

**Cette étude a montré que les hôteliers et restaurateurs perçoivent encore trop souvent la mise en accessibilité de leur ERP relativement aux personnes en situation de handicap, avec un focus sur le handicap moteur. Pourtant, la mise en accessibilité, notamment :**

- **profite à une clientèle non seulement importante (personnes à besoins spécifiques), mais aussi « prometteuse » ;**
- **améliore considérablement le confort d'usage pour tous dans un établissement ;**
- **favorise la « revisite » : la clientèle ayant des besoins spécifiques est plus fidèle que la moyenne ;**
- **peut être mise en œuvre à partir de « bonnes pratiques », d'un écosystème développé par les territoires, des marques nationales du tourisme, de solutions « innovantes » avec notamment les start-up (exemples : application dédiée, solution numérique, plan tactile et interactif....) ;**
- **constitue aussi une opportunité pour réussir les rendez-vous de 2023 et 2024 et ainsi renforcer l'attractivité de la destination « France ».**

<sup>117</sup> Source : Tourisme accessible : une norme volontaire pour partager les bonnes pratiques – 09/02/2018 - <https://normalisation.afnor.org/actualites/tourisme-accessible-norme-volontaire-partage-bonnes-pratiques/>

<sup>118</sup> Source : <https://www.paris2024.org/fr/impact-et-heritage/>





Les échanges avec les gestionnaires d'ERP ont fait ressortir un besoin de « recommandations les plus opérationnelles possible » et d'actions de proximité type « présentiel ». Les exploitants ont notamment exprimé un besoin d'éléments « pro-actifs » plutôt que d'un « guide supplémentaire ». A partir des enseignements tirés de cette étude et dans une conception d'accessibilité et de confort d'usage pour toutes les personnes à besoins spécifiques (seniors, parents avec poussette, familles avec enfant(s), femmes enceintes, personnes de forte corpulence, personnes ne maîtrisant pas la langue française, personnes de petite taille....), ACCESMETRIE propose 13 recommandations opérationnelles au format fiches actions. Pour plus de lisibilité, ces fiches opérationnelles sont regroupées dans le tome 2, utilisable de manière autonome. Ces fiches actions, qui ont vocation à évoluer, sont destinées aux acteurs publics et privés, dont notamment les hôteliers et restaurateurs gestionnaires d'ERP de 5<sup>ème</sup> catégorie.

*La vertu de l'exemple pour changer le regard...pour une accessibilité universelle réussie.*





## REMERCIEMENTS

La société ACCESMETRIE remercie les nombreuses personnes auditionnées qui ont contribué à la réalisation de l'étude :

- Les collectivités territoriales qui ont consacré du temps pour répondre à nos questions ;
- Les hôteliers et restaurateurs qui nous ont fait part de leur ressenti concernant les retombées suite à la mise aux normes de leur établissement ;
- Les associations représentantes des personnes à besoins spécifiques qui ont bien voulu nous exprimer les problématiques rencontrées fréquemment par les usagers mais aussi mettre en avant les bonnes pratiques ;
- Les autocaristes et agences de voyage qui nous ont fait un retour sur les destinations et les habitudes de voyages des personnes à besoins spécifiques ;
- Les start-up qui ont notamment développé une solution numérique / application dédiée aux personnes à besoins spécifiques pour leurs précisions sur les produits créés ;
- Les usagers qui ont accepté de répondre à notre questionnaire en ligne ;
- Les collaborateurs d'ACCESMETRIE :
  - Qui, par leur situation géographique, ont permis d'aller à la rencontre des différents acteurs auditionnés et ont permis de diffuser au plus grand nombre le questionnaire en ligne ;
  - Par la création des illustrations de ce rapport et l'élaboration de la frise en pied de page de ce document. Celle-ci a évolué au fil des différents Comités de Pilotage (COFIL) et a pour vocation de revaloriser l'accessibilité universelle.
- Et tous les autres acteurs qui, de près ou de loin, ont contribué à cette étude.

Les remerciements vont aussi tout particulièrement aux services de la Direction Générale des Entreprises (le Pôle structuration thématique et territoriale de l'offre touristique au sein de la Sous-direction du tourisme et le bureau P3E3) et au service des politiques sociales et médico-sociales de la Direction Générale de la Cohésion Sociale qui nous ont particulièrement accompagnés tout au long de cette étude lors des dix comités de pilotage.





## IV. Annexes

<b>IV. ANNEXES.....</b>	<b>70</b>
ANNEXE 1 - BIBLIOGRAPHIE .....	71
ANNEXE 2 - LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES.....	81
ANNEXE 3 – LES MARQUES NATIONALES DU TOURISME .....	89
ANNEXE 4 – LA METHODOLOGIE EMPLOYÉE PAR ACCESMETRIE .....	94
ANNEXE 5 – LES CLASSEMENTS DES VILLES LES PLUS ACCESSIBLES AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP.....	102
ANNEXE 6 - TRAMES VIERGES D'ENTRETIEN.....	111
ANNEXE 7 – LES AIDES ET SUBVENTIONS.....	115
ANNEXE 8 – LES POPULATIONS CIBLES DE L'ÉTUDE.....	119
ANNEXE 9 – QUESTIONNAIRE EN LIGNE.....	122
ANNEXE 10 – LES VILLES CIBLEES POUR L'ÉTUDE.....	141
ANNEXE 11 – TABLE DES SIGLES ET ABBREVIATIONS.....	149
ANNEXE 12 – FEUILLES DE PRESENCE (REUNIONS COMITE DE PILOTAGE).....	151





## ANNEXE 1 - BIBLIOGRAPHIE

### Introduction

1. Ministère de l'économie, 03/2019. « *Consommation touristique record en France en 2017* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques/4-pagesndeg87-consommation-touristique-record-france-2017>
2. Ministère des affaires sociales, de la santé et des droits des femmes. Etude « *les chiffres clés du handicap 2014* ».
3. Catalina Devandas-Aguilar, 2019. Rapport : « *les droits des personnes handicapées* » (à l'issue de sa visite en France en 2017) [En ligne]  
Disponible sur : <http://www.inshea.fr/sites/default/files/www/sites/default/files/medias/ONU%20Rapport.pdf>
4. INSEE, 01/03/2016. *Tableaux de l'économie Française* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1906664?sommaire=1906743>
5. Sénat, 19/03/2019. *Projet de loi, Orientation des mobilités* [En ligne]  
Disponible sur : [https://www.senat.fr/enseance/2018-2019/369/Amdt\\_226.html](https://www.senat.fr/enseance/2018-2019/369/Amdt_226.html)

### Chapitre 1

6. Ministère de l'économie. *Mémento du Tourisme*, Edition 2018 – Données de l'OMT
7. Ministère de l'économie, 03/2019. « *Consommation touristique record en France en 2017* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques/4-pagesndeg87-consommation-touristique-record-france-2017>
8. Ministère de l'économie. *Mémento du Tourisme*, Edition 2018
9. Ministère de l'économie. *Mémento du Tourisme*, Edition 2018 – Données de l'OMT
10. Conseil Interministériel du Tourisme (CIT), 01/2019. *Dossier de presse*.
11. Ministère de l'économie. *Mémento du Tourisme*, Edition 2018. (Dont sources : Atout France, Ministère de la Culture et de la Communication, Direction générale des patrimoines, Département de la politique des publics).
12. Ministère de l'économie, 03/2019. *Hôtels Cafés Restaurants, La filière restauration* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.entreprises.gouv.fr/secteursprofessionnels/commerce/hcr/filiererestaurant>
13. Ministère de l'économie. *Mémento du Tourisme*, Edition 2018.







14. Ministère de l'économie, 12/2016. « *Moins d'un Français sur deux part au moins une semaine l'été* », *Les 4 pages de la DGE N°65* [En ligne]  
Disponible sur : [https://www.entreprises.gouv.fr/files/directions\\_services/etudes-et-statistiques/4p-DGE/2016-12-4p65-non-depart.pdf](https://www.entreprises.gouv.fr/files/directions_services/etudes-et-statistiques/4p-DGE/2016-12-4p65-non-depart.pdf)
15. Ministère de l'économie, 29/09/2017. Enquête : « *les statistiques sur le tourisme de la DGE et de la banque de France* » [En ligne]  
Disponible sur : [https://www.cnis.fr/wp-content/uploads/2017/10/DC\\_2017\\_2e\\_reunion\\_COM\\_entreprises\\_enquetes\\_SDT\\_EVE\\_DGE\\_BdF.pdf](https://www.cnis.fr/wp-content/uploads/2017/10/DC_2017_2e_reunion_COM_entreprises_enquetes_SDT_EVE_DGE_BdF.pdf)
16. Marie-Cécile Renault, 2016. « *Les 5 chiffres clés qu'il vous faut connaître sur les travailleurs handicapés en France* » [En ligne]  
Disponible sur : <http://www.lefigaro.fr/>
18. Jean-Bernard TITZ et Lucas VIALLIS, 2001. Etude de marché de la population handicapée face à l'offre touristique française. *Livre Blanc « TIC, handicap et tourisme »*.
19. Jean-Bernard TITZ et Lucas VIALLIS, 10/2014. *Livre Blanc « TIC, handicap et tourisme »*.
20. INSEE, 01/03/2016. *Tableaux de l'économie Française* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1906664?sommaire=1906743>
21. Christophe Bouillon, 10/02/2017. *Rapport du député sur les touristes seniors* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/tourisme-seniors-chiffres>
22. Coach Omnium, 10/2016. *Etude : « les seniors et l'hôtellerie »* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.coachomnium.com/bonus/etude-seniors-lhotellerie.html>
23. UNAF. *Chiffres clés de la Famille*, Edition 2017.  
Disponible sur : [https://www.unaf.fr/IMG/pdf/chiffres\\_clefs\\_de\\_la\\_famille\\_2017.pdf](https://www.unaf.fr/IMG/pdf/chiffres_clefs_de_la_famille_2017.pdf) INSEE, recensement 2013. « *Vivre en couple avec ou sans enfant, ou seul avec enfant (sans limite d'âge de l'enfant)* ».
24. Comité Régional du Tourisme (CRT) Paris Ile-de-France, 2017. Etude : « *les clientèles à besoins spécifiques et leurs accompagnateurs* » (Dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroute et dans les gares routières).
25. TCI Research - pour le compte de la Direction Générale des Entreprises (DGE) et du Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères (MEAE), 05/2018. Enquête de satisfaction : « *clientèles touristiques en France* ».
26. Ministère de la transition écologique et solidaire, 12/03/2019. *Politique de l'accessibilité* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/politique-de-l-accessibilite>
27. Maire info, 15/06/2018. « *Le gouvernement va déployer un réseau d'ambassadeurs pour « doubler le nombre d'ERP de 5e catégorie accessibles » à la fin de l'année* » [En ligne]





Disponible sur : <http://www.maire-info.com/accessibilite/le-gouvernement-va-deployer-un-reseau-dambassadeurs-pour-doubler-le-nombre-derp-de-5e-categorie-accessibles-la-fin-de-lannee-article-21997>

28. Conseil interministériel du tourisme (CIT), 19/01/2018. *Dossier de presse* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.veilleinfotourisme.fr/files/2018-01/Dossier-de-presse-Conseil-interministeriel-du-tourisme-19-janvier-2018.pdf>

29. Ministère de la transition écologique et solidaire, 12/03/2019. *Politique de l'accessibilité* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/politique-de-l-accessibilite>

30. Service civique. *Ambassadeurs de l'accessibilité* [En ligne]  
Site (Mission plus disponible) : <https://www.service-civique.gouv.fr/missions/ambassadeurs-de-l-accessibilite-1>

31. Conseil interministériel du tourisme (CIT), 19/01/2018. *Dossier de presse* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.veilleinfotourisme.fr/files/2018-01/Dossier-de-presse-Conseil-interministeriel-du-tourisme-19-janvier-2018.pdf>

33. Atout France, 2009. Etude de marché : « Adapter l'offre touristique aux handicaps » [En ligne]  
Disponible sur : <https://professionnels.tourisme-aveyron.com/fr/documents/tourisme-handicap/Atout-france-handicap.pdf>

34. Ministère de l'économie, 2018. *Livret sur les marques nationales du tourisme*.

35. Centre du commerce international. *Exportation de services, Tourisme* [En ligne]  
Disponible sur : <http://www.intracen.org/itc/secteurs/tourisme/>

36. Ministère de l'économie, 05/2015. « Guide méthodologique d'accompagnement des territoires dans la démarche de labellisation Destination pour Tous ».

37. Secrétariat d'Etat - auprès du Premier ministre chargé des personnes handicapées, 05/07/2018. *Présentation de la démarche "Territoires 100% inclusifs"* [En ligne]  
Disponible sur : <https://handicap.gouv.fr/grands-dossiers/territoires-100-inclusifs/>

38. Sophie Cluzel, Secrétaire d'Etat. [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.hauts-de-france.ars.sante.fr/le-nord-departement-100-inclusif-pour-les-personnes-en-situation-de-handicap>

39. Rhône-Alpes Tourisme, 10/2011. Etude : « *Tourisme et handicap – Etat des lieux et perspectives* ».

40. Assises de la transition écologique et citoyenne, Mai-Anh NGO, 23/10/2018. « *Les opportunités offertes par le tourisme adapté, l'exemple du tourisme accessible aux personnes en situation de handicap* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://at06.eu/les-opportunités-offertes-par-le-tourisme-adapte-lexemple-du-tourisme-accessible-aux-personnes-en-situation-de-handicap/>





41. Ministère de l'économie. « *L'Ad'ap, une opportunité pour améliorer le confort d'usage pour tous et valoriser votre offre touristique – Guide à destination des gestionnaires d'hôtels et restaurants classés ERP 5ème catégorie pour constituer au mieux leur demande d'approbation d'Ad'AP et renseigner le formulaire Cerfa* », Editions ATOUT FRANCE [En ligne]

Disponible sur : [https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions\\_services/marques-nationales-tourisme/documents%20TH/ADAP-Guidepour\\_Hotels-Restaurants-ERP5-Atout\\_France-DGE-31juillet2015.pdf](https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/marques-nationales-tourisme/documents%20TH/ADAP-Guidepour_Hotels-Restaurants-ERP5-Atout_France-DGE-31juillet2015.pdf)

42. Aides techniques handicap. [En ligne]

Disponible sur : <https://aides-techniques.handicap.fr/>

43. MAIRE Edmond et GAGNEUX Michel, 01/1999. Rapport de synthèse du groupe de travail sur l'accueil des touristes handicapés : « *Tourisme et Handicap, l'offre touristique* ».

44. Atout France, 10/2009. Etude de marché : « *la population des personnes en situation de handicap et l'offre touristique française* ».

## Chapitre 2

46. Christian Gélis, Président de l'UMIH des Hautes-Pyrénées, Août 2018, « *L'accessibilité universelle : un levier majeur du rebond économique des sociétés modernes ?* »

47. Sous-direction de la Prospective des Etudes Economiques et de l'Evaluation (P3E), 04/2012. Rapport d'étude : « *la mesure de l'impact économique d'un événement touristique* ».

48. Gouvernement, 15/07/2017. « *GESI : L'art des rencontres sportives* » [En ligne]

Disponible sur : <https://www.gouvernement.fr/action/gesi-l-art-des-rencontres-sportives>

49. Benjamin DIRX, Patrick DOUSSOT, Laurent QUEIGE et Pascale ROQUE, remis au premier ministre le 19/07/2018. Rapport : « *21 mesures pour optimiser les retombées touristiques des grands événements sportifs organisés en France* ».

50. Gouvernement, 15/07/2017. « *GESI : L'art des rencontres sportives* » [En ligne]

Disponible sur : <https://www.gouvernement.fr/action/gesi-l-art-des-rencontres-sportives>

51. Le Petit Journal, 31/08/2012. « *PARALYMPIQUES – Londres a tout misé sur l'accessibilité aux personnes handicapées* » [En ligne]

Disponible sur : <https://lepetitjournal.com/paralympiques-londres-tout-mise-sur-laccessibilite-aux-personnes-handicapees-200580>

52. Martin HENG, Lonely Planet, 02/09/2016. « *Handicap : le monde pour tous* » [En ligne]

Disponible sur : <https://www.lonelyplanet.fr/article/handicap-le-monde-pour-tous>

54. Agence du patrimoine immatériel de l'Etat (APIE), 16/02/2018. *Atelier de travail*

« *Accessibilité* ». Source complémentaire : <https://www.leichter-reisen.info/en/about-us/>





57. Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire, « *Ad'AP ou registre public d'accessibilité : Attention au démarchage agressif et menaçant !* »  
Disponible sur : <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/ladap-agenda-daccessibilite-programmee>
58. Catherine Bachelier, Déléguée Ministérielle à l'Accessibilité en 2006, actes de la journée d'échanges du 20/06/2006. « *Ville accessible à tous : comment aborder tous les handicaps ?* ».
59. Maud Dupuis, Evènement Permanent pour l'Accessibilité du Territoire (EPAT), 06/2019.  
« *Création d'un Évènement Permanent pour l'Accessibilité de votre Territoire* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.epaten2024.info/>
61. Jean-Pierre VIAL, 15/04/2014. *Rapport d'information n° 454 (2013-2014) fait au nom de la délégation aux collectivités territoriales.*
62. Majdoline Ouldeldhkim, 1<sup>ère</sup> année de Master « Urbanisme et Aménagement », Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne – UFR de Géographie 2012. Mémoire : « *L'accessibilité des personnes handicapées : des dispositifs techniques au droit à la ville ? Vers une conception élargie de l'accessibilité* » [En ligne].  
Disponible sur : <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01297077/document>
63. Transports Bordeaux métropole. *Les ambassadeurs PMR* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.infotbm.com/fr/les-regles-pour-se-deplacer/les-ambassadeurs-pmr.html>
64. Grenoble Alpes Métropole. *Accessibilité* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.lametro.fr/460-accessibilite.htm>
65. Transport for London. *Plan a journey* [En ligne]  
Disponible sur : [www.tfl.gov.uk](http://www.tfl.gov.uk)
66. Jean-Bernard TITZ et Lucas VIALLIS, 10/2014. *Livre Blanc « TIC, handicap et tourisme ».*
67. Jean-Bernard TITZ et Lucas VIALLIS, 10/2014. *Livre Blanc « TIC, handicap et tourisme ».*
69. Catalina Devandas-Aguilar, 2019. Rapport : « *les droits des personnes handicapées* » (à l'issue de sa visite en France en 2017) [En ligne]  
Disponible sur : [http://www.inshea.fr/sites/default/files/www/sites/default/files/\\_medias/ONU%20Rapport.pdf](http://www.inshea.fr/sites/default/files/www/sites/default/files/_medias/ONU%20Rapport.pdf)
70. Eurockeennes. *L'accessibilité* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.eurockeennes.fr/accessibilite/>
71. CCI France, 16/01/2013. *Propositions de CCI France pour faciliter la mise en accessibilité des ERP à l'horizon 2015* [En ligne]  
Disponible sur : [https://www.cci.fr/c/document\\_library/get\\_file?uuid=4e7f0c40-45be-42a8-86b9-d17bb952d41b&groupId=10909](https://www.cci.fr/c/document_library/get_file?uuid=4e7f0c40-45be-42a8-86b9-d17bb952d41b&groupId=10909)





72. Jean-Pierre VIAL, 15/04/2014. *Rapport d'information n° 454 (2013-2014) fait au nom de la délégation aux collectivités territoriales.*
73. CCI France, 16/01/2013. *Propositions de CCI France pour faciliter la mise en accessibilité des ERP à l'horizon 2015* [En ligne]  
Disponible sur : [https://www.cci.fr/c/document\\_library/get\\_file?uuid=4e7f0c40-45be-42a8-86b9-d17bb952d41b&groupId=10909](https://www.cci.fr/c/document_library/get_file?uuid=4e7f0c40-45be-42a8-86b9-d17bb952d41b&groupId=10909)
74. Katherine Boisvert, 11/2017. « *Hôtellerie : « L'accessibilité est encore marginale », selon Kéroul* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.hrimag.com/Hotellerie-L-accessibilite-est-encoremarginale>
75. Webzine OKEENEA, 06/02/2019. – « *« Tourisme & Handicap », « Destination pour Tous », deux marques d'Etat pour des lieux de vacances accessibles à tous !* » [En ligne]  
Disponible sur : [https://webzine.okeenea.com/tourisme-handicap-destination-pourtousvacancesaccessibles/?utm\\_source=Newsletter+op%C3%A9rateur&utm\\_campaign=25f43ad32aEMAIL\\_CAMPAIGN\\_2018\\_05\\_23\\_COPY\\_01&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_9fed7c3f22-25f43ad32a-127680397](https://webzine.okeenea.com/tourisme-handicap-destination-pourtousvacancesaccessibles/?utm_source=Newsletter+op%C3%A9rateur&utm_campaign=25f43ad32aEMAIL_CAMPAIGN_2018_05_23_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_9fed7c3f22-25f43ad32a-127680397)
76. Webzine OKEENEA, 06/02/2019. – « *« Tourisme & Handicap », « Destination pour Tous », deux marques d'Etat pour des lieux de vacances accessibles à tous !* » [En ligne]  
Disponible sur : [https://webzine.okeenea.com/tourisme-handicap-destination-pourtousvacancesaccessibles/?utm\\_source=Newsletter+op%C3%A9rateur&utm\\_campaign=25f43ad32aEMAIL\\_CAMPAIGN\\_2018\\_05\\_23\\_COPY\\_01&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_9fed7c3f22-25f43ad32a-127680397](https://webzine.okeenea.com/tourisme-handicap-destination-pourtousvacancesaccessibles/?utm_source=Newsletter+op%C3%A9rateur&utm_campaign=25f43ad32aEMAIL_CAMPAIGN_2018_05_23_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_9fed7c3f22-25f43ad32a-127680397)
77. Pascale Marcotte, Laurent Bourdeau et Erick Leroux, 01/03/2012. « *Branding et labels en tourisme : réticences et défis* », dans *Management & Avenir* 2011/7 (n° 47), pages 205 à 222.
78. KÉROUL, 2011. « *Etude sur les comportements et attitudes des personnes ayant une incapacité physique en matière de tourisme, culture et transport au Québec* ».
79. Virginie Auroy, année universitaire 2013/2014. *Projet consulting : « L'incitation des gestionnaires d'hébergements touristiques à développer l'accessibilité de leurs établissements aux personnes en situation de handicap ».*
80. Comité Régional du Tourisme (CRT) Paris Ile-de-France, 2017. *Etude : « les clientèles à besoins spécifiques et leurs accompagnateurs »* (Dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroute et dans les gares routières).
81. Atout France, 2009. *Etude de marché : « la population des personnes en situation de handicap et l'offre touristique française ».*
82. Comité Régional du Tourisme (CRT) Paris Ile-de-France, 12/2013. « *L'accessibilité : une opportunité pour la destination Paris Ile-de-France* ».
83. Marine Tondelier, 24/02/2008. « *Handicap: Stockholm, la capitale la plus accessible du monde en 2010* » [En ligne]





Disponible sur : <https://societesnordiques.wordpress.com/2008/02/24/handicap-stockholm-la-capitale-la-plus-accessible-du-monde-en-2010/#8230>

84. Virginie Auroy, année universitaire 2013/2014. Projet consulting : « *L'incitation des gestionnaires d'hébergements touristiques à développer l'accessibilité de leurs établissements aux personnes en situation de handicap* ».
85. Pascale Marcotte, Laurent Bourdeau et Erick Leroux, 01/03/2012. « *Branding et labels en tourisme : réticences et défis* », dans *Management & Avenir* 2011/7 (n° 47), pages 205 à 222.
87. Ministère de l'économie, 01/2018. *Cahier des charges de la marque Destination pour tous*.
90. Webzine OKEENEA, 06/02/2019. – « *Tourisme & Handicap* », « *Destination pour Tous* », deux marques d'Etat pour des lieux de vacances accessibles à tous ! » [En ligne]  
Disponible sur : [https://webzine.okeenea.com/tourisme-handicap-destination-pourtousvacancesaccessibles/?utm\\_source=Newsletter+op%C3%A9rateur&utm\\_campaign=25f43ad32aEMAIL\\_CAMPAIGN\\_2018\\_05\\_23\\_COPY\\_01&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_9fed7c3f22-25f43ad32a-127680397](https://webzine.okeenea.com/tourisme-handicap-destination-pourtousvacancesaccessibles/?utm_source=Newsletter+op%C3%A9rateur&utm_campaign=25f43ad32aEMAIL_CAMPAIGN_2018_05_23_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_9fed7c3f22-25f43ad32a-127680397)
91. Atout France, 10/2009. « *Adapter l'offre touristique aux handicaps* ».
92. Atout France, 10/2009. « *Adapter l'offre touristique aux handicaps* ».
93. Apidae, 27/03/2017. « *Journée utilisateur : Bien saisir ses informations sur le handicap dans Apidae* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.apidae-tourisme.com/journee-utilisateur-bien-saisir-ses-informations-sur-le-handicap-dans-apidae/>

### Chapitre 3

94. Comité Régional du Tourisme (CRT) Paris Ile-de-France, 12/2013. « *L'accessibilité : une opportunité pour la destination Paris Ile-de-France* ».
96. ONISEP, 20/06/2018. *Les associations de soutien aux personnes handicapées* [En ligne]  
Disponible sur : <http://www.onisep.fr/>
97. Jean-Noël Escudié, 20/12/2018. « *Tourisme : qui sont ces visiteurs "à besoins spécifiques" ?* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.banquedesterritoires.fr/tourisme-qui-sont-ces-visiteurs-besoins-specifiques>
98. Atout France, 2009. Etude de marché : « *la population des personnes en situation de handicap et l'offre touristique française* ».
99. Fabrice Bugnot, L'Echo touristique, 11/03/2013. « *Handicap : le tourisme a tout à gagner à s'adapter* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.lechotouristique.com/article/handicap-le-tourisme-a-tout-agagner-a-s-adapter,54840>
102. Atout France, 2009. Etude de marché : « *la population des personnes en situation de handicap et l'offre touristique française* ».





103. Association des Paralysés de France (APF) [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.apf-evasion.org/>
109. Elsa Mari, Le Parisien, 23/05/2018. « *Les chiens guides d'aveugles ne sont pas les bienvenus partout* » [En ligne]  
Disponible sur : <http://www.leparisien.fr/societe/les-chiens-guides-d-aveugles-ne-sont-pas-les-bienvenus-partout-22-05-2018-7729992.php>
110. OKEENEA, 23/11/2015. « *La balise sonore : le dispositif le plus utile pour les déficients visuels* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.okeenea.com/actualites/balise-sonore-deficients-visuels/>
111. Assan Haidara, Handicap.fr, 27/03/2018. « Des cartes de restaurant sonores pour les aveugles » [En ligne]  
Disponible sur : <https://aides-techniques.handicap.fr/a-carte-menu-sonore-aveugles-10700.php>
112. Assan Haidara, Handicap.fr, 27/03/2018. « Des cartes de restaurant sonores pour les aveugles » [En ligne]  
Disponible sur : <https://aides-techniques.handicap.fr/a-carte-menu-sonore-aveugles-10700.php>
113. Christophe LE-BAS, Courrier Picard, 24/10/2017. « *Les cartes sonores au menu dans plusieurs restaurants de Beauvais* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.courrier-picard.fr/art/65917/article/2017-10-24/les-cartes-sonores-au-menu-dans-plusieurs-restaurants-de-beauvais>
114. Centre de transcription et d'édition en braille (CTEB). *Menus en braille* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.cteb.fr/menus-en-braille/>

## **Conclusion**

115. David Amiaud, 2013. « *L'expérience touristique des personnes autrement capables. Inclusion socio-spatiale et bien-être* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://journals.openedition.org/teoros/>
116. Claude Blaho-Ponce, Téoros, 2013, mis en ligne le 15 décembre 2015. « *La chaîne d'accessibilité, pivot de l'accès au Tourisme Handicap* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://journals.openedition.org/teoros/2509>
117. AFNOR, 09/02/2018. « *Tourisme accessible : une norme volontaire pour partager les bonnes pratiques* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://normalisation.afnor.org/actualites/tourisme-accessible-norme-volontaire-partage-bonnes-pratiques/>
118. PARIS2024. « *Impact et héritage* » [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.paris2024.org/fr/impact-et-heritage/>





## Annexes

119. APF France Handicap, 17/12/2018. « *Résultats du baromètre de l'accessibilité universelle* »  
[En ligne]  
Disponible sur : <http://apf21.blogs.apf.asso.fr/archive/2018/12/17/resultats-du-barometre-de-l-accessibilite-universelle-2018-113989.html>
120. Ministère de l'économie, 30/06/2015. « *Concours des Destinations Européennes Touristiques d'Excellence* » - EDEN [En ligne]  
Disponible sur : [www.entreprises.gouv.fr/tourisme/concours-des-destinations-europeennes-touristiques-dexcellence-eden](http://www.entreprises.gouv.fr/tourisme/concours-des-destinations-europeennes-touristiques-dexcellence-eden)
121. Accessibilité positive. *Les sésames de l'accessibilité positive* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.les-sesames-accessibilite-positive.fr/>
122. Accessibilité positive. *Les sésames de l'accessibilité positive* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.les-sesames-accessibilite-positive.fr/>
123. Mairie de Santeny. [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.mairie-santeny.fr>
124. Accessibilité positive. *Les sésames de l'accessibilité positive* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.les-sesames-accessibilite-positive.fr/>
125. Accessibilité positive. *Les sésames de l'accessibilité positive* [En ligne]  
Disponible sur : <https://www.les-sesames-accessibilite-positive.fr/>
126. Tourisme et handicap. « *Trophées du Tourisme Accessible 2019* » [En ligne]  
Disponible sur : <http://www.tourisme-handicaps.org/trophees-du-tourisme-accessible-2018/>
127. Tourisme et handicap. [En ligne]  
Disponible sur : <http://www.tourisme-handicaps.org/>
128. Ministère de la Culture, 28/02/2016. « *6e édition du Prix « Patrimoines pour tous »* » [En ligne]  
Disponible sur : <http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Connaissance-des-patrimoines/Connaissance-des-publics/Actions/Patrimoines-pour-tous/6e-edition-du-Prix-Patrimoines-pour-tous>
129. Dossier de presse « *Patrimoines pour tous* », 26/03/2018.
130. Dossier de presse « *Patrimoines pour tous* » - 26/03/2018.
131. Ministère de la culture, 28/02/2016. « *7e édition du Prix « Patrimoines pour tous »* » [En ligne]  
Disponible sur : <http://www.culture.gouv.fr/Presse/Dossiers-de-presse/Septieme-edition-du-Prix-Patrimoines-pour-tous>
132. L'Echo touristique, Emilie Vignon, 18/09/2019, « *Le Portugal élu « Destination touristique accessible 2019* » » par l'OMT [En ligne]







Disponible sur : <https://www.lechotouristique.com/article/le-portugal-destination-touristique-accessible-2019-pour-lomt>

133. Ministère de l'économie. [En ligne]

Disponible sur : <https://www.entreprises.gouv.fr/>

134. ONISEP, 29/04/2019. «*Définition du polyhandicap* » [En ligne]

Disponible sur : <http://www.onisep.fr/Formation-et-handicap/Mieux-vivre-sa-scolarite/Par-situation-de-handicap/Scolarite-et-polyhandicap/Definition-du-polyhandicap>

135. Handinorme. [En ligne]

Disponible sur : <https://www.handinorme.com/>

136. INSEE. [En ligne]

Disponible sur : <https://www.insee.fr/>

137. Grenoble Ensemble, 19/12/2013. «*Grenoble, toujours plus belle et accessible*» [En ligne]

Disponible sur : <https://www.grenoble-ensemble.fr/tribunes-et-analyses/grenoble-toujours-plus-belle-et-accessible/>

138. Mairie de Grenoble. [En ligne]

Disponible sur : <https://www.grenoble.fr/>

139. Mairie de Nantes. [En ligne]

Disponible sur : <https://www.nantes.fr/>

140. Lyon Capitale, 06/12/2017. «*Lyon reçoit le 1er Prix européen des villes les plus accessibles* » [En ligne]

Disponible sur : <https://www.lyoncapitale.fr/actualite/lyon-recoit-le-1er-prix-europeen-des-villes-les-plus-accessibles/>

141. Territoire de Belfort. «*Territoire 100% inclusif* » [En ligne]

Disponible sur : <https://www.territoiredebelfort.fr/personnes-handicapees/territoire-100-inclusif>

142. Ministère de l'économie. [En ligne]

Disponible sur : <https://www.entreprises.gouv.fr/>

143. Amiens métropole. «*La ville d'Amiens accessible à tous les touristes* » [En ligne]

Disponible sur : <https://www.amiens.fr/Vivre-a-Amiens/Handicap-et-accessibilite/Destination-pour-Tous>

144. Hérault tribune. [En ligne]

Disponible sur : [www.herault-tribune.com](http://www.herault-tribune.com)

145. Comité Paralympique Et Sportif Français. [En ligne]

Disponible sur : <http://cpsf.france-paralympique.fr/>





## ANNEXE 2 - LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES

Cette étude n'aurait pas été possible sans la participation de toutes les personnes interrogées.

Nous souhaitons adresser nos remerciements distingués ainsi que toute notre gratitude à tous ceux qui ont accepté de contribuer à la réalisation de cette étude à travers ces entretiens.

### Entretiens Associations

- **Association ANMCGA - Association Nationale des Maîtres de Chiens Guides d'Aveugles**  
17 rue Vitruve, 75020 PARIS  
Entretien le : 29/03/2019  
Personne auditionnée : M. Stéphane Rossetti, Chargé de développement interne et responsable de l'accessibilité.
  
- **Association ANPIHM - Association Nationale Pour l'Intégration des personnes Handicapées Moteurs**  
Siège social, 3 Bis rue Pierre Larousse, 75014 PARIS  
Entretien le : 21/03/2019  
Personne auditionnée : M. Vincent Assante, Président.
  
- **Association APACT - Association Promotion de l'Accessibilité et de la Conception pour Tous**  
66T avenue Jean Moulin, 75014 PARIS  
Entretien le : 10/04/2019
  
- **Association APF - Association des Paralysés de France**  
17 boulevard Auguste Blanqui, 75013 PARIS  
Entretien le : 22/03/2019  
Personne auditionnée : M. Joseph-Louis Barbosa, Administrateur.
  
- **Association AVH - Association Valentin Haüy**  
5 Rue Duroc 75007 PARIS  
Entretien le : 20/03/2019  
Personne auditionnée : M. Pierre Cioffi.
  
- **Association ATH - Association Tourisme & Handicaps**  
15, avenue Carnot 75017 PARIS  
Entretien le : 01/04/2019  
Personne auditionnée : Mme Annette Masson, Présidente.
  
- **Association UNAPEI - Union nationale des associations de parents d'enfants inadaptés**  
15 rue Coysevox 75876 PARIS  
Entretien le : 15/03/2019.  
Personne auditionnée : Mme Danielle Depaux, Administrateur de l'Unapei - Référent accessibilité (culture, loisirs et tourisme) pour l'Unapei en île de France - Expert en Facile A Lire et à Comprendre (FALC).





- **Association CFPSAA - Confédération Française pour la Promotion Sociale des Aveugles et Amblyopes**  
6 rue Gager Gabillot 75015 PARIS  
Entretien le : 14/03/2019  
Personne auditionnée : M. Thierry Jammes, Président de la commission d'accessibilité de l'association et Vice-président de la fédération des aveugles de France.
  
- **Association ETINCELLE 2000 – Association d'aides aux personnes handicapées**  
Le parc du Vallat – Bât. 9A, Route blanche, Quartier du Font du Roy 13 120 GARDANNE  
Entretien le : 21/03/2019  
Personne auditionnée : Mme Karine Roger, Directrice.
  
- **Association FNATH - Fédération Nationale des Accidentés du Travail et des Handicapés**  
6 place Léon Blum, 83 000 TOULON  
Entretien le : 21/03/2019  
Personne auditionnée : Mme Henry.
  
- **Association LES CANNES BLANCHES**  
21 rue de l'Exposition, 75007 PARIS  
Entretien le : 29/03/2019  
Personne auditionnée : M. André Clauzel, Président de l'association.
  
- **Association MOBILITE REDUITE**  
1 rue Auguste Frot, 77590 BOIS LE ROI  
Entretien le : 12/04/2019  
Personne auditionnée : M. Jean-Michel Royere, Président de la mobilité réduite.
  
- **Association PREMIERS DE CORDEE - Initiations sportives proposées aux enfants souffrant d'un handicap ou d'une maladie grave**  
ZAC du Cornillon Nord, 93216 LA PLAINE SAINT DENIS  
Entretien le : 20/03/2019  
Personne auditionnée : M. Sébastien Ruffin, Délégué général.
  
- **Association ROULE NATURE**  
111, Impasse Maurice Justin, 34000 Montpellier  
Entretien le : 22/03/2019  
Personne auditionnée : M. Jacky Lapalud, Administrateur.
  
- **Association UDAF 13 - Union Départementale des Associations Familiales**  
28 place Saint Georges, 75009 PARIS  
Entretien le : 27/03/2019  
Personne auditionnée : M. Bruno Andrey, Retraité, suppléant au collège des associations (a travaillé aux affaires sociales et culturelles à la Mairie de La Ciotat).
  
- **Association UNAPEDA - Union Nationale des Associations de Parents d'Enfants Déficieux Auditifs**  
90 rue Barrault, 75013 PARIS  
Personne auditionnée : M. Pierre Roger, Secrétaire.





## Entretiens Hôtels & Restaurants

- **INTER-HOTEL COTE SUD**  
Parc de Carlevan - 657, Av. Marcel Pagnol, 13 190 ALLAUCH  
Entretien le : 06/12/2018  
Personne auditionnée : Mme Morales, Gérante.
  
- **FERME AUBERGE RESTAURANT LE MAS DE MONILLE**  
Mas de Monille, 82 160 LOZE  
Entretien le : 12/02/2019  
Personne auditionnée : M. Benoit Leverrier, Gérant.
  
- **NAD'HOTEL**  
227 cours de la Marne, 33800 Bordeaux  
Entretien le : 11/02/2019  
Personne auditionnée : Directeur.
  
- **OPERALIA HOTEL LES PINS**  
24, Avenue Pasteur, 34 540 BALARUC-LES-BAINS  
Entretien le : 08/02/2019  
Personne auditionnée : M. Kader Terfas, Gérant.
  
- **RESTAURANT SO GOOD**  
39 quai Bacalan, 33 000 BORDEAUX  
Entretien le : 13/02/2019  
Personne auditionnée : M. Benjamin Gervier, Gérant.
  
- **CHAMBRE D'HOTES, GITE AU PETIT PEDEGOUATY**  
180 impasse de Pédegouaty, 40 180 HEUGAS  
Entretien le : 19/02/2019  
Personne auditionnée : M. Robert Bougeon, Gérant.
  
- **HOTEL AMIRAL**  
26 bis Rue Scribe, 44000 NANTES  
Entretien le : 26/03/2019  
Personne auditionnée : Mme Nadine Witzack, Gérante.
  
- **HOTEL RESTAURANT LE CEINTURON**  
Boulevard Front de Mer 83400 HYERES  
Entretien le : 29/04/2019  
Personne auditionnée : Mme Parizet, Propriétaire.
  
- **HOTEL LE COLLONGES**  
3-5 Place Winston Churchill, 19100 BRIVE-LA-GAILLARDE  
Entretien le : 06/03/2019  
Personne auditionnée : Mme Marty, Gérante, Propriétaire.





- **HOTEL PACIFIC**  
Rue Fondary, 75015 PARIS  
Entretien le : 27/03/2019  
Personne auditionnée : Mme Michèle Lepoutre, Gérante.
  
- **HOTEL PRINTANIA**  
Rue Massabielle, 65100 LOURDES  
Entretien le : 27/02/2019  
Personne auditionnée : M. Gilles Fonts, Gérant / Propriétaire.
  
- **HOTEL RESTAURANT CHATEAU D'APIGNE**  
Château d'Apigné, 35650 LE RHEU  
Entretien le : 09/04/2019  
Personne auditionnée : M. Karim Khan, Gérant.
  
- **HOTEL CARRE VIEUX PORT**  
6, rue Beauvau, 13 001 MARSEILLE  
Entretien le : 26/02/2019  
Personne auditionnée : Mme Marion Fayet, Attachée commerciale.
  
- **HOTEL LES PINS**  
22 rue Mauricet, 33 990 HOURTIN  
Entretien le : 11/02/2019  
Personne auditionnée : Mme Hanotte, Gérante.
  
- **HOTEL MAS DE LA GRENOUILLERE**  
571, Chemin Haut des Launes 13 460 LES SAINTES MARIES DE LA MER  
Entretien le : 15/02/2019  
Personne auditionnée : M. Guillaume Contreras, Gérant.
  
- **HOTEL PADOUE**  
1 rue Reine Astrid, 65 100 LOURDES  
Entretien le : 22/02/2019  
Personne auditionnée : Mme Léonore Carrillo, Assistante de direction.
  
- **HOTEL VATEL**  
140, Rue Vatel, 30 900 NIMES  
Entretien le : 26/02/2019  
Personne auditionnée : Mme Anne-Maud Aguilar, Directrice.

## Entretiens Villes et Territoires

- **COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION ROCHEFORT OCEAN - CHARENTE-MARITIME**  
Entretien le : 14/02/2019  
Personne auditionnée : Mme Samantha Bertrand, Coordinatrice Tourisme, tourisme durable et handicap.





- **COMMUNAUTE DE COMMUNES DE BELFORT + EUROCKEENNES**

Entretien le : 02/02/2019

Personnes auditionnées :

- M. Christian Vitte, Responsable enseignement, scolaire et extrascolaire. En poste depuis 1 mois sur l'accessibilité.
- M. Frédéric Adam, Responsable et Mécénat/ Sponsoring Eurockéennes de Belfort.
- Mme Johanna Donze, Responsable et Mécénat/ Sponsoring Eurockéennes de Belfort.

- **DEAL GUADELOUPE**

Entretien le : 15/02/2019

Personne auditionnée : Mme Clémence Pharose, Adjointe au Chef de Service "Habitat et Bâtiment Durables", Chef de Pôle "Bâtiment Durable", Direction de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement.

- **GRAND DAX (LANDES)**

Entretien le : 19/02/2019

Personne auditionnée : Mme Laurence Delpy, Directrice AQUI O Thermes & directrice service Tourisme - thermalisme Grand Dax.

- **SAINT-ETIENNE METROPOLE**

Entretien le : 21/02/2019

Personne auditionnée : Mme Emannelle Fond, Responsable de la mission Tourisme et Culture.

- **VILLE D'AMIENS**

Entretien le : 18/02/2019

Personne auditionnée : Mme Catherine Girard, Direction de la Cohésion Sociale et du Centre Communal de l'Action Sociale, Service handicap/accessibilité.

- **VILLE DE BALARUC-LES-BAINS**

Entretien le : 06/02/2019

Personne auditionnée : M. Pierre Lary, Directeur du Tourisme - EPIC Office de tourisme - Campings Municipaux.

- **VILLE DE BORDEAUX**

Entretien le : 15/02/2019 et 08/03/2019

Personnes auditionnées :

- M. Joël Solari, Adjoint au Maire pour les politiques en faveur des personnes en situation de handicap.
- M. Edouard De Teyssiere, Responsable Accueil Office de Tourisme de Bordeaux.
- Mme Elisabeth Vuillet, Adjointe du Directeur en charge du pôle qualité et labellisation de l'offre.
- M. Dominique Busnel, Chargé d'itinérance touristique, Mission Tourisme, Direction générale Valorisation du territoire.





- **VILLE DE BRIVE-LA-GAILLARDE**

Entretien le : 06/03/2019

Personnes auditionnées :

- M. Didier Trarieux, Conseiller municipal et communautaire membre des délégations handicap respectives de la ville et de l'agglomération de Brive.
- Mme Capucine Pédamond, Chargée de missions études, marketing et communication à l'office du tourisme de Brive.
- Mme Nathalie Manière, Chargée de missions ingénierie touristique.

- **VILLE DE CAEN**

Entretien le : 05/03/2019

Personnes auditionnées :

- Mme Sarah D'ovidio, Chargée de Mission.
- Mme Emmanuelle Desauay, Référente sur les labels.

- **VILLE DE GRENOBLE**

Entretien le : 07/03/2019

Personnes auditionnées :

- Mr. Buissier, Responsable mission handicap ville et métropole.
- Mme Lapalus, Chargée de mission tourisme.
- Mme Turpin, Directrice tourisme et promotion.
- Mme Esberard, Chargée de mission tourisme.
- Mme Garnier, Conseillère municipale déléguée à l'accessibilité.

- **VILLE DE LILLE**

Entretien le : 04/03/2019

Personnes auditionnées :

- Mme Marine-France Libeer, Responsable du service Personnes handicapées.
- Mme Floriane Gabriels, Directrice générale adjointe du Pôle Vie Citoyenne – Animations de proximité.
- Mme Manon Souames, Chargée de mission accessibilité et modes doux politiques de déplacements.
- M. Benjamin Bar, Chef de projet Tourisme.

- **VILLE DE LONDRES**

Entretien le : 15/02/2019

Personne auditionnée : M. Hugh Sumner, Chef des transports pour les Jeux Olympiques de Londres en 2012.

- **VILLE DE LOURDES**

Entretien le : 27/02/2019

Personnes auditionnées :

- Mme Karine Walch, Référente accessibilité -Chargée de mission accessibilité, hygiène et sécurité à la ville de Lourdes.
- Mme Pascale Fourticq, Directrice de l'Office du tourisme de Lourdes.
- M. Laurent Jubier, Manager de Centre-ville.





- M. Christian Gélis, Président de l'UMIH des Hautes Pyrénées, Vice-président de l'office du tourisme, Administrateur du CCAS, Bureau de l'intersyndicale de Lourdes et des Vallées des Gaves, Siège en sous-commission d'accessibilité.

- **VILLE DE LYON**

Entretien le : 27/02/2019

Personnes auditionnées :

- Mme Virginie Carton, Directrice Générale adjointe de l'OT - ONLYLYON Tourisme et Congrès.
- Mme Billy, Chargée de mission Qualité.
- Mme Mallet, Responsable stages/salon et référente handicap.
- Mme Prudhomme, Responsable service accueil.

- **VILLE DE MARSEILLE**

Entretien le : 25/01/2019

Personnes auditionnées :

- M. Bruno Le Baillif, Directeur Division Handicap – Marseille.
- Mme Nathalie Vellieux, Chef de projets Accessibilité des Personnes Handicapées

- **VILLE DE NANTES**

Entretien le 11/02/2019

Personne auditionnée : Mme Aurélie Peneau, Directrice du Développement Touristique.

- **VILLE DE NIMES**

Entretien le : 21/02/2019 et 13/03/2019

Personnes auditionnées :

- M. Jean-Pierre Medan, Chargé de Missions – Direction Protection Publiques.
- Mme Aurore Dubart, Conseillère Tourisme, en charge de l'accessibilité des cafés, hôtels et restaurants.

- **VILLE DE PARIS**

Entretien le : 23/01/2019

Personnes auditionnées :

- M. Michel Thibaut, Direction des Constructions Publiques et Architecturale - Coordination Paris destination pour tous.
- Mme Delphine Assouline, Direction de l'attractivité et de l'emploi - Chargée du Développement Touristique.
- Mme Camille Rouchi, Direction de l'attractivité et de l'emploi - Chargée d'Attractivité et Stratégies Economiques.
- M. Hervé Guillon, Office du Tourisme de Paris, responsable développement durable.

- **VILLE DE STRASBOURG**

Entretien le : 20/02/2019

Personne auditionnée : M. Jean-Jacques Gsell, Conseiller Municipal, Président de l'Office de Tourisme de Strasbourg.







- **VILLE DE TOULOUSE**

Entretien le : 08/03/2019, 11/03/2019 et 12/09/2019

Personnes auditionnées :

- M. Gilles Charlas, Service Centralités –Commerce – Mairie de Toulouse.
- Mme Marie-France Fabries, Assistante Administrative / Référente Tourisme & Handicap.
- Simon Marquina, responsable Domaine Handicap et Accessibilité Service Accessibilité à la mairie de Toulouse

- **VILLE DE VICTORIAVILLE (QUEBEC)**

Entretien le : 06/03/2019 et 12/03/2019

Personnes auditionnées :

- Mme Nathalie Roussel, Responsable à l'accessibilité universelle, Service de la gestion du territoire.
- M. Pierre Dionne, coordonnateur Destination pour Tous puis Directeur des services aux entreprises et municipalités, Kéroul.
- Mme Vanessa Lafleur, Chargée de projet Accessibilité Universelle (échanges par mail, juillet 2019).





## ANNEXE 3 – LES MARQUES NATIONALES DU TOURISME

Les marques et labels de qualité se développent de plus en plus car ils sont des repères importants permettant d'intensifier la confiance des clientèles et d'augmenter la fréquentation des établissements labellisés.

Il existe aujourd'hui de nombreuses marques et labels touristiques en France, avec un objectif différent pour chacun : faire partie d'un réseau, cibler une clientèle spécifique, rassurer les touristes sur la qualité des prestations, garantir l'accessibilité d'un site...

La Direction Générale des Entreprises (DGE), créée en 2014 et placée sous l'autorité du ministre de l'Économie et des Finances, a pour mission de développer la compétitivité et la croissance des entreprises de l'industrie et des services

Au sein de la DGE, le service du tourisme, du commerce, de l'artisanat et des services est notamment en charge du développement et de la promotion des marques nationales du tourisme :

- Tourisme et Handicap,
- Qualité Tourisme™
- Destination pour tous

Ces trois marques d'Etat sont destinées à valoriser les professionnels et les territoires qui s'engagent pour la qualité de l'accueil et des prestations à destination de tous. Ces marques permettent de donner une information claire et objective aux touristes et sont gages de garantie pour leur séjour.

Ces dispositifs sont détaillés sur le site <https://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme>.

### Marque « Tourisme & Handicap »



Cette marque d'Etat, créée en 2001, est attribuée aux professionnels du tourisme qui s'engagent dans une démarche d'accessibilité aux loisirs et aux vacances pour tous et particulièrement pour les personnes en situation de handicap.

Elle vise à apporter aux personnes en situation de handicap une information fiable et objective sur le niveau d'accessibilité des sites et des hébergements touristiques. Elle participe ainsi à la sensibilisation des professionnels du secteur à l'accueil de ces

publics et à la mise en œuvre de la loi du **11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées**.

En 2019 : environ 5000 établissements détiennent la marque « Tourisme & Handicap ».

Tout prestataire de services touristique peut se porter candidat à la Marque Tourisme & Handicap.

Cette distinction a une durée de 5 ans, renouvelable. Les sites obtenant la marque reçoivent une notification.

Objectifs de la marque : *Extrait du livret de la DGE sur les marques nationales du tourisme*

- **Sensibiliser et accompagner les professionnels du tourisme à accueillir tous les publics** grâce aux unions professionnelles, aux associations de personnes handicapées mais aussi par l'intermédiaire du réseau français d'institutionnels du tourisme.





- Passer du « Pouvoir accueillir » que valide la loi, au « **Vouloir accueillir** » qui émane d'une démarche volontaire de la part des prestataires.
- **Apporter une information fiable, objective et homogène de l'accessibilité** des sites et équipements touristiques
- **Développer une offre touristique adaptée et intégrée à l'offre généraliste.**




Les établissements d'hébergement et de restauration, les offices du tourisme mais également les lieux de visite, activités sportives et de loisirs... peuvent prétendre à obtenir la marque « Tourisme & Handicap ».

Les conditions d'attribution de la Marque « Tourisme et Handicap » sont formalisées par le ministère chargé du tourisme qui confie à l'association Tourisme et Handicaps la mission d'aider la Direction Générale des Entreprises (DGE) pour son déploiement et sa promotion.

Avant d'obtenir la marque « Tourisme & Handicap », les établissements ont fait l'objet d'une visite approfondie menée par des évaluateurs spécialisés qui ont validé leur conformité avec les critères en vigueur, à partir d'un référentiel constitué de cahiers des charges et de grilles d'évaluations. « Tourisme & Handicap » est donc la seule marque qui ne se contente pas du « déclaratif » mais qui vérifie l'exactitude des informations. Selon le cas, un site peut obtenir la marque sur 2, 3 ou 4 déficiences. Le personnel est sensibilisé et formé à l'accueil des personnes en situation de handicap.


« Tourisme & Handicap » prend donc en compte les quatre familles de handicap (auditif, mental, moteur et visuel)

Des symboles/pictogrammes permettent d'identifier le type de déficience pour lequel le professionnel du tourisme a entrepris une démarche volontaire d'accueil des publics concernés :

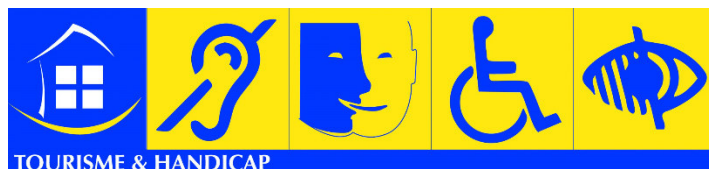
Pictogramme	Handicap	Garanties
	Auditif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acoustique de qualité</li> <li>- Outil d'aide à l'audition (amplification et transmission de sons) dans les lieux d'information et de médiation</li> <li>- Mise en sécurité assurée (système de flash quand alarme sonore)</li> <li>- Informations sonores sous-titrées ou présentées sous format écrit</li> <li>- Personnel : initiation à la Langue des Signes Françaises dans quelques lieux</li> </ul>
	Mental	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sécurité sur le site et dans l'hébergement</li> <li>- Signalétique adaptée et illustrations simples pour un bon repérage et une compréhension des lieux.</li> <li>- Éléments anxiogènes neutralisés ou expliqués dès l'accueil</li> </ul>
	Moteur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accès en autonomie depuis le parking de l'établissement jusqu'à l'issue de secours.</li> <li>- Portes larges (77 cm de largeur de passage utile minimum)</li> <li>- Penthes douces et aménagées</li> <li>- Sol non meuble et non glissant</li> <li>- Espace de manœuvre et espace d'usage dans la chambre, la salle de bains, les sanitaires</li> <li>- Passage sous lavabo, sous tables, sous comptoirs d'accueil &gt; 70 cm</li> <li>- Douches à l'italienne</li> <li>- Aide à la personne pour toute demande spécifique</li> </ul>





 <p>TOURISME &amp; HANDICAP</p>	<p>Visuel</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eclairage bien maîtrisé</li> <li>- Éléments contrastés (poignées de porte, interrupteurs...)</li> <li>- Informations et documents en divers formats grands caractères et braille</li> <li>- Aide au déplacement (bandes rugueuses, bandes podotactiles, mains courantes, bandes d'éveil à la vigilance...)</li> </ul>
--	---------------	--

Pour les sites détenant la marque pour plusieurs handicaps, les pictogrammes sont intégrés dans un même logo. Exemple :



« Le professionnel du tourisme labellisé est à la fois un acteur et un ambassadeur de l'accueil du public handicapé » (<http://www.tourisme-handicaps.org/les-labels/attribution/>)

#### CANDIDATURE :

Le dépôt de candidature se fait en ligne via l'application GMTH (Gestion de la Marque T&H).

Informations (cahier des charges, guides illustrés, candidature en ligne...) disponibles sur le site des marques nationales du tourisme de la DGE : <https://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme> ou en écrivant à [tourismeethandicap.dge@finances.gouv.fr](mailto:tourismeethandicap.dge@finances.gouv.fr)

#### Marque « Qualité Tourisme™ » :



Cette marque d'Etat, créée en 2005, est attribuée aux professionnels du tourisme pour valoriser la qualité de leur accueil et de leur service.

Il s'agit de mettre à disposition un signe de reconnaissance qui permet aux touristes de choisir en toute confiance des établissements qui offrent des prestations de qualité. Cette marque vise à renforcer la qualité de la destination France, tant pour la clientèle internationale que nationale.

Qualité Tourisme™ couvre quasiment toute la chaîne d'accueil touristique : l'hôtellerie, les résidences de tourisme, les villages de vacances, les campings, la restauration, les cafés et brasseries, les agences de locations saisonnières, les offices de tourisme, les lieux de visite, les activités sportives et de loisirs, les commerces...

En 2019 : Environ 5 000 prestataires ont obtenu la reconnaissance Qualité Tourisme™.

Cette distinction est valable 5 ans, renouvelable.

Pour obtenir cette marque, les professionnels s'engagent à offrir :

- Un accueil chaleureux
- Un personnel attentif
- La maîtrise des langues étrangères
- Des prestations personnalisées
- Des informations claires et précises





- Une propreté et un confort assurés
- La découverte d'une destination
- La prise en compte de l'avis des clientèles (traitement des enquêtes de satisfaction et des réclamations).

Avec Qualité Tourisme™, ces prestations sont régulièrement soumises à une évaluation indépendante au moins tous les 5 ans sous forme de visite mystère (contrôle inopiné et indépendant).

Tous les professionnels du tourisme peuvent s'engager dans la démarche.

Apports de la démarche : Extrait du livret de la DGE sur les marques nationales du tourisme

- **La reconnaissance officielle de l'Etat** de l'exigence de l'engagement du professionnel
- La **valorisation de l'établissement** à l'échelle de la destination afin de se **démarrer de la concurrence**
- Une **visibilité nationale et internationale** (campagnes de communication réalisées par l'Etat)
- Une **évaluation complète** de l'offre grâce à un audit client mystère indépendant.
- Des **outils performants gratuits qui optimisent la gestion de la démarche qualité**
- **Des clients plus satisfaits** par rapport aux moyennes française et euro-méditerranéenne

#### CANDIDATURE :

Informations (référentiels, candidature...) disponibles sur le site des marques nationales du tourisme de la DGE : <https://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme> ou en écrivant à [qualitetourisme.dge@finances.gouv.fr](mailto:qualitetourisme.dge@finances.gouv.fr)

#### **Marque « Destination pour tous » DPT**

Cette marque d'Etat, créée en 2014, valorise une destination touristique développant une politique d'accessibilité universelle volontariste (accès à tout pour tous). Elle valorise les marques « Tourisme & Handicap » et « Qualité Tourisme ».



L'objectif est de permettre un séjour prolongé inclusif pour tous, locaux et étrangers, tenant compte de toutes les situations de handicap et les besoins spécifiques :

- Le handicap physique,
- Le handicap sensoriel (visuel et auditif)
- Le handicap cognitif, mental ou psychique
- le polyhandicap
- le trouble de santé invalidant
- le handicap de la langue
- la perte d'autonomie liée à l'âge,
- les entraves au déplacement liées à la situation familiale

(familles nombreuses, parents avec poussette...)

« Destination pour tous » s'inscrit dans le cadre de la politique volontariste du Gouvernement en faveur du tourisme accessible initiée par le Comité Interministériel du Handicap (CIH) et par le Comité Interministériel du Tourisme (C.I.T).





En France, trois villes ont obtenu cette marque, valable 5 ans (renouvelable) :

- Bordeaux : 1<sup>er</sup> territoire Destination pour Tous en juin 2014
- Amiens : en mars 2017. 1<sup>ère</sup> « Destination pour tous – Or » en 2019
- Balaruc-les-Bains : en mars 2017

Plusieurs villes en France sont intéressées pour entrer dans cette démarche.

L'obtention de la marque par les 3 premières villes a permis de faire évoluer le cahier des charges DPT en 2018 :

⇒ Le dispositif est simplifié :

- La labellisation se fait en une seule étape ;
- L'audit d'accessibilité accompagne le dossier de candidature ;
- Le nombre de critères est réduit de 6 à 3 avec un rééquilibrage entre l'exigence d'accessibilité et l'offre touristique ; Les 3 critères d'attribution sont :

- ❖ Le territoire, destination touristique : périmètre, offre touristique (loisirs et de répit) et prestations de service de la vie quotidienne
- ❖ La gouvernance du projet : autorité unique et politiques de formation et de communication
- ❖ L'accessibilité de la destination (avec audit sur l'accessibilité), de la voirie, des espaces publics, des services de transports et du cadre bâti.

- Les documents sont harmonisés (cahier des charges, Guide méthodologique et dossier de candidature simplifié) ;

⇒ Présentation de la candidature par le territoire

⇒ L'accompagnement ministériel est renforcé : DGE et DGCS pour l'ensemble des critères et DMA pour l'accessibilité ;

⇒ Attribution de la marque DPT par niveau (bronze, argent et or) dans une démarche de progrès et d'amélioration continue.

Avec ce nouveau dispositif, il s'agit de faire de « Destination pour tous » un véritable levier en matière d'accessibilité et de développement touristique. Amiens est devenu la première « Destination pour tous – Or » en Juillet 2019.

Objectifs de la marque : *Extrait du livret de la DGE sur les marques nationales du tourisme*

- **Valoriser un territoire permettant un séjour prolongé inclusif pour tous** en tenant compte de toutes les situations de handicaps et des besoins spécifiques
- **Développer la notoriété de la destination France notamment dans la perspective des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024.**

#### CANDIDATURE :

Informations (cahier des charges, guide méthodologique, dossier de candidature...) disponibles sur le site des marques nationales du tourisme de la DGE : <https://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme> et sur le site de la Direction Générale de la Cohésion Sociale (DGCS) : <http://www.social-sante.gouv.fr>

Au total, en 2019, plus de 10 000 établissements sont porteurs d'une marque nationale du tourisme en France et couvrent toute la chaîne d'accueil touristique : hébergement, restauration, lieux de visite, points d'informations, activités sportives et de loisirs...





## ANNEXE 4 – LA METHODOLOGIE EMPLOYEE PAR ACCESMETRIE

Afin d'apprécier / d'objectiver les opportunités offertes par une clientèle à besoins spécifiques pour les professionnels du tourisme que sont les hôteliers et restaurateurs gestionnaires d'Etablissement Recevant du Public (ERP) de 5<sup>ème</sup> catégorie, plusieurs objectifs sont identifiés pour l'étude :

- ⇒ Cerner les besoins et attentes des personnes ayant des besoins spécifiques
- ⇒ Démontrer que la mise en accessibilité des établissements hôteliers et de restauration de 5<sup>ème</sup> catégorie ne doit pas être perçue comme une contrainte liée un contexte réglementaire strict mais comme une opportunité à ne pas négliger pour les professionnels du tourisme.
- ⇒ Faire ressortir des exemples emblématiques (réussite/échec) pour les hôtels et restaurants visés par l'étude
- ⇒ Recueillir la perception des clientèles touristiques françaises et étrangères à besoins spécifiques sur la mise en accessibilité réalisée par les gestionnaires d'ERP
- ⇒ Recueillir le témoignage de plusieurs acteurs qui œuvrent dans le domaine de l'accessibilité et de plusieurs villes hôtes de Jeux Olympiques.
- ⇒ Définir des recommandations avec notamment la rédaction de « fiches actions » et aboutir à un document de synthèse.

Trois phases sont présentées à ACCESMETRIE par le comité de pilotage pour réaliser l'étude :

- Phase 1 : L'analyse de l'offre
- Phase 2 : L'analyse de la demande
- Phase 3 : Synthèse et recommandations

Au démarrage de l'étude, il a été décidé de traiter les phases 1 et 2 conjointement.

Plusieurs réunions de pilotage entre les Ministères de l'Economie et des Finances, des Solidarités et de la Santé, de la Transition Ecologique et Solidaire, le Ministère de la Cohésion des Territoires et la société ACCESMETRIE ont eu lieu tout au long de l'étude et ont permis de cadrer régulièrement les phases de l'étude. La contribution substantielle de Mr Abdel Khiati, statisticien expert et méthodologue au sein de P3E3 de la DGE\SDP3E, sur le sujet demeure indéniable et attribue la crédibilité nécessaire à l'enquête, son diagnostic et analyse critique à travers les premiers résultats de l'enquête nous a permis de revoir la conception des questionnaires, les variables et modalités à retenir puis recueillir, les traitements nécessaires pour extrapoler, les variables de calage pour s'appuyer sur des références en la matière, puis la limite de ce dispositif répondant à un besoin spécifique. Toutes ces réunions ont fait l'objet d'une présentation PowerPoint suivi d'un compte rendu de réunion rédigé par ACCESMETRIE.

Dès le lancement de l'étude, le comité de pilotage explique que cette étude émane du manque de compréhension de la part des professionnels du tourisme dans la mise en accessibilité des établissements.

Il a fallu, au début de l'étude, bien définir la cible de l'étude à savoir les personnes ayant des besoins spécifiques. Ainsi, ces personnes sont identifiées comme suit :

- Personne en situation de handicap (auditif, cognitif, moteur, visuel, sensoriel, polyhandicap, trouble de santé invalidant, handicap invisible) ;
- Personne en perte d'autonomie liée à l'âge (séniors). On peut distinguer deux catégories de seniors : les « jeunes » seniors qui ont des revenus importants et qui consomment beaucoup et les autres, plus âgés, dont l'état de santé nécessite des aménagements particuliers ;





- Personne qui rencontre des difficultés dans ses déplacements du fait de sa situation familiale (familles nombreuses, parent(s) avec poussette, parent(s) avec enfant(s)...);
- Personne qui rencontre des difficultés dans ses déplacements du fait de son état de santé, momentané ou continu (personne plâtrée, avec cannes ou béquilles, femmes enceintes, personne de forte corpulence, de petite taille...);
- Personne qui ne maîtrise pas la langue maternelle du pays dans lequel il séjourne (handicap de la langue);
- Personne qui se déplace avec des bagages volumineux...

L'un des principaux points d'entrée de l'étude est le recueil de témoignages, sous forme de questionnaires ou d'entretiens, de la part d'acteurs liés au tourisme et/ou au domaine du handicap. Quatre types d'acteurs ont été ciblés pour répondre aux enjeux de cette étude.

- Les villes et territoires
- Les gestionnaires d'établissement hôtelier et de restauration de 5<sup>ème</sup> catégorie
- Les usagers
- Les associations de personnes à besoins spécifiques

### Les villes et les territoires

Suite à un travail de recherches sur Internet et avec les contacts professionnels existants, un premier listing de contacts a été mis en place par la société ACCESMETRIE. Très vite, ce listing a été complété par le comité de pilotage, notamment dans le choix des villes et territoires à questionner et dans les contacts au sein de ces collectivités.

Plusieurs trames d'entretien semi-directif ont été rédigées par ACCESMETRIE, et validées par le Ministère, une pour chaque cas de figure présentés ci-dessous.

#### 1 - Les villes réputées accessibles selon des classements spécifiques.

Plusieurs villes de France se sont engagées dans une démarche d'accessibilité et ont été honorées à ce titre d'une récompense. Ces villes offrent des services adaptés aux personnes en situation de handicap et à mobilité réduite, et sont donc des exemples à suivre. Nous pouvons citer, par exemples, les villes de **Caen**, **Grenoble**, la **Guadeloupe** (avec l'association Handi Défis), **Lyon**, La **Martinique** (avec Martinique Access'île), **Nantes**, **Rochefort Océan** et le **Territoire de Belfort**. Tous ces territoires ont été récompensés par l'un ou plusieurs des titres suivants :

- Le baromètre APF de l'Accessibilité (APF – Association des Paralysés de France)
- Le prix Access City Award
- Le concours EDEN « European Destinations of Excellence »
- Les Sésames de l'Accessibilité Positive
- Les Trophées de l'APAJH (Association Pour Adultes et Jeunes Handicapés)
- Les Trophées du Tourisme accessible (marque Destination pour tous (DGE-DGCS) – ATH – ANCV)
- Le Prix « Patrimoines pour Tous » (Ministère de la Culture)

*Des précisions qui ont orienté notre choix quant à la sélection de ces villes et territoires se trouvent en annexe 10.*







## 2 - Les villes hôtes de la Coupe du Monde de Rugby 2023 et des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024.

La France va accueillir ces deux grands événements en 2023 et 2024. Les villes hôtes sont également ciblées dans l'étude compte tenu de l'afflux de touristes qui est attendu lors de ces manifestations. L'intérêt de questionner ces villes hôtes est de montrer comment elles appréhendent ces événements à venir et de savoir si des aménagements particuliers sont prévus pour l'accueil notamment des personnes en situation de handicap et à mobilité réduite.

En 2023, la Coupe du Monde de Rugby à XV aura lieu dans les villes suivantes : **Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Nantes, Nice, Saint-Etienne et Toulouse.**

Les villes de **Bordeaux, Lille (Villeneuve d'Ascq) Marseille, Nantes, Nice, Paris, Saint-Etienne et Toulouse** accueilleront des épreuves des Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024.

## 3 Les villes « Destination pour tous » ou intéressées par la marque « Destination pour tous »

« Destination pour tous » (DPT) est une marque d'Etat qui valorise une destination touristique permettant un séjour prolongé inclusif pour tous en tenant compte de toutes les situations de handicap et les besoins spécifiques de chacun. *La marque est également détaillée en annexe 3 de l'étude.* Aujourd'hui, trois villes détiennent la marque « Destination pour tous » : **Bordeaux, Amiens et Balaruc-les-Bains.**

Plusieurs autres villes et territoires français s'engagent dans la démarche ou sont intéressés pour entrer dans cette démarche d'obtention de la marque « Destination pour tous ». Les territoires engagés à ce jour sont **Colombiers-Lespignan, Maugio-Carnon, le Grand Dax, Dunkerque, Toulouse et Nîmes.** Les territoires intéressés sont **Orléans, Strasbourg, Nice, Saint-Brieuc, le mont Saint-Michel,**...

## 4 Les cas internationaux – Bonnes pratiques à l'étranger

La société ACCESMETRIE s'est également appuyée sur le témoignage de villes internationales pour pouvoir comparer les situations vis-à-vis de l'accessibilité et avoir la perception de pays étrangers sur la mise en accessibilité des équipements publics et des professionnels du tourisme :

- **Londres** au Royaume Uni qui a organisé les Jeux Olympiques d'été de 2012,
- La municipalité de **Victoriaville** qui est la première « Destination pour tous » au Québec.

Afin de faciliter les échanges avec les villes et territoires, un premier contact a été effectué par mail par la Direction Générale des Entreprises (DGE) afin de présenter l'étude et son contexte. En parallèle, une lettre d'accréditation rédigée par Mme DELFAU, sous-directrice du tourisme à la DGE, a permis d'appuyer la demande auprès de l'interlocuteur.

Suite à ce premier échange, ACCESMETRIE a recontacté, dans les mois qui ont suivi, les différents référents. La plupart des entretiens ont été planifiés durant les mois de janvier à mars 2019. Pour favoriser les entretiens physiques, plusieurs consultants ACCESMETRIE ont été sollicités pour mener les entretiens selon leur zone géographique. Pour des contraintes logistiques, certains entretiens ont été réalisés par téléphone.

Afin d'uniformiser les comptes rendus d'entretiens, ceux-ci ont été formalisés en 5 thématiques :

- Particularités de la ville ou du territoire
- Les aménagements créés
- L'évolution de la clientèle et les retombées économiques





- La communication
- La formation du personnel

Toutes les villes préalablement ciblées dans le cadre de cette étude n'ont pas forcément répondu favorablement à nos sollicitations (par manque de temps, parce que le contact n'était pas le bon, parce qu'elles n'ont pas souhaité donner suite à nos appels...).

Mais, toutes les villes et tous les territoires mentionnés plus haut (au total 22) ont répondu présents pour contribuer à l'étude et ont permis d'échanger sur les différentes actions menées au niveau local afin de recenser les bonnes pratiques en matière d'accessibilité. Un état des lieux des principales actions mises en œuvre en France et à l'étranger sur l'accessibilité est mis en exergue dans le chapitre II de l'étude.

### **Les gestionnaires d'établissement hôtelier et de restauration de 5<sup>ème</sup> catégorie**

Ce sont les établissements hôteliers et de restauration de 5<sup>ème</sup> catégorie qui sont ciblés dans l'étude. Cette cible correspond aux petits établissements pouvant accueillir moins de 100 personnes.

Plusieurs focus nous ont été demandés par le comité de pilotage pour cibler les interlocuteurs :

- Hôtels et restaurants « conformes » à la réglementation accessibilité et permettant une accessibilité sans obstacle et avec un confort d'usage pour l'ensemble des clients notamment avec besoins spécifiques ;
- Hôtels et restaurants « conformes » à la réglementation accessibilité « avec dérogation »
- Hôtels et restaurants ayant la marque « Tourisme & Handicap »
- Hôtels et restaurants situés dans les villes « Destination pour tous »
- Hôtels et restaurants situés dans les villes hôtes des épreuves de la Coupe du Monde de Rugby 2023 et des JO 2024

L'objectif d'interroger les gestionnaires de ces établissements de 5<sup>ème</sup> catégorie est de faire ressortir des exemples emblématiques (réussite ou échec) de la mise en accessibilité des sites.

Plusieurs difficultés ont vu le jour durant l'étude concernant les échanges avec ces acteurs.

La première difficulté a consisté à recenser les établissements dits « accessibles ».

De manière générale, les données accessibles sur les sites Internet des villes ne sont pas suffisantes ou manquent de clarté et de fiabilité. Dans la plupart des cas, des livrets d'accessibilité recensant les sites touristiques accessibles des villes sont présents (document Office du tourisme dans la quasi-totalité des cas) mais ces livrets ne sont pas vérifiés officiellement et se basent sur les déclarations des gestionnaires qui souvent ne maîtrisent pas la réglementation accessibilité.

Ainsi, un gestionnaire peut tout à fait déclarer son établissement accessible à tous en ne percevant pas qu'un obstacle subsiste pour telle ou telle personne ayant des difficultés et/ou des besoins spécifiques.

La marque d'Etat « Tourisme & Handicap » étant un gage de garantie de l'accessibilité des sites par type de handicap et qui offre une information sûre et fiable sur l'accessibilité des lieux, nous avons donc procédé à un recensement des sites labellisés qui entrent dans les critères demandés, et ce par zone géographique (dans les villes ciblées par l'étude). Les gestionnaires des établissements accessibles qui ne sont pas entrés dans une démarche d'obtention de la marque « Tourisme & Handicap » sont très difficiles à trouver, d'autant que la communication au sujet de l'accessibilité des lieux est très souvent insuffisante voire inexistante (ex : sur les sites Internet des établissements, très peu voire aucune information sur l'accessibilité du site même quand des travaux ont été réalisés).





Sur la base des listes des hôtels et restaurants possédant la marque « Tourisme & Handicap », (recherches Internet et tableaux par département qui nous ont été transmis au début de la mission), nous avons établi un listing des établissements correspondant aux critères définis pour l'étude. Ici aussi, plusieurs consultants ACCESMETRIE se sont répartis les contacts afin de favoriser la proximité géographique.

Nous avons ensuite pris contact avec les gestionnaires par mail et/ou par téléphone.

Une deuxième difficulté a consisté en la prise de contact, difficile, avec les gestionnaires des établissements ciblés dans l'étude.

En effet, les gestionnaires des hôtels et restaurants sont souvent indisponibles. Entre la préparation d'un service et le temps de nettoyage après l'accueil du public dans un restaurant, le créneau horaire pour les joindre est mince. De manière générale dans les hôtels et restaurants, faute de temps, les gestionnaires ne souhaitent pas répondre à nos sollicitations.

De plus, des pratiques douteuses de certains organismes proposant aux Etablissements Recevant du Public (ERP) de se mettre en conformité avec la réglementation en matière d'accessibilité ont été nombreuses ces dernières années. Plusieurs gestionnaires d'établissements ont été victimes d'arnaques et l'accessibilité est souvent perçue comme une crainte par les restaurateurs et hôteliers.

Les sollicitations par téléphone ont souvent été infructueuses car vécues comme du démarchage frauduleux. Même par mail et avec l'appui de la lettre d'accréditation du Ministère, les retours n'ont pas été nombreux.

Nous avons donc fait appel à des réseaux professionnels pour nous aider dans notre démarche de prise de contact. Cela a porté ses fruits car quelques gestionnaires ont répondu positivement. Mais nous avons constaté, dans certaines régions, un manque d'implication de la part notamment des représentants des métiers de l'hôtellerie (ex : UMIH : Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie) ou des syndicats comme le Synhorcat (Syndicat National Des Hôteliers Restaurateurs Cafetiers Traiteurs).

De même, nous avons pris contact avec certaines DDTM (Direction Départementale des Territoires et de la Mer) pour avoir la liste des établissements hôteliers et de restauration accessibles (dépôt d'une attestation d'accessibilité, avec et sans dérogation).

ACCESMETRIE, comme pour les villes et les territoires, a rédigé une trame d'entretien générale, pour les échanges avec les gestionnaires d'hôtels et restaurants « accessibles ». En complément, une trame individualisée de quelques questions a été élaborée selon le cas de l'établissement (s'il détient la marque « Tourisme & Handicap », s'il est conforme, s'il se situe dans une ville hôte des JO...). Ces trames ont été validées en amont par le comité de pilotage.

Pour les hôteliers et restaurateurs qui ont accepté de contribuer à cette étude, des entretiens semi-directifs physiques ou par téléphone le cas échéant ont eu lieu. Quatre grandes thématiques ont été abordées avec eux :

- Aménagements créés en lien permettant d'améliorer l'accessibilité des sites et le confort d'usage pour tous
- Evolution de la clientèle et retombées économiques
- Communication sur l'accessibilité de l'établissement
- Formation du personnel





La retranscription des entretiens reprend ces quatre thématiques, ceci afin d'uniformiser les comptes rendus.

Tous les hôtels et restaurants interrogés dans le cadre de l'étude ont entrepris une démarche de mise en accessibilité de leur établissement.

### **Les usagers (personnes valides et avec besoins spécifiques)**

L'objectif de l'étude est d'apprécier le vécu des touristes français et étrangers avec des besoins spécifiques ayant passé des vacances en France dans des établissements dits « conformes ».

Afin de recueillir la perception des personnes en situation de handicap et des personnes à mobilité réduite sur l'accessibilité des hôtels et restaurants accessibles, ACCESMETRIE a élaboré, en concertation avec les Ministères mandataires de l'étude, un questionnaire.

Au démarrage de la mission, ACCESMETRIE a proposé un questionnaire de 25 questions à destination des personnes en situation de handicap uniquement.

Au cours des différentes réunions de pilotage, il a été demandé à ACCESMETRIE d'intégrer des réponses pouvant être cochées aussi bien par des personnes en situation de handicap, par des personnes ayant des besoins spécifiques et par des personnes valides. Les retours de ce questionnaire devaient en effet être représentatifs de la population française afin que les résultats puissent être utilisés dans l'étude.

Suite à de nombreux échanges entre le comité de pilotage et ACCESMETRIE, le questionnaire a finalement abouti à une série de 52 questions (ouvertes et fermées) concernant le choix de la destination, la durée du séjour, le budget dépensé, la satisfaction, la fidélité à la destination etc...). Certains membres du comité de pilotage, appartenant à la DGE, sont spécialisés dans les études statistiques du tourisme et nous ont apporté une aide précieuse quant à l'élaboration de ce questionnaire.

Afin que le traitement des questionnaires soit fiable et efficace, ACCESMETRIE a utilisé le logiciel de conception de sondage en ligne SurveyMonkey®. Cet outil permet de collecter les réponses via un lien ou directement par envoi mail. Il facilite également le traitement et l'analyse en compilant les données et en générant les graphes analytiques correspondants.



Pour que l'échantillonnage soit représentatif de la population française, le questionnaire a été adressé par mail à des personnes valides sans besoin spécifique, à des personnes en situation de handicap et à des personnes avec des besoins spécifiques. L'objectif initial était de recevoir entre 1 500 et 2 000 réponses.

Chaque collaborateur du groupe OPTIMETRIE (groupe dont fait partie la société ACCESMETRIE), au total une soixantaine de personnes, a transmis le questionnaire à ses relations privées et professionnelles. Nous avons également fait appel à des associations de personnes en situation de handicap, de seniors, de familles pour servir de relais dans la transmission du questionnaire aux membres et adhérents. Un questionnaire traduit en anglais a également été transmis à nos contacts étrangers ainsi qu'à certaines associations internationales.

L'objet de l'étude et le questionnaire ont aussi été relayés sur des réseaux sociaux (Facebook) et professionnels (Linkedin) afin d'obtenir un maximum de retours.

A la clôture de l'étude, seulement 540 questionnaires (dont 8 en anglais) ont été reçus sur la plateforme SurveyMonkey®. Ce nombre n'étant pas suffisant (1500 à 2000 retours attendus) pour être





représentatif de la population française, l'étude portera donc sur des aspects plus qualitatifs, qui seront largement relayés par les entretiens (gestionnaires d'hôtels et restaurants, villes et associations), que quantitatifs.

Cependant, il paraît tout de même pertinent de faire ressortir dans l'étude des données issues du questionnaire, révélatrices des attentes et besoins de la population en matière d'accessibilité dans les hôtels et restaurants mais également des difficultés d'accessibilité rencontrées dans ces établissements.

### **Les associations de personnes à besoins spécifiques**

Compte tenu du manque de retours des questionnaires en ligne, il a été décidé en cours d'étude, de solliciter directement les associations représentantes des personnes à besoins spécifiques qui sont quotidiennement au contact avec elles.

Un listing de contacts a été créé par ACCESMETRIE et complété par le comité de pilotage. Les associations et fédérations ciblées sont réparties en plusieurs types :

- Les associations de personnes handicapées
- Les associations œuvrant pour le handicap moteur
- Les associations œuvrant pour le handicap visuel
- Les associations œuvrant pour le handicap auditif
- Les associations œuvrant pour le handicap mental
- Les associations de familles
- Les associations de personnes âgées / seniors

Ainsi, plusieurs associations ont été contactées par téléphone et/ou par mail et ont accepté de répondre à 4 grandes thématiques :

- Attentes recherchées / prestations attendues dans un hôtel ou un restaurant accessible
- Préparation d'un séjour touristique
- Principales difficultés rencontrées dans les hôtels et restaurants
- Bonnes pratiques

Nous avons sollicité 54 associations. Malgré plusieurs relances, certaines associations n'ont pas donné suite à nos appels et mails. Au total, 17 associations de personnes en situation de handicap (auditif, mental, moteur, visuel), de personnes âgées / seniors et de familles ont contribué à l'étude et ont accepté de répondre à nos questions. Des entretiens de visu et par téléphone ont été réalisés. Le cas échéant, les questions ont été posées par mail.

Les données recueillies de la part des associations sont très intéressantes et permettent de centraliser les principales attentes des personnes concernées et les difficultés qu'elles rencontrent durant leurs séjours touristiques.

Parallèlement à la réalisation des entretiens et à l'analyse des questionnaires, ACCESMETRIE s'est également enrichi de lectures diverses dans le domaine du tourisme et du handicap afin de mieux mettre en exergue les enjeux de l'étude. Très peu d'études ont été réalisées sur les retombées économiques liées à la mise en accessibilité des établissements touristiques, les données dans ce domaine sont très minces et il s'agit là d'éléments qui sont très peu évalués à la fois par les gestionnaires d'hôtels et de restaurants, et par les villes.





Sur la base des résultats des diagnostics accessibilité des hôtels et restaurants réalisés par ACCESMETRIE depuis sa création en 2003, des données chiffrées ont été mises en évidence pour définir le nombre de non-conformité réglementaires et le coût associé de la mise en accessibilité.

ACCESMETRIE a également recueilli les témoignages de sociétés d'autocars et d'agences de voyage spécialisées dans l'organisation de séjours adaptés à tous. Ceci afin de déterminer au mieux les moyens utilisés par les personnes avec besoins spécifiques pour organiser et préparer leur séjour touristique mais également leurs attentes en matière d'organisation de séjour adapté et pour savoir où voyagent les personnes en situation de handicap dans les séjours organisés (destinations privilégiées).





## ANNEXE 5 – LES CLASSEMENTS DES VILLES LES PLUS ACCESSIBLES AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Depuis plusieurs années, les villes françaises ont fait des efforts en matière d'accessibilité notamment dans le domaine de la voirie et de la mise aux normes de leurs bâtiments publics. Cela dit, le retard cumulé depuis des décennies est encore loin d'avoir été rattrapé. Parmi les villes françaises, certaines sortent du lot et se veulent exemplaires pour accueillir au mieux les citoyens et les touristes en situation de handicap. Afin de recenser ces villes réputées accessibles, plusieurs types de classement ont vu le jour. Ces classements ne sont pas tous français, ce qui apporte un rayonnement supplémentaire dans l'image des villes concernées au niveau international.

### LE BAROMETRE APF DE L'ACCESSIBILITE (2013)

L'Association des Paralysés de France (APF) a mis en place un baromètre de l'Accessibilité afin d'évaluer le niveau d'accessibilité des 96 chefs-lieux départementaux français. Le dernier baromètre officiel date de 2013 et a été publié en février 2014 (5<sup>ème</sup> édition). Il a permis de faire un point sur la dynamique de mise en accessibilité des villes avant l'échéance de 2015. Malgré un constat général d'« amélioration de l'état d'accessibilité » des communes de France, il est remarqué également un retard « accablant » dans la mise aux normes accessibilité en 2013.

Certes, la moyenne nationale est passée à 14,14/20 en 2013 (contre 10,6/20 en 2009) mais le constat de l'échec de la « politique de mise en accessibilité de la France » juste avant l'échéance de 2015 est fait.

Le questionnaire transmis aux délégations départementales APF et aux municipalités des 96 chefs-lieux départementaux portait sur les thèmes suivants :

- Evaluation de l'accessibilité du cadre de vie de la ville
- Le niveau d'accessibilité des équipements municipaux (handicap moteur)
- Mesure de la politique municipale d'accessibilité

Voici le tableau des résultats en 2013 pour les 20 premières villes :

### RÉSULTATS ET ANALYSES DU BAROMÈTRE DE L'ACCESSIBILITÉ 2013

Classement	Ville	Un cadre de vie adapté (note sur 21)	Des équipements municipaux accessibles (note sur 20)	Une politique locale volontariste (note sur 21)	Note sur 20 en 2013	Note sur 20 en 2012
1	Grenoble (38)	19	18	21	18,7	18,4
2	Nantes (44)	17	17,9	21	18	17,4
3	Caen (14)	15	18,5	21	17,6	17,2
4	Lyon (69)	17	16,25	21	17,5	16,5
5	Poitiers (86)	18	15	21	17,4	12,9
	Belfort (90)	15	18	21	17,4	17,4
7	Rennes (35)	16	16,5	21	17,2	15,5
8	Épinal (88)	18	13,5	21	16,9	15,8
9	Foix (09)	16	15	21	16,8	13,5
	Le Puy (43)	13	18	21	16,8	14,8
	Lille (59)	16	18,2	18	16,8	16,5
12	Arras (62)	21	11	18	16,7	16,1
13	Bordeaux (33)	16	14,5	21	16,6	16,3
14	Laval (53)	18	12,2	21	16,5	13,8
15	Clermont-Ferrand (63)	16	13,8	21	16,4	15,4
16	Angoulême (16)	17	12,7	21	16,3	15,4
	Nanterre (92)	16	16,5	18	16,3	14,7
18	Châteauroux (36)	16	16	18	16,1	15,5
	Albi (81)	15	14	21	16,1	14,5
20	Laon (02)	17	11,5	21	16	15,9
	Montpellier (34)	15	16,5	18	16	15,8





Le baromètre de l'accessibilité universelle 2018<sup>119</sup> n'a pas permis de réaliser un classement général mais une synthèse nationale. En effet, seules 68 villes ont répondu au questionnaire qui portait sur trois thématiques :

- l'accessibilité de la chaîne de déplacement dans la commune
- la qualité d'accueil et d'informations dans la commune
- l'évaluation de la politique d'accessibilité



La synthèse nationale permet néanmoins de faire ressortir les chiffres suivants :

En moyenne :

- 42% des villes ignorent le nombre d'Établissements Recevant du Public (ERP) accessibles sur leur territoire. Il y a 33% d'ERP accessibles en moyenne (selon les réponses au questionnaire).
- 44 % d'ERP ont déposé un Agenda d'Accessibilité programmée (Ad'AP)
- 44 % des écoles seraient accessibles
- 68 % des piscines seraient accessibles
- 79% des stades seraient accessibles
- 67 % des lignes de bus sont accessibles
- 14 % des villes publient les ERP accessibles ayant déposé un Ad'AP sur leur site Internet, alors qu'il s'agit d'une obligation.
- 4% du personnel a suivi une formation aux handicaps.

Les résultats de ce baromètre 2018 ont permis de mettre en avant trois attentes majeures :

- Établir une « cartographie » dans chaque ville de tous les lieux, logements, moyens de transports, de communication dans les villes avec un suivi de l'avancée des Ad'AP pour tous les ERP (cartographie accessible au grand public – site Internet)
- Faire respecter le calendrier des Ad'AP par les Préfectures
- Renforcer la participation des citoyens à la politique d'accessibilité de la ville

## **LE PRIX ACCESS CITY AWARD**

Il s'agit du premier prix européen pour les villes exemplaires en matière d'accessibilité, décerné par la Commission européenne. Créé en 2010, ce prix annuel vise à récompenser les villes européennes qui prennent les mesures les plus efficaces et novatrices pour améliorer l'accessibilité pour les citoyens handicapés.

L'Access City Award récompense la volonté, la capacité et les efforts d'une ville pour devenir plus accessible et :

- garantir l'égalité d'accès à des droits fondamentaux
- améliorer la qualité de vie de la population
- veiller à ce que chacun, quels que soient son âge, son degré de mobilité ou ses facultés, ait le même accès à toutes les ressources et tous les services offerts par une ville.

ACCESS•CITY  
THE EUROPEAN AWARD  
FOR ACCESSIBLE CITIES



Toutes les villes de plus de 50 000 habitants appartenant à l'Union Européenne (UE) peuvent participer à l'Access City Award. Il en est de même pour les zones urbaines constituées de deux ou de plusieurs

<sup>119</sup> Source : <http://apf21.blogs.apf.asso.fr/archive/2018/12/17/resultats-du-barometre-de-l-accessibilite-universelle-2018-113989.html> - Résultats du baromètre de l'accessibilité universelle – Synthèse nationale comparative de l'accessibilité des chefs-lieux départementaux français – Décembre 2018







villes ayant une population totale de plus de 50 000 habitants et situées dans un pays de l'UE comptant moins de deux villes de plus de 50 000 habitants.

Le prix de l'Access City Award ne peut pas être remporté par la même ville durant deux années consécutives.

En plus d'être une récompense, le « Access city award » donne aussi la possibilité de partager les bonnes pratiques et de prendre connaissance de ce qui est mis en place chez nos voisins européens.

Parmi les villes françaises récompensées par ce prix, la ville de **Lyon** a reçu le 5 décembre 2017 l'Access City Award, 1er Prix 2018 des villes les plus accessibles « pour avoir placé l'accessibilité au cœur de sa vie urbaine » et pour son accessibilité inclusive et universelle.

« À Lyon, les bus publics sont accessibles à 100% et l'accès à la culture pour tous est garanti au moyen d'équipements accessibles présents dans les bibliothèques, tels que des liseuses, des lecteurs de livres audio et des loupes d'écran, remarque la Commission. La ville a également développé des outils numériques destinés aux personnes handicapées. »

Pour l'Access City Award 2019, la Commission européenne a reçu 52 candidatures. La ville d'**Évreux**, en France est arrivée 2ème du classement (derrière la ville de Breda au Pays-Bas), récompensée pour son attention particulière aux handicaps invisibles.

En 2016, la ville de **Toulouse** a obtenu le 3ème prix (derrière Milan en Italie et Wiesbaden en Allemagne). Toulouse a aussi gagné la mention spéciale inaugurale « de la Ville Intelligente (Smart City) », car certains sites Web proposent des ressources spécifiques sur l'accessibilité.

D'autres villes françaises ont été récompensées à l'Access City Award : Nantes en 2013 (2ème prix) et Grenoble en 2014 (2ème prix). Grenoble avait déjà reçu en 2012 une "mention spéciale services publics" par l'Access City Award.

## LE CONCOURS EDEN

Créé en 2006, le concours EDEN (« *European Destinations of Excellence* » ou Destinations Européennes d'Excellence) est organisé par la Commission Européenne et récompense les destinations touristiques d'excellence parfois méconnues mais disposant d'atouts singuliers. Le concours n'a pas lieu chaque année. Certaines années, la Commission européenne met en œuvre des actions de communication autour des destinations déjà récompensées. A chaque édition, un thème différent est donné :

- 2007 : le tourisme rural
- 2008 : le patrimoine immatériel local
- 2009 : les espaces protégés
- 2010 : le tourisme aquatique
- 2011 : les sites reconvertis
- 2013 : le tourisme et l'accessibilité
- 2015 : la gastronomie locale
- 2017 : le tourisme culturel



« Les destinations participantes doivent prouver qu'elles ont développé un tourisme économiquement viable en relation avec le thème annuel choisi ».

La France compte aujourd'hui 30 destinations EDEN (lauréates ou distinguées). Celles-ci sont regroupées sur le site Internet [www.eden-france.com](http://www.eden-france.com).





EDEN Network est une association au niveau européen à laquelle les destinations primées peuvent adhérer.

Objectifs du concours EDEN<sup>120</sup> :

Le projet EDEN contribue à renforcer la visibilité de destinations touristiques peu connues, se situant dans un État membre ou un pays candidat.

Devenir une destination d'excellence permet notamment de :

- Profiter des supports de communication de la Commission européenne et des partenaires du concours (lettres d'informations, presse, visibilité sur le site Internet de l'Union européenne, atout-france.com...);
- Bénéficier de la réalisation d'un film promotionnel présentant le lauréat;
- Faire partie du réseau européen des destinations touristiques d'excellence avec, notamment, l'échange de bonnes pratiques;
- Intégrer le réseau des destinations françaises EDEN;
- Contribuer, au niveau national comme au niveau européen, à renforcer une demande pour des sites touristiques encore peu prisés et ainsi « décongestionner » certaines destinations sur-fréquentées. Ce rééquilibrage des flux touristiques doit avoir pour conséquence de maintenir et même de créer de l'activité et de l'emploi dans les zones concernées.

L'intérêt est de promouvoir un site touristique original dont les acteurs sont mobilisés autour de stratégies alliant croissance économique et développement durable et de valoriser une offre touristique particulière.

« En attirant l'attention sur des endroits moins visibles, le concours EDEN contribue à « décongestionner » certaines destinations très fréquentées et à rééquilibrer les flux touristiques dans toute la France. Cette action contribue donc à l'aménagement du territoire et à la valorisation harmonieuse de tous les espaces touristiques. Le concours EDEN s'inscrit ainsi dans une démarche globale de développement durable ».

Le concours est organisé au niveau national, par des organismes qui candidatent auprès de la Commission européenne pour porter le projet. En France, les organisateurs sont la Direction Générale des Entreprises (DGE, au sein du ministère chargé de l'économie et des finances) et Atout France, agence de développement touristique de la France.

En 2013, le thème du concours était « **Tourisme et Accessibilité** ».

Quatre destinations françaises ont été primées en 2013 pour leur offre touristique basée sur une accessibilité globale, répondant aux besoins des touristes comme des résidents locaux.

- le Parc Naturel Régional du Morvan (lauréat)
- Rochefort Océan - Estuaire de la Charente
- Ville de Binic
- Le Finistère

<sup>120</sup> Extrait : [www.entreprises.gouv.fr/tourisme/concours-des-destinations-europeennes-touristiques-dexcellence-eden](http://www.entreprises.gouv.fr/tourisme/concours-des-destinations-europeennes-touristiques-dexcellence-eden)





Zoom sur Rochefort Océan, ville interrogée dans le cadre de l'étude :

Avec une cinquantaine d'établissements ayant la marque « Tourisme & Handicap », Rochefort Océan est devenue une destination touristique et de loisirs accessibles à tous les publics grâce à des aménagements et une formation adaptée pour les professionnels concernés.

Rochefort dispose d'une trentaine d'hébergements adaptés à tous les publics (camping, gîte, hôtel villas de charme..) et de cinq restaurants ayant la marque « Tourisme & Handicap ».

## LES SESAMES DE L'ACCESSIBILITÉ POSITIVE



« L'Accessibilité Positive® » est un concept créé par Paul JOLY, architecte urbaniste et Président du Conseil National Handicap (CNH).

Reconnu expert dans le domaine du handicap et de l'accessibilité, il invite à proposer une nouvelle vision de l'accessibilité.

« "L'Accessibilité Positive®" est une notion transversale qui vise à améliorer la vie de la cité et de chaque citoyen qui la constitue quelles que soient ses capacités physiques et intellectuelles.

Constituée d'un ensemble de principes, "l'Accessibilité Positive®" se construit sur la capacité à appréhender, concevoir et réaliser des environnements, des programmes d'équipements et de services et des produits utilisables par le plus grand nombre afin de participer à l'ensemble de la vie sociale de la manière la plus autonome possible »<sup>121</sup>.

<sup>121</sup> Source : <https://www.les-sesames-accessibilite-positive.fr/>





Les Sésames de "l'Accessibilité Positive<sup>®</sup>" récompensent les acteurs publics et privés engagés, qui ont mis en œuvre et suivi une démarche d'accessibilité prenant en compte tous les publics pour que « la France de demain soit plus accessible »<sup>122</sup>.

**Ile-de-France :** Les "Sésames AMIF de l'Accessibilité Positive<sup>®</sup>" sont organisés depuis 2014 par le Conseil National Handicap en partenariat avec l'Association des Maires d'Ile-de-France (AMIF), sous le patronage de la Délégation Ministérielle à l'Accessibilité (DMA).

L'objectif est de promouvoir des bonnes pratiques et des réalisations exemplaires de certaines communes situées en Ile-de-France dans tous les domaines de la vie quotidienne des personnes en situation de handicap. Il s'agit aussi de faire connaître et saluer les bonnes initiatives des villes d'Ile-de-France qui mettent les moyens pour améliorer l'accessibilité des équipements de leur ville.

Ainsi, en avril 2019, le Sésame d'Or est remis au petit village de Santeny (94) qui compte 3 650 habitants. « *La politique de travaux réalisée par la municipalité pour rendre la commune accessible à tous sans stigmatisation* »<sup>123</sup> a été saluée.

En 2018, la ville de Suresnes (92) s'est vue décernée le Sésame d'Or pour son « Objectif Emploi » qui consiste en « *une opération de parrainage d'étudiants handicapés par des salariés volontaires du secteur public et privé, qui s'engagent pendant toute une année scolaire à soutenir un étudiant en situation de handicap pour l'aider à conjuguer efficacement réussite universitaire et insertion dans la vie professionnelle* »<sup>124</sup>.

En 2017, c'est la ville de Saint-Denis à qui le Sésame d'Or de l'accessibilité positive a été attribué pour son « *engagement et sa politique globale en matière d'accessibilité sur l'ensemble des secteurs d'interventions de la commune* »<sup>125</sup>.

**Outre-mer :** En 2018, les premiers sésames ultramarins de l'accessibilité positive ont vu le jour pour les départements d'outre-mer. En effet, compte tenu du succès de l'événement à Paris pour les villes d'Ile-de-France, l'Association Conseil National handicap (CNH) a souhaité mettre en place cet événement pour les 12 territoires d'Outre-mer.

Cette année-là, le sésame d'Or a été attribué à la Martinique avec l'association Martinique Access'île qui propose un tourisme alternatif et innovant. L'association propose aux touristes en situation de handicap des fauteuils de bain tiralo pour pouvoir se baigner, des lits médicalisés à la location... Elle propose également des hébergements adaptés grâce à des partenariats professionnels, mais aussi des offres de loisirs inédites comme de la plongée, sorties en quad biplace, découverte de la faune et de la flore, sorties en mer adaptées, parachutes tandem....

Le Sésame d'Argent a été attribué à la Guyane avec l'association de Parents et Amis des Déficients Auditifs de Guyane (APADAG). Le Sésame de bronze a été décerné à la Guadeloupe avec l'association Handi Défis qui permet de rendre accessible à tous le Tour cycliste international de Guadeloupe, manifestation très populaire en Guadeloupe. Un sésame de diamant a été attribué à la ville des Abymes en Guadeloupe qui s'est engagée dans une démarche d'accessibilité.

<sup>122</sup> Source : <https://www.les-sesames-accessibilite-positive.fr/>

<sup>123</sup> Source : <https://www.mairie-santeny.fr>

<sup>124</sup> Source : <https://www.les-sesames-accessibilite-positive.fr/>

<sup>125</sup> Source : <https://www.les-sesames-accessibilite-positive.fr/>





## LES TROPHEES DE L'APAJH

Depuis 2005, l'Association Pour Adultes et Jeunes Handicapés (APAJH) organise chaque année une cérémonie de remise de trophées pour récompenser des initiatives exemplaires provenant d'acteurs publics ou privés qui permettent « *l'accès et la participation à la vie sociale, culturelle et professionnelle des personnes en situation de handicap* ». De nombreux artistes participent à cette cérémonie.



5 catégories sont primées :

- Accessibilité universelle (l'accès à tout pour tous)
- Ecole et Culture
- Ville citoyenne et service public
- Entreprise citoyenne
- Sport

En 2015, c'est la Ville de Grenoble qui a été récompensée par un trophée Ville citoyenne et Service public pour son Mois de l'Accessibilité en ville.

En 2018, Nantes-Métropole obtient le même trophée pour la mise en œuvre d'une signalétique universelle et accessible dans les Etablissements Recevant du Public (ERP).

Cette année en 2019, le thème sera le cinéma. L'objectif est de sensibiliser l'opinion publique mais également les pouvoirs publics sur les droits des personnes en situation de handicap.

## LES TROPHEES DU TOURISME ACCESSIBLE

Les Trophées du Tourisme Accessible<sup>126</sup> récompensent les bonnes pratiques au service de l'accessibilité des sites touristiques et valorisent les établissements détenant la marque « Tourisme & Handicap ».

Tout site touristique détenteur de la Marque pour les quatre déficiences (auditive, mentale, motrice et visuelle) peut prétendre à être candidat. Le critère de la communication sur la qualité de bénéficiaire de la marque, notamment sur son site internet, est primordial pour être candidat. 153 établissements ont fait acte de candidature en 2018, ils étaient 111 en 2017, ce qui montre que l'engouement pour l'accessibilité est de plus en plus fort.

Organisés par l'Association Tourisme & Handicaps (ATH), sous l'égide de la Direction Générale des Entreprises (DGE) et avec le partenariat de l'Agence Nationale pour les Chèques Vacances (ANCV), les Trophées du tourisme accessible sont répartis en 6 catégories :

- Les grandes structures d'hébergement
- Les petites structures d'hébergement
- L'information touristique
- Les loisirs
- La restauration
- Les sites de visites



Trois établissements sont nommés dans chaque catégorie et un seul recevra le trophée de la catégorie. Un trophée d'Or est également remis à un site toutes catégories confondues et un « coup de cœur » est décerné par l'Association Tourisme & Handicaps.

<sup>126</sup> Source : <http://www.tourisme-handicaps.org/trophees-du-tourisme-accessible-2018/>





Les objectifs des trophées du tourisme accessible sont de<sup>127</sup>:

- Valoriser la marque 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, culturels, de loisirs et de vacances qui auront été jugés 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 Direccte/Dieccte, correspondants des missions de la marque, correspondants ATH, évaluateurs... et aussi, bien sûr, ministères, structures institutionnelles et associations de personnes handicapées ;
- Inciter les sites labellisés à communiquer ;
- Rendre hommage à l'action de membres d'honneur décédés : Gérard Duval, Edith Madet et Pierre Rousseau ;
- Mettre en œuvre une opération de relations presse.

En juin 2019, les 5<sup>èmes</sup> trophées du tourisme accessible ont été remis lors du salon Handica de Lyon. Cette année, le Trophée d'Or de la DGE a récompensé le Musée Crozatier (Le Puy en Velay). L'Association Tourisme & Handicaps a décerné son coup de cœur au Musée du quai Branly à Paris.

## **LE PRIX « PATRIMOINES POUR TOUS »**

Le prix « Patrimoines pour tous » a été créé en 2011 et est organisé par le Ministère de la Culture et de la Communication. Il a pour objet de « *distinguer une démarche d'excellence en matière d'accessibilité généralisée des lieux patrimoniaux* » (archives, musées de France, monuments historiques, villes et pays d'Art et d'Histoire...) pour les personnes en situation de handicap auditif, mental, moteur et visuel.



*Le prix « Patrimoines pour tous » a vocation à valoriser les actions des établissements patrimoniaux qui se sont engagés dans le vaste chantier de « l'accessibilité pour tous ». Il récompense tant la mise en conformité du cadre bâti que la prise en compte des principaux handicaps dans les actions de médiation culturelle<sup>128</sup>.*

La DGE (Direction Générale des Entreprises), ainsi que ATH (Association Tourisme & Handicap), la DMA (Délégation Ministérielle à l'Accessibilité) et d'autres grandes associations de personnes en situation de handicap (APAJH, UNAPEI, APF, UNISDA...) sont, membres du Jury. *Ce prix d'adresse aux établissements patrimoniaux relevant des collectivités territoriales ou du ministère de la Culture<sup>129</sup>.* Les lieux patrimoniaux détenant la marque Tourisme & Handicap ont donc vocation à candidater.

Le jury attribue le prix, doté de 50 000 euros, à un ou plusieurs candidats relevant des collectivités territoriales, et un label de qualité, sans dotation financière, à un ou plusieurs établissements nationaux.

<sup>127</sup> Source : <http://www.tourisme-handicaps.org/>

<sup>128</sup> Source : <http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Connaissance-des-patrimoines/Connaissance-des-publics/Actions/Patrimoines-pour-tous/6e-edition-du-Prix-Patrimoines-pour-tous>

<sup>129</sup> Source : Dossier de presse « Patrimoines pour tous » - 26 mars 2018





Les critères principaux pour désigner les lauréats sont les suivants<sup>130</sup> :

- L'existence d'une démarche globale d'accessibilité généralisée
- La prise en compte des normes d'accessibilité numérique (RGAA) pour les sites d'information en ligne
- La présence ou le développement de partenariats avec les diverses associations représentatives des personnes en situation de handicap
- La mise en œuvre d'actions menées auprès d'établissements ayant en charge des personnes en situation de handicap
- L'existence d'outils favorisant l'autonomie des personnes en situation de handicap
- La prise en compte de la mixité des publics dans l'offre culturelle
- L'implication de l'ensemble des services de l'établissement dans le projet

Lors de la dernière édition en 2018, le MuséoParc d'Alésia à Alise Sainte Reine (Côte d'or) a reçu le 1er prix, le Musée Crozatier au Puy en Velay et le Musée Granet à Aix en Provence ont obtenu le 2ème prix (ex-aequo). Le 3ème prix a été attribué aux Archives départementales des Deux-Sèvres et une mention spéciale au Mucem à Marseille a été remise.

L'année précédente, en 2017, le 1er prix a été attribué au Musée de Bretagne (Rennes Métropole) qui a reçu une dotation de 30 000 € et le 2ème prix a été décerné au Musée départemental Arles antique (Conseil départemental des Bouches-du-Rhône) qui a obtenu une dotation de 20 000 €. Une mention spéciale a été attribuée à la Forteresse royale de Chinon (Conseil départemental d'Indre-et-Loire)<sup>131</sup>.

Le Prix "Patrimoines pour tous" a déjà distingué, depuis sa création, plus de 30 structures engagées pour l'inclusion et l'accès à la culture.

## LE PRIX « DESTINATION TOURISTIQUE ACCESSIBLE »

Cette année, pour la première fois, l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) a récompensé le Portugal, qui est devenu le premier pays « Destination touristique accessible ». Ce prix a été remis au Portugal mardi 10 septembre 2019 lors de la 23<sup>ème</sup> Assemblée Générale de l'OMT, à Saint-Petersbourg, en Russie.

« Depuis plusieurs années, le positionnement du Portugal en tant que destination accessible aux personnes porteuses de handicap est une priorité du gouvernement [...].des itinéraires accessibles ont été créés, disponibles sur le site [www.visitportugal.com](http://www.visitportugal.com). Des guides de bonnes pratiques ont également été élaborés. Une ligne de financement spécifique a par ailleurs été lancée pour soutenir des projets d'accessibilité dans le tourisme, dans le cadre du programme « Valorizar ». [...] Un autre portail et l'application « Tur4All » ont été lancés, permettant de connaître l'offre hôtelière, de restauration et culturelle destinée aux personnes à mobilité réduite au Portugal et en Espagne. La formation, volet essentiel, n'a pas été négligée : dans les écoles de tourisme, un module consacré au tourisme accessible a été intégré au programme des étudiants. [...] Et les efforts se poursuivent. En plus du programme "Plage Accessible", un programme "Festivals + Accessibles" a été lancé cette année. Pour la seule Europe, 90 millions de touristes ont des besoins de mobilité spécifiques »<sup>132</sup>.

<sup>130</sup> Source : Dossier de presse « Patrimoines pour tous » - 26 mars 2018

<sup>131</sup> Source : <http://www.culture.gouv.fr/Presse/Dossiers-de-presse/Septieme-edition-du-Prix-Patrimoines-pour-tous>

<sup>132</sup> Source : <https://www.lechotouristique.com/article/le-portugal-destination-touristique-accessible-2019-pour-lomt>





## ANNEXE 6 - TRAMES VIERGES D'ENTRETIEN

### ENTRETIEN HOTELS ET RESTAURANTS

#### AMENAGEMENTS CREES

1/ Quels sont les aménagements que vous avez apporté à votre établissement pour le rendre accessible aux personnes ayant des besoins spécifiques ?  
.....

2/ Avant travaux, avez-vous fait réaliser un diagnostic d'accessibilité de votre établissement (ce diagnostic n'est pas obligatoire pour les ERP de 5<sup>ème</sup> catégorie) ?

Oui

Non

3/ Quelles ont été vos dépenses réelles pour rendre accessible votre établissement ?

Achat de petit matériel

Equipements

Rénovation

Création de sanitaire/chambre adapté(e)

Autres, précisez.....

4/ Quel est approximativement le coût réel de ces aménagements ?  
.....

#### EVOLUTION DE LA CLIENTELE ET RETOMBÉES ECONOMIQUES

5/ Depuis les travaux réalisés, avez-vous constaté un nombre plus important de clientèle ayant des besoins spécifiques réserver dans votre établissement ?

Oui

Non

6/ Pouvez-vous quantifier ce nombre ?.....

7/ Savez-vous (par le biais de questionnaire, ou avis sur internet) si la clientèle concernée est satisfaite des prestations de l'établissement ?  
.....

8/ Des demandes particulières ont-elles émanées de ce public ? Si oui, lesquelles ?  
.....

9/ Le cout lié à l'accessibilité de votre établissement a-t-il eu des répercussions sur la situation financière de votre établissement ?

Oui, positives

Oui, négatives

Non

10/ Le prix des prestations a-t-il augmenté à cause de la mise en accessibilité de votre établissement ?

OUI

NON

Ne se prononce pas

Commentaires :  
.....

Si oui, pouvez-vous quantifier cette hausse (en pourcentage) ?.....







11/ Les investissements sont-ils cohérents avec les retombées économiques constatées ?

OUI

NON

Ne se prononce pas

Commentaires :

.....

12/ Suite aux travaux réalisés au sein de votre établissement, avez-vous constaté une évolution de votre clientèle (type de clients) ?

.....

13/ Quels types de « nouveaux » clients fréquentent votre établissement depuis sa mise en accessibilité ?

.....

14/ Pensez-vous que l'image de votre établissement a évolué selon votre clientèle ?

Oui

Non

Si oui, l'image est-elle plus positive ?

.....

15/ Comment votre clientèle sans besoin spécifique perçoit-elle les nouveaux aménagements mis en place ?

.....

16/ Avez-vous le sentiment qu'avec les travaux réalisés pour l'accessibilité de votre établissement le confort d'usage\* pour tous s'est amélioré ?

*\*confort d'usage : Capacité d'un lieu à répondre aux besoins et attentes des usagers et utilisateurs. Ainsi, la prise en compte du confort d'usage consiste à penser et à concevoir à partir des techniques et des normes mais aussi à partir des besoins de l'usager. Par exemple, la création d'une rampe d'accès servira à la fois à une personne en fauteuil roulant, mais également à une personne avec poussette*

.....

17/ Avez-vous le sentiment de participer à la valorisation de l'offre touristique dans votre région ?

.....

18/ Conseilleriez-vous à un confrère de mettre en accessibilité son établissement (NB : la mise en accessibilité est une obligation) ?

Oui

Non

.....

19/ Quels types de touristes internationaux fréquentent votre établissement ? Plusieurs réponses sont possibles.

Européens

Asiatiques

Américains

20/ Les attentes des touristes internationaux sont-elles satisfaites d'après vous lorsqu'ils fréquentent votre établissement ?

**Touristes OUI NON**

Européens

Asiatiques

Américains

21/ Cette clientèle est-elle plus exigeante que la clientèle française ?

**Touristes OUI NON**

Européens

Asiatiques

Américains





22/ Pensez-vous que cette clientèle internationale pourrait s'élargir davantage grâce notamment aux travaux d'accessibilité ?

Oui

Non

23/ Les événements locaux (ex : festival, fête communale....) vous apportent-ils des clients ?

Oui

Non

24/ Êtes-vous en lien avec les organisateurs de ces événements locaux ? Êtes-vous référencé (site de la manifestation, site de l'office du tourisme, site de la ville....)?

Oui

Non

25/ La population étant vieillissante, pensez-vous que les aménagements créés vont accroître le nombre de clients seniors dans la fréquentation de votre établissement ? Ou avez-vous perçu un accroissement de la clientèle senior dans votre établissement ? Est-ce une clientèle supplémentaire ?

.....

26/ Avez-vous réussi à fidéliser une clientèle en situation de handicap ou ayant des besoins spécifiques grâce aux différents aménagements créés ?

Oui

Non

Si oui, quel type de clientèle ?

Handicap auditif

Handicap cognitif

Handicap moteur

Handicap visuel

Personne à mobilité réduite

Seniors

Autres, précisez.....

## COMMUNICATION

27/ Des démarches de communication sur les actions de mise en accessibilité ont-elles été entreprises auprès des publics concernés ? Comment communiquez-vous au sujet de l'accessibilité de votre établissement ?

Site internet

Panneaux d'information

Plaquettes

Auprès des associations

Presse spécialisée

Publicités

Flyers

Par la clientèle

Registre public d'accessibilité en ligne

Inscription sur des sites spécialisés

Autres, précisez.....

28/ L'établissement entretient-il des liens avec des associations œuvrant dans le domaine du handicap ?

Oui

Non

Si oui, lesquelles ? Quel type de handicap ?.....

29/ Êtes-vous référencé sur un site collaboratif et/ou de réservation (ex : TripAdvisor, Booking, Jaccede, Trivago, La fourchette, Marque Tourisme et Handicap....) ?

Oui

Non





Si oui, lequel ?.....

### FORMATION DU PERSONNEL

30/ Le personnel de votre établissement a-t-il été formé à l'accueil de personnes en situation de handicap et/ou ayant des besoins spécifiques ?

- Oui, tout le personnel
- Oui, une partie du personnel
- Non, aucun personnel

31/ Le personnel, s'il n'est pas formé, a-t-il été sensibilisé aux problématiques du handicap ?

- Oui, tout le personnel
- Oui, une partie du personnel
- Non, aucun personnel

32/ Une formation à l'accueil du public étranger (barrière de la langue) a-t-elle été dispensée au personnel ?

- Oui, tout le personnel
- Oui, une partie du personnel
- Non, aucun personnel

### PRESTATIONS SPECIFIQUES

33/ Avez-vous développé et élaboré des services ou des prestations prenant en compte les publics à besoins spécifiques :

- Oui
- Non

34/ Si oui, quels types de prestations / services ?

- Achat d'un terminal TPE
- Boucle d'Induction Magnétique
- Prestation permettant d'échanger avec un public malentendant ou parlant une langue étrangère
- Service en chambre (petit déjeuner...)
- Signalétique
- Autres, précisez.....

35/ Si oui, pour quels publics ?

- Personnes en situation de handicap
- Personnes âgées/seniors
- Famille avec enfants en bas-âge
- Public étranger ne parlant pas la langue française
- Autres, précisez.....





## ANNEXE 7 – LES AIDES ET SUBVENTIONS

En France, il existe plusieurs aides pour les professionnels voulant rendre accessible leur établissement : des prêts proposés par la Caisse des Dépôts et Bpifrance ; un crédit d'impôt ; des subventions ; des dotations accordées par des collectivités locales ; des financements de la part de l'Etat ; des fonds de compensation de la TVA etc...

Nous détaillons dans les pages suivantes ces différents dispositifs.

### Hôtellerie

Il existe un certain nombre de dispositifs d'aides financières pour le secteur de l'hôtellerie. Ces aides interviennent dans le cadre de projets de modernisation, rénovation, extension et créations d'hôtels, et plus particulièrement dans le cadre de rénovation et de mise aux normes de structures déjà existantes visant à l'obtention de labels (Qualité Tourisme, Tourisme & Handicap, éco-labels...), la mise en accessibilité des établissements aux PMR ou encore l'amélioration de la qualité.

#### 1 - Le prêt hôtellerie de BPI France

De 30 000 à 1 000 000 euros pour financer un projet de rénovation. Les PME (constituées en société depuis plus de 3 ans et respectant la définition européenne de la PME. : moins de 250 salariés, déclarant soit un chiffre d'affaire annuel inférieur à 50 millions d'euros, soit un total de bilan n'excédant pas 43 millions d'euros. Elle doit être indépendante, c'est-à-dire ne pas être détenue à plus de 25 % par une ou plusieurs entités qui ne sont pas des PME) du secteur de l'hôtellerie (hôtels-bureaux, hôtels-restaurants indépendants ou franchisés) peuvent prétendre à ce prêt.

Les hôtels dont la classification après programme n'excèdera pas 4 étoiles bénéficient d'un taux privilégié grâce au partenariat entre la Caisse des Dépôts et Bpifrance.

Il s'agit d'un prêt participatif qui permet également de financer les travaux relatifs à la mise en place d'une action de développement durable ou encore à la sécurité. L'avantage pour le professionnel est qu'il ne doit pas fournir de garantie sur les actifs de l'entreprise ni de caution personnelle du dirigeant.

⇒ Montant :

Minimum : 30 000 euros

Maximum : 1 000 000 € sur la formule du Prêt Hôtellerie à taux privilégié, cumulable (sous certaines conditions) avec une seconde formule dans la limite de 1 400 000 €.

Le montant du prêt est au plus égal au montant des fonds propres et quasi fonds propres de l'emprunteur.

⇒ Durée :

- Un prêt sur 10 ans, à taux fixe.
- Un remboursement allégé les deux premières années grâce au différé d'amortissement du capital de 24 mois.
- Suivi de 32 échéances trimestrielles à terme échu avec un amortissement linéaire du capital.





## 2 - OSEO : Prêt participatif à la rénovation hôtelière (PPRH)

Cette solution est proposée par OSEO qui est une entreprise publique dont la mission est de financer et de soutenir l'innovation et la croissance des entreprises. Elle finance notamment les travaux de mise aux normes accessibilité. Tout exploitant d'hôtel qui répond à certains critères peut prétendre à cette aide. Le Prêt Participatif pour la Rénovation Hôtelière (PPRH) découle de la loi du 22 juillet 2009 sur le développement et la modernisation touristiques.

Le PPRH accessible aux entreprises situées dans les aires urbaines de plus de 500.000 habitants, permet aux hôtels de financer les travaux de modernisation pour accéder au nouveau classement des hôtels ou bien les mettre aux normes d'accessibilité.

Les établissements situés dans les aires urbaines de moins de 500 000 habitants, et dont la classification après travaux n'excédera pas 3 étoiles, bénéficient d'un taux privilégié grâce au partenariat entre la Caisse des Dépôts et OSEO.

Un prêt bancaire accompagne systématiquement le PPRH. Son montant est au moins égal au double du PPRH. Sa durée est de 7 ans minimum. Il peut être garanti par OSEO à hauteur de 40 %, voire 70 % avec le soutien des régions.

⇒ Montant :

Minimum : 30 000 €

Maximum : 600 000 €

Sans garantie sur les actifs de l'entreprise, ni caution personnelle du dirigeant.

⇒ Durée :

- Un prêt sur 7 ans, à taux fixe.
- Un remboursement allégé les deux premières années grâce au différé d'amortissement du capital de 24 mois

## Restauration

### 1 - Le prêt restauration de BPI France

Bpifrance a lancé un prêt à taux fixe préférentiel et sans garantie pour les restaurateurs. Toutes les entreprises appartenant au secteur de la restauration peuvent prétendre à ce prêt : restauration traditionnelle, cafétérias et libres services, restauration rapide, traiteurs, débits de boisson. Ce prêt peut être accordé pour les investissements liés :

- au développement des compétences professionnelles (formation du personnel, amélioration du service, apprentissage des langues étrangères, promotion du savoir-faire)
- à l'appropriation du numérique dans les établissements (visibilité et référencement du site sur le net, équipement numérique pour l'établissement)
- à la modernisation et la mise aux normes de l'établissement (hygiène alimentaire, démarches favorables à l'environnement, accessibilité et accueil de la clientèle, sécurité)

⇒ Montant :

Le prêt concerne les montants compris entre 40 000 et 600 000€.





⇒ Durée :

Son taux est fixé selon le barème en vigueur. Le prêt souscrit sans garantie, ni caution personnelle sur une durée de 6 ans (dont 1 an de différé d'amortissement en capital), est cofinancé à hauteur de 50% avec les banques.

## **2 - OSEO : Prêt participatif pour la modernisation et la transmission de la restauration (PPMTR)**

Ce prêt a été créé pour aider et accompagner les professionnels de la restauration à remettre leurs établissements aux normes, à les rénover, à améliorer leur accueil en vue de développer leur activité et les emplois. Tout exploitant ou repreneur d'une entreprise de restauration qui répond à certains critères peut bénéficier de ce prêt. Ce prêt couvre à la fois la modernisation (rénovation, extension, mise aux normes,...) mais aussi la transmission de l'établissement (travaux de modernisation représentant au moins 25 % du coût total du programme HT).

⇒ Montant :

Montant compris entre 30 000 € et 120 000 €.  
Prêt accordé sans garantie ni caution personnelle.

⇒ Durée :

Ce prêt est remboursable sur 5 ans.  
Taux préférentiel et un différé d'amortissement du capital de 12 mois

## **3 - OSEO : Prêt pour la Modernisation de la Restauration (PMR) à taux zéro**

Le PMR a pour objectif de financer, aux côtés des banques, les entreprises du secteur de la restauration. Il s'adresse aux TPE (très petites entreprises, employant jusqu'à 10 salariés) du secteur de la restauration. Tout exploitant ou repreneur d'une entreprise de restauration qui répond à certains critères peut bénéficier de ce prêt. Le PMR finance les travaux de rénovation, d'extension, de mise aux normes (sécurité, accessibilité...), l'équipement, le mobilier, le matériel, les dépenses liées au service client (documentation commerciale, site Internet, etc.) et coûts fixes d'exploitation supportés par l'entreprise sans contrepartie de chiffre d'affaires pendant la période des travaux, dans la limite de 25 % du programme. Il accompagne obligatoirement un concours bancaire à plus de 2 ans (financement de matériel, équipement, mobilier, immobilier...) d'un montant au moins égal à 2 fois le montant du PMR. Les caractéristiques de ce concours (taux, durée, garantie) sont librement fixées par le partenaire bancaire.

⇒ Montant :

Montant compris entre 5 000 et 10 000 €

Il est obtenu directement auprès d'une banque, son taux est égal à zéro, sans caution personnelle, ni garantie.

⇒ Durée :

Durée de 5 ans





## **HOTELLERIE ET RESTAURATION**

- Les aides locales : les collectivités locales peuvent participer à la modernisation des établissements situés notamment sur certains territoires classés en zone urbaine sensible (ZUS), en zone de redynamisation urbaine (ZRU) en zone franche urbaine (ZFU) ou dans une commune rurale de moins de 3 000 habitants.
  
- Les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) et les Chambres de Métiers et de l'Artisanat (CMA) peuvent également proposer une aide financière pour aider les établissements à se mettre en conformité.
  
- Pour les établissements T&H : Les Conseils régionaux, les conseils départementaux via leur structure de tourisme (comités régionaux du tourisme, comités départementaux du tourisme) peuvent parfois aider les structures qui souhaitent se rendre accessible. Ces aides éventuelles sont soumises à des critères différents selon les régions et/ou départements.





## ANNEXE 8 – LES POPULATIONS CIBLES DE L'ÉTUDE

Les populations ciblées dans la présente étude sont celles qui bénéficient en premier lieu des solutions d'accessibilité mises en place par les gestionnaires et propriétaires d'établissements recevant du public. A ce titre, les personnes ayant des besoins spécifiques sont identifiées comme suit :

- **Personnes en situation de handicap**<sup>133</sup>



### Le handicap auditif

La principale difficulté est de percevoir, d'entendre et de déchiffrer les messages sonores dont la parole.

Il convient de distinguer la personne sourde de la personne malentendante.

- La personne sourde : est une personne née sourde, ou qui a perdu l'ouïe. Elle n'entend pas la parole et ne peut être aidée que par des techniques visuelles (sous-titrage par exemple). Il est important de préciser que toutes les personnes sourdes ne pratiquent pas nécessairement la langue des signes (LSF). De plus, chaque pays a sa propre langue des signes. Il existe d'autres moyens de communication comme la lecture labiale ou le langage parlé complété (LPC).
- La personne malentendante : dispose d'un reste auditif exploitable. Elle peut bénéficier d'aides sonores (appareils auditifs, boucle magnétique...) et utiliser également la technique de lecture labiale.



### Le handicap mental

Le handicap mental est un handicap de la compréhension, de la communication et de la décision.

- Les personnes ayant un handicap mental éprouvent des difficultés à se situer dans l'espace et dans le temps. Cela nécessite une compensation adaptée qui est essentiellement une aide humaine à laquelle peut s'ajouter une aide technique telle que des informations visuelles et sonores simplifiées.



### Le handicap moteur

Les troubles de la motricité peuvent signifier une atteinte partielle ou totale de la mobilité et parfois des troubles de la communication, des difficultés à contrôler ses gestes et à s'exprimer; mais sans altérer pour autant les capacités intellectuelles.

Les personnes en situation de handicap moteur peuvent être en fauteuil roulant (manuel ou électrique), se déplacer avec un déambulateur, une canne, des béquilles ou être mal marchantes. Celles qui voyagent seules, sont indépendantes dans la vie quotidienne si elles bénéficient d'un environnement adapté. En revanche, celles qui ont besoin d'aide dans les gestes de la vie quotidienne sont généralement accompagnées.

<sup>133</sup> Source : <https://www.entreprises.gouv.fr/>







## Le handicap visuel

Parmi les personnes déficientes visuelles il faut distinguer les personnes non-voyantes des personnes malvoyantes.

- Les personnes non-voyantes : ont une cécité totale et appréhendent le monde principalement par leurs autres sens (toucher, ouïe, odorat, goût). Elles se déplacent le plus souvent avec une canne blanche qui leur permet de détecter les obstacles ou avec un chien guide. Il est important de préciser que toutes les personnes non-voyantes ne savent pas nécessairement lire le braille.
- Les personnes malvoyantes : perçoivent différemment les éléments de l'environnement en fonction de leur type de vision (floue, champ visuel réduit,...).

L'éclairage, l'encombrement des lieux, le contraste des obstacles et des reliefs influent sur leur capacité à percevoir l'espace. Il faut leur donner des repères de voyants qui peuvent être complétés par des indices faisant appel aux autres sens. Certaines personnes malvoyantes se déplacent avec une canne (régulièrement ou ponctuellement), ou un chien guide, pour détecter les obstacles non perçus visuellement.

### - Le polyhandicap

Le polyhandicap (terme apparu vers les années 1970) est un "handicap grave à expressions multiples associant toujours une déficience motrice et une déficience intellectuelle sévère ou profonde, entraînant une restriction extrême de l'autonomie et des possibilités de perception, d'expression et de relation"<sup>134</sup>

### - Les handicaps invisibles

Le handicap invisible est un handicap non détectable, qui ne peut pas être remarqué si la personne concernée n'en parle pas. Le trouble dont elle souffre impacte pourtant sa qualité de vie<sup>135</sup>. Il s'agit notamment des :

- Maladies chroniques et/ou invalidantes (ex : le diabète, le cancer, une maladie rare, la sclérose en plaques...)
- Troubles cognitifs (ex : les troubles « Dys » comme la dysphasie, la dyspraxie, la dyslexie,...)
- Handicaps psychiques (troubles phobiques, la dépression, bipolarité...)
- Handicaps sensoriels (surdité, déficience visuelle...)

### - Personnes en perte d'autonomie liée à l'âge

Il s'agit des seniors et des personnes âgées.

Dans la plupart des études sur le tourisme des seniors, les seniors sont considérés comme les personnes âgées de 50 ans et plus.

<sup>134</sup> Source : <http://www.onisep.fr/Formation-et-handicap/Mieux-vivre-sa-scolarité/Par-situation-de-handicap/Scolarité-et-polyhandicap/Definition-du-polyhandicap>

<sup>135</sup> Source : <https://www.handinorme.com/>





- **Personnes qui rencontrent des difficultés dans ses déplacements du fait de sa situation familiale**

Il s'agit ici des familles nombreuses (famille qui comprend trois enfants ou plus<sup>136</sup>), des femmes enceintes, des parents avec poussettes, des parents avec enfant(s)...

- **Personne qui ne maîtrise pas la langue maternelle du pays dans lequel il séjourne**

Ce sont des personnes non résidentes en France, ne parlant et ne comprenant pas le français. La barrière de la langue devient alors un handicap dans le pays de destination.

- **Autres cas**

D'autres types de personnes avec des besoins spécifiques sont ciblés dans l'étude.

Les personnes voyageant avec des bagages volumineux, les personnes de forte corpulence (surcharge pondérale), les personnes ayant des difficultés de marche (port de béquilles...), les personnes de petite taille sont autant de cas qui réduisent la mobilité lors de séjours touristiques notamment.



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

<sup>136</sup> Source : <https://www.insee.fr/>





## ANNEXE 9 – QUESTIONNAIRE EN LIGNE



### Questionnaire Touristes/Usagers

#### « Étude sur les retombées économiques pour les professionnels du tourisme (restaurants et hôtels) de la mise en accessibilité de leur établissement \* »

Enquête réalisée par ACCESMETRIE



pour le compte des Ministères suivants :  
Économie et des Finances, Solidarités et de la Santé, Transition Écologique et Solidaire, Cohésion des Territoires

<p>Ministère de l'Économie et des Finances Direction Générale des Entreprises (DGE)</p>	<p>Ministère de la Transition Écologique et Solidaire Ministère de la Cohésion des Territoires et des Relations avec les Collectivités Territoriales Direction Générale de l'Aménagement, du Logement et de la Nature (DGALN)</p>	<p>Ministère des Solidarités et de la Santé Direction Générale de la Cohésion Sociale (DGCS)</p>
---	---	--

\* Établissement Recevant du Public de 5ème catégorie, petit établissement recevant moins de 100 personnes





## Questionnaire Touristes/Usagers

### REPONDANT

#### \* 1. Professions et catégories socioprofessionnelles

- Agriculteurs exploitants
- Artisans, commerçants et chefs d'entreprise
- Cadres et professions intellectuelles supérieures
- Professions intermédiaires
- Employés
- Ouvriers
- Retraités
- Autres personnes sans activité professionnelle

#### \* 2. Sexe

- Homme
- Femme

#### \* 3. Âge





#### \* 4. Lieu de résidence

- France métropolitaine
- Outre-mer
- Hors de France

Code postal du lieu de résidence

#### \* 5. Situation personnelle

- Réside seul(e)
- Réside en famille
- Autre (veuillez préciser)

#### \* 6. Taille du foyer

- 1 personne
- 2 personnes
- 3 à 4 personnes
- 5 personnes et plus

#### \* 7. Votre foyer compte-t-il des enfants en bas-âge (entre 0 et 6 ans) ?

- Oui
- Non

#### \* 8. Avez-vous voyagé durant l'année 2018 ?

- Oui
- Non (passer à la question 12)

Si oui, combien de voyages avez-vous faits cette année





**9. Votre (vos) voyage(s) s'est-il (se sont-ils) déroulé(s) en France métropolitaine ?**

- Oui  
 Non  
 Pas tous

**10. Combien de nuitée(s) votre (vos) voyage(s) a-t-il (ont-ils) compté(s) globalement ?**

**11. Quel(s) mois êtes-vous parti(e) en voyage ?**

**\* 12. Éprouvez-vous une quelconque difficulté limitant votre accessibilité aux établissements (restaurants, hôtels) ?**

- Oui  
 Non (passer à la question 15)

**13. Si oui, par quelle(s) difficulté(s) êtes-vous concerné(e) ?**

*(plusieurs choix possibles)*

- Auditive  
 Mentale/Cognitive  
 Motrice (fauteuil roulant)  
 Mobilité Réduite  
 Visuelle  
 Maîtrise insuffisante de la langue française  
 Difficultés liées à l'âge (perte d'autonomie)  
 Entraves au déplacement liées à la situation familiale (ex : déplacements en poussette, acheminement de nombreux bagages...)  
 Recherche de chambres adaptées à vos besoins spécifiques  
 Autre (veuillez préciser)





#### 14. Éprouvez-vous des besoins spécifiques liés à ces difficultés ?

- Oui  
 Non

#### \* 15. Faites-vous partie d'une association liée à un handicap ou autre structure liée à vos besoins spécifiques ?

- Oui  
 Non  
 Ne se prononce pas

Si oui, laquelle





## Questionnaire Touristes/Usagers

### RESTAURANTS – FRANCE MÉTROPOLITAINE

16. Avant de vous rendre au restaurant, vous assurez-vous qu'il puisse répondre à vos besoins spécifiques ?

- Oui
- Non
- Ne se prononce pas

17. Si oui, comment procédez-vous pour rechercher des restaurants adaptés à vos besoins spécifiques ?

(plusieurs choix possibles)

- Guides touristiques
- Recommandation par des personnes ayant fréquenté le restaurant
- Site internet
- Contacter le restaurant
- Autre (veuillez préciser)

18. Lors de vos voyages, combien de fois en moyenne par jour et/ou par semaine vous rendez-vous au restaurant ?

- 1 fois par jour
- 2 fois par jour
- 3 fois par jour
- 1 fois par semaine
- 2 fois par semaine
- 3 fois par semaine
- Plus de 3 fois par semaine
- Pas du tout







## 19. Quel est votre budget repas par personne dans un restaurant qui propose une prestation répondant à vos besoins ?

- En dessous de 10 €
- Entre 10 € et 20 €
- Entre 20 € et 40 €
- Entre 40 € et 60 €
- Plus de 60 €

## 20. Quelles sont les prestations (ou aménagements) que vous attendez d'un restaurant répondant à vos besoins spécifiques ?

(plusieurs choix possibles)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Aménagement (espace) de la salle de restaurant                           | <input type="checkbox"/> Sécurité                   |
| <input type="checkbox"/> Carte (lisibilité de la carte...)  | <input type="checkbox"/> Signalétique               |
| <input type="checkbox"/> Contenu du menu  | <input type="checkbox"/> La connectique (WiFi, ...) |
| <input type="checkbox"/> Menu adapté  | <input type="checkbox"/> Table à langer             |
| <input type="checkbox"/> Formation du personnel à l'accueil de personnes en situation de handicap | <input type="checkbox"/> Chaise haute               |
| <input type="checkbox"/> Sanitaire adapté à tous  |   |
| <input type="checkbox"/> Autre (veuillez préciser)  |   |

## 21. Comment jugez-vous l'offre touristique des restaurateurs en France pour les personnes ayant des besoins spécifiques ?

- Largement suffisante
- Suffisante
- Insuffisante
- Inexistante
- Ne se prononce pas





## 22. Trouvez-vous que les restaurants en France prennent en compte les besoins spécifiques des clients ?

- Oui
- Non
- Ne se prononce pas
- Autre (veuillez préciser)

## 23. Avez-vous déjà rencontré des difficultés d'accessibilité dans les restaurants que vous avez fréquentés ?

- Oui
- Non
- Ne se prononce pas

Si oui, pour quelles raisons

## 24. Si vous avez déjà fréquenté un restaurant ayant la marque Tourisme & Handicap, avez-vous été satisfait(e) des prestations proposées ?

- Oui
- Non
- Non concerné(e)
- Ne se prononce pas

Si oui ou non, pour quelles raisons

## 25. Si vous êtes satisfait(e) des prestations proposées par un restaurant dont les aménagements et/ou équipements sont adaptés à vos besoins spécifiques, pouvez-vous devenir un(e) client(e) fidèle ?

- Oui
- Non
- Ne se prononce pas





## 26. Recommanderiez-vous un restaurant dont les aménagements et/ou équipements sont adaptés à vos besoins spécifiques ?

- Oui
- Non
- Ne se prononce pas

## 27. Quels sont, selon vous, les investissements indispensables pour les restaurateurs afin d'accueillir au mieux les clients ?

	Oui	Non	Ne se prononce pas
Accessibilité des lieux (rampe d'accès, ascenseur)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Circulation intérieure et mobilier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contenu des menus proposés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lisibilité de la carte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eclairage adapté	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Équipements (mains courantes, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formation du personnel à l'accueil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Présence d'un sanitaire adapté	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Place de parking réservée proche de l'entrée	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Signalétique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La connectique (WiFi, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Autre (veuillez préciser)





## Questionnaire Touristes/Usagers

### HÔTELS – FRANCE MÉTROPOLITAINE

28. Selon vous, quels sont les facteurs favorisant vos départs en voyage (nuitée, week-end, court séjour, long séjour) ?

(plusieurs choix possibles)

- Autonomie de déplacement
- L'accès au lieu de séjour
- Prix du séjour
- Autre (veuillez préciser)





## 29. Pour vos voyages, comment procédez-vous pour rechercher des chambres d'hôtel adaptées à vos besoins spécifiques ?

	Oui	Non
Agences de voyage et intermédiaire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si oui, veuillez préciser	<input type="text"/>	
Associations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si oui, veuillez préciser	<input type="text"/>	
Guides touristiques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si oui, veuillez préciser	<input type="text"/>	
Revue spécialisées	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si oui, veuillez préciser	<input type="text"/>	
Sites des hôtels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si oui, veuillez préciser	<input type="text"/>	
Sites internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si oui, veuillez préciser	<input type="text"/>	
Bouche à oreilles / Connaissances	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si oui, veuillez préciser	<input type="text"/>	
Autre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si oui, veuillez préciser	<input type="text"/>	





### 30. Votre choix de destination est-il lié ?

(plusieurs choix possibles)

- Aux facilités de transport
- Aux facilités d'hébergement
- A la qualité des prestations
- Ne se prononce pas

Autre (veuillez préciser)

### 31. Quels sont les critères principaux qui vous font choisir un établissement ?

(plusieurs choix possibles)

- Confort des chambres adaptées
- Connaissance de la disponibilité des chambres adaptées
- Hôtel marque Tourisme & handicap
- Prise en compte de besoins spécifiques
- Prix de la chambre
- Retours d'expérience positifs
- Services/prestations proposés par l'hôtel
- Autre (veuillez préciser)

### 32. A quelle(s) période(s) préférez-vous voyager ?

(plusieurs choix possibles)

- Printemps
- Été
- Automne
- Hiver
- Pendant les vacances scolaires
- Hors vacances scolaires







### 36. Lorsque vous avez choisi un établissement, prenez-vous contact directement avec le gestionnaire avant de réserver ?

- Oui
- Non
- Ne se prononce pas

### 37. Si oui, par quel moyen privilégié prenez-vous contact ?

- Téléphone
- Internet
- Courrier
- Autre (veuillez préciser)

### 38. Quel(s) type(s) d'hébergement avez-vous l'habitude de fréquenter lors de vos séjours touristiques ?

(plusieurs choix possibles)

- Hôtel
- Gîtes
- Chambres d'hôtes
- Location (appartement ou maison)
- Village vacances
- Résidence de tourisme
- Établissement spécialisé en lien avec vos besoins spécifiques
- Camping
- Dans la famille
- Chez des amis
- Résidence secondaire
- Autre (veuillez préciser)









### 43. Selon vous, quels sont les aménagements qui manquent le plus dans les hôtels répondant à vos besoins spécifiques ?

(plusieurs choix possibles)

- Rampes d'accès
- Ascenseur
- Mains courantes dans les marches / escaliers
- Signalétique
- Éclairage
- Sécurité
- La connectique (WiFi, ...)
- Chambres et lits adaptés
- Salle de bain aménagée
- Sanitaires adaptés
- Barres d'appui
- Boucle d'Induction Magnétique
- Chaise haute
- Lit pour bébé
- Baignoire enfant
- Table à langer
- Autre (veuillez préciser)

### 44. En l'absence de prestations recherchées, accepteriez-vous de passer une nuit dans un hôtel avec d'autres prestations spécifiques ?

(Ex : petit-déjeuner en chambre, bagages amenés en chambre, paiement par carte directement en chambre, autres moyens de substitution liés aux difficultés d'accessibilité de certaines prestations)

- Oui
- Non
- Ne se prononce pas





#### 45. Avez-vous déjà rencontré des difficultés d'accessibilité lors de vos séjours en hôtel ?

- Oui
- Non
- Ne se prononce pas

Si oui, pour quelles raisons

#### 46. Si vous avez déjà séjourné dans un hôtel ayant la marque Tourisme & Handicap, avez-vous été satisfait(e) des prestations proposées ?

- Oui
- Non
- Non concerné(e)
- Ne se prononce pas

Si oui ou non, pour quelles raisons

#### 47. Si vous êtes satisfait(e) des prestations proposées par un établissement dont les aménagements et équipements sont adaptés à vos besoins, pouvez-vous devenir un(e) client(e) fidèle ?

- Oui
- Non
- Ne se prononce pas

#### 48. Recommanderiez-vous un établissement dont les aménagements et équipements sont adaptés à vos besoins ?

- Oui
- Non
- Ne se prononce pas

Si non, pour quelles raisons





## 49. Les services suivants vous semblent-ils indispensables pour accueillir au mieux les clients ?

	Oui	Non	Ne se prononce pas
Ascenseur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chambres adaptées avec salle de bains conforme à vos besoins	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Éclairage – Parties communes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Équipements (mains courantes...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formation du personnel à l'accueil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Place de parking réservée proche de l'entrée	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salle de petit déjeuner accessible à tous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restauration sur place	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Signalétique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TV dans les chambres avec audiodescription	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La connectique (Wifi,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Autre (veuillez préciser)

## 50. Voyagez-vous à l'étranger ?

- Oui
- Non





## 51. Si oui, sur quel(s) continent(s) ?

*(plusieurs choix possibles)*

- Europe
- Asie
- Amérique
- Océanie
- Antarctique
- Afrique

## 52. Si oui, quelle est la meilleure prestation que l'on vous a proposée (type de prestation, lieu de prestation) ?





## ANNEXE 10 – LES VILLES CIBLEES POUR L'ÉTUDE

Dans le cadre de l'étude, ACCESMETRIE a recueilli le témoignage de quatre types d'acteurs, représentatif de l'offre et de la demande. Afin de mieux comprendre pourquoi nous avons choisi, avec l'aide du comité de pilotage, les villes et territoires suivants, voici les précisions qui ont orienté notre choix quant à la sélection de ces acteurs.

### Les villes et les territoires

#### **1 - Les villes réputées accessibles selon des classements spécifiques.**

Plusieurs villes de France se sont engagées dans une démarche d'accessibilité. Appuyées par une politique locale volontariste, ces villes ont toutes reçu un titre pour les récompenser des efforts réalisés dans la mise en accessibilité des équipements municipaux, mais également de leurs infrastructures. Ces villes offrent des services adaptés aux personnes en situation de handicap et à mobilité réduite, et sont donc des exemples à suivre.

Plusieurs types de récompenses existent pour encourager la volonté, la capacité et les efforts fournis par ces villes qui proposent des stratégies inédites pour rendre accessibles les établissements publics et leur environnement.

- Le baromètre APF de l'Accessibilité (APF – Association des Paralysés de France)
- Le prix Access City Award
- Le concours EDEN « European Destinations of Excellence »
- Les Sésames de l'Accessibilité Positive
- Les Trophées de l'APAJH (Association Pour Adultes et Jeunes Handicapés)
- Le Prix Patrimoines Pour Tous

*L'annexe 5 est dédiée aux précisions sur ces classements.*

Parmi les villes réputées les plus accessibles de France, nous pouvons citer :

- **Grenoble** : à bien des égards, Grenoble semble être aujourd'hui une des villes les plus accessibles de France. Plusieurs fois récompensée, la ville a su notamment rendre accessible la quasi-totalité de son réseau de transports en commun. La ville de Grenoble se classe en première place du baromètre APF de l'Accessibilité en 2013 avec une note de 18,7/20 portant sur 3 grandes thématiques : cadre de vie adapté, équipements municipaux accessibles et politique locale volontariste. En 2014, la ville de Grenoble remporte le 2<sup>ème</sup> prix de l'Access City Award. Le jury de l'Access City Award a notamment salué « *les progrès remarquables réalisés en faveur de l'accessibilité dans les domaines des transports, des commerces, de l'éducation, de la culture, des sports, du tourisme et de l'emploi* »<sup>137</sup>. Grenoble avait déjà reçu en 2012 une "mention spéciale services publics" par l'Access City Award.



La Ville de Grenoble apporte également une aide financière aux associations qui œuvrent dans le domaine du handicap et de l'accessibilité.

La ville s'est déjà démarquée en devenant en 2005 le 1<sup>er</sup> territoire de tourisme adapté au plan national et la 1<sup>ère</sup> ville au niveau européen à mettre en place un dispositif d'aides pour

<sup>137</sup> Source : <https://www.grenoble-ensemble.fr/tribunes-et-analyses/grenoble-toujours-plus-belle-et-accessible/>





l'accessibilité des commerces. En 2015, elle remporte le trophée Ville citoyenne et Service public de l'APAJH (Association Pour Adultes et Jeunes Handicapés) pour son Mois de l'Accessibilité en ville. Les trophées de l'APAJH récompensent les initiatives exemplaires et les bonnes pratiques des acteurs privés et publics.

Ces différentes récompenses et reconnaissances sont à l'image de ce que souhaite la ville : « *La ville souhaite promouvoir l'inclusion des personnes en situation de handicap, initier une dynamique citoyenne afin de banaliser le handicap.*

*Pour atteindre cet objectif la ville de Grenoble organise tous les ans le mois de l'accessibilité en Ville avec pour objectifs :*

- Une meilleure prise en compte des besoins des personnes en situation de handicap et de leur entourage
- Sensibiliser le grand public, et particulièrement les jeunes
- Améliorer l'accès à l'emploi, le mois se déroule en même temps que la semaine européenne pour l'emploi des personnes en situation de handicap
- Elargir le mois à d'autres villes de l'agglomération ou plus éloignées » (Extrait du site Internet de la ville<sup>138</sup>)

- **Nantes** est également une des villes françaises les plus accessibles. La ville arrive en 2<sup>ème</sup> position du baromètre APF de l'Accessibilité en 2013 derrière Grenoble, avec une note de 18/20. Elle obtient le 2<sup>ème</sup> prix à l'Access City Award en 2013.



*"C'est un grand honneur et une grande fierté pour Nantes qui depuis toujours veut rendre la ville plus facile", a témoigné Catherine Choquet, adjointe au maire de Nantes, déléguée à la petite enfance et aux personnes handicapées en 2013.*

Nantes Métropole a également été récompensée du trophée APAJH dans la catégorie « Ville citoyenne et service public » en 2018 pour sa signalétique universelle.

En 2018, selon le site officiel de la ville, 75 % des arrêts de bus et 100 % des arrêts de tram sont accessibles, 300 kms de cheminements piétons prioritaires sont en cours d'aménagement et 119 équipements municipaux, dont au moins une école par quartier, sont accessibles.

*« Lorsque nous rendons un trottoir accessible à une personne en fauteuil, c'est aussi un plus pour la personne âgée ou le parent avec une poussette, souligne Benoît Blineau, conseiller municipal délégué aux personnes handicapées. A Nantes, ce travail s'opère en concertation avec le Conseil Nantais de l'Accessibilité Universelle (CNAU) : « Nous travaillons en bonne intelligence entre élus, techniciens et citoyens nantais, ça fonctionne vraiment bien »<sup>139</sup>.*

- La ville de **Caen** est réputée accessible. Son classement en 3<sup>ème</sup> position dans le baromètre APF de l'Accessibilité en 2013 le démontre (note de 17,6/20). Le site Internet de la ville de Caen (<https://caen.fr>) a été conçu de manière à être accessible à tous,



quel que soit le handicap. Les actions de la Ville de Caen pour faciliter la vie des personnes handicapées sont nombreuses (voirie, déplacement, accès aux bâtiments communaux, accessibilité des loisirs, accueil dans les écoles et structures pour enfants, liens avec les associations...). Un guide Handicap est disponible sur le site Internet de la ville qui recense les différents services et initiatives en faveur des personnes en situation de handicap et de leur famille.

<sup>138</sup> Source : <https://www.grenoble.fr/>

<sup>139</sup> Source : <https://www.nantes.fr/>





- **Lyon** est accessible à plus d'un titre. Outre l'obtention de la 4<sup>ème</sup> place du baromètre APF de l'Accessibilité en 2013 (note de 17,5/20), la ville a remporté le 1<sup>er</sup> prix de l'Access City Award en 2018 « pour avoir placé l'accessibilité au cœur de sa vie urbaine »<sup>140</sup> et pour son accessibilité inclusive et universelle.



« Cette récompense, qui place Lyon au 1er rang des villes européennes, vient conforter ses bonnes performances en matière de qualité de vie, soulignées ces derniers mois dans plusieurs classements », a souligné Georges Képénékian, maire de la ville, avant d'illustrer en chiffres le coût de cette « politique volontariste » : 40 millions d'euros entre 2016 et 2024 pour « rendre accessible l'ensemble des établissements de la Ville : mairies, établissements culturels, crèches, écoles, équipements sportifs, parcs et jardins ».

La Commission européenne précise les éléments qui ont déterminé le classement de Lyon :

- l'accessibilité à 100% des bus publics
  - les équipements (liseuses, lecteurs de livres audio, loupes d'écran, etc.) permettant l'accès à la culture pour tous
  - les outils numériques développés par la ville au service des personnes handicapées
  - le taux de 7.8% de fonctionnaires en situation de handicap, supérieur au 6% réglementaire
  - Un service médico-social scolaire de qualité capable de détecter le handicap en crèche, en milieu scolaire, et de conseiller les parents
- En juillet 2018, le **Territoire de Belfort** devient le premier département pilote en matière d'inclusion des personnes handicapées. Ce territoire expérimente ainsi le « Territoire 100% inclusif ».



L'appel à manifestation d'intérêt « Territoire 100 % inclusif », lancé le 1<sup>er</sup> août 2018 par le Secrétariat d'Etat auprès du Premier ministre chargé des personnes handicapées, est une démarche qui vise à favoriser l'avancée à un rythme plus soutenu vers une société inclusive sur des territoires « démonstrateurs ». Ces territoires s'engagent dans le cadre d'un large partenariat institutionnel à développer des projets s'inscrivant dans la transformation de l'offre médico-sociale d'accompagnement des personnes en situation de handicap mais prenant également en compte l'ensemble des dimensions de la vie sociale qui doit pouvoir évoluer dans un objectif de promotion de la citoyenneté et d'accessibilité universelle (vie pratique, scolarité, emplois, habitat, santé, culture, sport...).

Cinq axes de structuration de « Territoire 100 % Inclusif » dans le Territoire de Belfort sont déterminés (extrait du site Internet du département Territoire de Belfort<sup>141</sup>):

- Axe 1 : accéder à ses droits plus facilement (favoriser l'inclusion par un accès facilité à l'information ; inclure par le numérique via la création d'un espace multimédia au sein de la Maison Départementale de l'Autonomie)

<sup>140</sup> Source : <https://www.lyoncapitale.fr/actualite/lyon-recoit-le-1er-prix-europeen-des-villes-les-plus-accessibles/>

<sup>141</sup> Source : <https://www.territoiredebelfort.fr/personnes-handicapees/territoire-100-inclusif>







- Axe 2 : être accueilli et soutenu dans son parcours, de la crèche à l'université (intégrer le statut d'élève par l'inscription dans les établissements scolaires des élèves accueillis en unité d'enseignement externalisée).
- Axe 3 : accéder à un emploi et travailler comme les autres (création d'un parcours professionnel 100 % inclusion ; organisation d'un carrefour emploi – insertion ; organisation d'un « duoday » d'ici le mois juin 2019 (un jour pour partager son quotidien avec une personne en situation de handicap).
- Axe 4 : vivre chez soi et se maintenir en bonne santé (déployer un parcours d'habitat inclusif dans le Territoire de Belfort).
- Axe 5 : être acteur dans la cité (favoriser l'inclusion par le bénévolat étudiant ; développer et valoriser la pratique du sport inclusif).

Fort de son expérience en matière d'accessibilité (Belfort est arrivée en 5<sup>ème</sup> position du baromètre APF de l'Accessibilité en 2013, avec une note de 17,4/20) et du Festival des Eurockéennes dont les pratiques favorisent l'intégration des personnes en situation de handicap, le département du Territoire de Belfort a accepté de se lancer dans la démarche « Territoire 100% inclusif ».

Deux autres territoires sont officiellement engagés dans la démarche, le département de la Manche (13/11/2018) et le département de la Gironde (11/01/2019). Une vingtaine d'autres candidatures ont été réceptionnées et sont en cours d'instruction.

- **Rochefort Océan** a été primée en 2013 lors du concours EDEN (« European Destinations of Excellence » ou Destinations Européennes d'Excellence) organisé par la Commission Européenne, sur le thème « Tourisme et Accessibilité ». Rochefort Océan est une destination accessible à tous, avec une cinquantaine d'établissements et sites ayant la marque « Tourisme & Handicap ». « *A proximité immédiate de l'Océan Atlantique et au sud de La Rochelle, cette destination labélisée « Tourisme et Handicap » bénéficie d'un patrimoine architectural remarquable et de paysages préservés le long de l'estuaire de la Charente* »<sup>142</sup>.

**ROCHEFORT**  
**OCEAN**



Extrait du dossier de presse – Concours EDEN 2013 :

**Mise en place d'un agenda 22 « Tourisme et Accessibilité »**

En 2010, la Communauté d'Agglomération du Pays Rochefortais a mis en place un agenda 22 sur la thématique « Tourisme et Accessibilité » qui sert d'outil de planification et de mise en réseau des acteurs du territoire. Les critères du cahier des charges du futur Label *Destination pour tous* ont aussi été pris en compte dans la méthodologie.

Le programme d'action de l'agenda 22 a permis de tripler le nombre de sites labélisés tourisme et Handicap entre 2009 et 2012. Ces mises en réseaux permettent de créer de véritables produits touristiques sur des week-ends adaptés comme par exemple un week-end en langue des signes française.

La Corderie Royale de Rochefort a obtenu le premier prix "Patrimoines pour Tous" en 2013.

<sup>142</sup> Source : <https://www.entreprises.gouv.fr/>





- La Martinique avec son agence de voyage **Martinique Access'île** qui est spécialisée dans les séjours pour personnes handicapées. Son président Noël Cicalini est un expert dans le domaine des voyages accessibles et organise des vacances adaptées à tous les handicaps.



L'association a structuré l'accessibilité du tourisme en Martinique, elle propose un tourisme alternatif et innovant. Elle a reçu le sésame d'Or ultramarin de l'accessibilité positive en 2018. En partenariat avec la collectivité territoriale, les communautés d'agglomération et le comité Martiniquais du tourisme, l'association propose des offres de loisirs adaptés et inédits ainsi que des hébergements et transports accessibles à tous pour les touristes en situation de handicap.

- Parmi les départements d'Outre-mer, **la Guadeloupe** fait également bonne figure dans le domaine de l'accessibilité puisqu'elle a été récompensée du Sésame de bronze ultramarin de l'accessibilité positive en 2018 avec l'association Handi Défis qui rend accessible à tous le Tour cycliste international de Guadeloupe. Un Sésame de diamant a été attribué la même année à la ville des Abymes qui s'est engagée dans une démarche d'accessibilité.

## **2 - Les villes hôtes de la Coupe du Monde de Rugby 2023 et des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024.**

En France, deux grands événements sont prévus en 2023 et 2024 : La Coupe du Monde de Rugby en 2023 et les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024. L'enjeu pour les villes hôtes est immense compte tenu de l'afflux de touristes qui est attendue lors de ces manifestations. Tous les touristes, quel que soit leurs besoins spécifiques, doivent pouvoir être accueillis et participer à ces événements sans difficultés. Il est intéressant de savoir comment ces villes appréhendent ces événements, notamment l'accueil de personnes en situation de handicap et à mobilité réduite. Quels sont les aménagements prévus et existants pour ce public spécifiques ? Quelles sont les actions mises en place ? Quelles sont les leçons tirées des grands événements précédents qui ont eu lieu dans leur commune ? Toutes ces questions ont été posées aux villes suivantes et ont permis de recueillir des bonnes pratiques.

- En 2023, la Coupe du Monde de Rugby à XV aura lieu en France qui accueillera cette compétition pour la seconde fois, après celle de 2007. Neuf stades ont été sélectionnés pour cet événement : Les villes de



-





Source :

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Coupe\\_du\\_monde\\_de\\_rugby\\_%C3%A0\\_XV\\_2023](https://fr.wikipedia.org/wiki/Coupe_du_monde_de_rugby_%C3%A0_XV_2023)

**Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Nantes, Nice, et Saint-Etienne** seront donc villes hôtes pour cette compétition.

- Les villes de **Bordeaux, Marseille, Nantes, Nice, Paris et Saint-Etienne** accueilleront des épreuves des Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024.

La ville de Paris est chargée d'accueillir les sports suivants : haltérophilie, badminton, basket-ball, boxe, tennis, rugby à sept, handball, tennis de table, tir à l'arc, lutte, Judo, Escrime, Taekwondo, cyclisme sur route, natation, triathlon, beach-volley.

Des matchs de football seront organisés à Bordeaux, Marseille Nantes, Nice, Paris et Saint-Etienne. Marseille accueillera également des épreuves de voile.



### **3 - Les villes « Destination pour tous » ou intéressées par la marque « Destination pour tous »**

« Destination pour tous » est une marque d'état qui valorise une destination touristique permettant un séjour prolongé inclusif pour tous en tenant compte de toutes les situations de handicap et les besoins spécifiques de chacun. *La marque est également détaillée en annexe 3 de l'étude.*



Aujourd'hui, trois villes détiennent la marque « Destination pour tous » :

- La marque "Destination pour tous" a été attribuée à la ville de **Bordeaux** en 2014 pour les handicaps moteur et mental. Ce site pilote propose une offre touristique de qualité pour l'accueil de tous les publics et mène depuis plusieurs années des actions en faveur des personnes en situation de handicap. Avec de nombreux sites ayant la marque « Tourisme & Handicap », cette destination accessible à tous est portée par une politique locale volontariste et propose une offre globale et adaptée aux personnes en situation de handicap : transports, hébergements, restaurants, services, sites touristiques adaptés...





- En mars 2017, la ville d'**Amiens** est la deuxième ville après Bordeaux à obtenir la marque « Destination pour tous » pour les handicaps moteur et visuel. « *La politique d'accessibilité que nous menons à Amiens se veut universelle, elle s'adresse à tous, elle est destinée à tous* » peut-on lire sur le site Internet de la ville<sup>143</sup>. La ville d'Amiens propose une offre touristique complète (hébergements accessibles, restaurants, commerces, espaces publics, déplacements, stationnement...). En Juillet 2019, Amiens devient « Destination pour Tous » Or.



- **Balaruc-les-Bains** est la troisième ville qui a obtenu la marque « Destination pour tous » en 2017, pour l'accueil des personnes en situation de handicap mental et auditif. Première station thermale de France, les questions du handicap et de l'intégration des personnes en situation de handicap sont au cœur de ses actions. « *Cette volonté d'intégration des personnes en situation de handicap a conduit la Ville à mettre en place un certain nombre de dispositifs favorisant l'accessibilité des équipements publics et touristiques. La chaîne d'accessibilité est prise en compte dans l'ensemble des travaux et aménagements entrepris par la Commune. L'Office de Tourisme, coordinateur du dossier au plan local, a également accompagné les partenaires privés dans cette démarche. Aujourd'hui, le territoire balarucois peut quasiment proposer une offre touristique globale aux personnes en situation de handicap, et cela sans rupture dans la chaîne d'accessibilité* »<sup>144</sup>



Plusieurs autres villes et territoires français s'engagent dans la démarche ou sont intéressés pour entrer dans cette démarche d'obtention de la marque « Destination pour tous ». Les territoires engagés à ce jour sont Colombiers-Lespignan, Maugio-Carnon, le Grand Dax, Dunkerque, Toulouse et Nîmes. Les territoires intéressés sont Orléans, Strasbourg, Nice, Saint-Brieuc, le mont Saint-Michel,... Les critères pour prétendre à l'obtention de la marque ont évolué par rapport aux critères dont les 3 villes pilotes se sont soumises. En effet, fort de leur expérience avec les sites pilotes, le gouvernement a simplifié le dispositif des niveaux (Or, argent, bronze) ont été mis en place pour appuyer notamment la notion de démarche de progrès et d'amélioration continue.

#### **4 – Benchmark accessibilité : Les cas internationaux – Bonnes pratiques à l'étranger**

La société ACCESMETRIE s'est également appuyée sur le témoignage de villes internationales pour pouvoir comparer les situations vis-à-vis de l'accessibilité et avoir la perception de pays étrangers sur la mise en accessibilité des équipements publics et des professionnels du tourisme.

- Ainsi, la ville de **Londres** au Royaume Uni, qui a organisé les Jeux Olympiques d'été de 2012, nous a fait part de son expérience dans l'accueil des personnes en situation de handicap et à mobilité réduite lors de cette grande manifestation. Pour l'occasion, la ville a réalisé de grands travaux pour faire que cet événement soit universel et accessible à tous. Londres fait preuve d'exemple en matière de bonnes pratiques. Les jeux Olympiques ont été une opportunité pour la ville pour améliorer son accessibilité dans tous



<sup>143</sup> Source : <https://www.amiens.fr/Vivre-a-Amiens/Handicap-et-accessibilite/Destination-pour-Tous>

<sup>144</sup> Source : [www.herault-tribune.com](http://www.herault-tribune.com)





les domaines. Philip Craven, président du Comité Paralympique International en 2012, a noté « *l'importance de l'héritage des jeux pour une ville organisatrice, notamment en termes d'accessibilité* »<sup>145</sup>.

- Depuis 2017, la municipalité de **Victoriaville** est la première (et la seule) « Destination pour tous » au Québec. Largement inspirée par la marque française, cette certification atteste que la Ville de Victoriaville propose une offre touristique accessible, sécuritaire, variée et de qualité aux personnes ayant des incapacités (au sens large).



« Destination pour tous » est une certification développée et décernée par Kéroul au Québec, suite à une évaluation des différents types de services disponibles. Il est possible d'obtenir d'une à cinq étoiles. Victoriaville en possède 3. Cette destination permet un séjour prolongé aux visiteurs. La culture de concertation avec les associations est très forte dans cette ville. Le milieu associatif (environ 70 associations) et la municipalité travaillent en étroite collaboration depuis des années.

L'engagement de Victoriaville pour l'accessibilité pour tous est très fort et n'est pas récent. Sa politique d'accessibilité universelle, ses liens avec les associations, ses réseaux, son programme d'aide financière subventionnant des travaux de mise en accessibilité pour les commerces et les services font de Victoriaville un modèle d'accessibilité.

Avant même la classification « Destination pour tous », Victoriaville a créé son propre label local d'accessibilité : Sceau « Victoriaville Ville inclusive ». Cette reconnaissance vise à souligner les efforts réalisés par une entreprise ou une organisation afin d'optimiser l'accessibilité à ses services aux personnes en situation de handicap. Comme l'indique Nathalie Roussel, Responsable de l'accessibilité universelle à Victoriaville, ce sont surtout les pratiques qu'il faut changer.

- ⇒ Toutes ces villes ont répondu présentes pour contribuer à l'étude et ont permis de recenser leurs bonnes pratiques en matière d'accessibilité.

<sup>145</sup> Source : <http://cpsf.france-paralympique.fr/>





## ANNEXE 11 – TABLE DES SIGLES ET ABBREVIATIONS

- ⇒ **Ad'AP** : Agenda d'Accessibilité Programmée
- ⇒ **ANCV** : Agence Nationale pour les Chèques-Vacances
- ⇒ **ANMCGA** : Association Nationale des Maîtres de Chiens Guides d'Aveugles
- ⇒ **ANPIHM** : Association Nationale Pour l'Intégration de Personnes Handicapées Moteurs
- ⇒ **APAJH** : Association Pour Adultes et Jeunes Handicapés
- ⇒ **APF** : Association des Paralysés de France
- ⇒ **ARPIE** : Agence du Patrimoine Immatériel de l'Etat
- ⇒ **ATH** : Association Tourisme et Handicaps
- ⇒ **AVH** : Association Valentin Haüy
- ⇒ **BHNS** : Bus à Haut Niveau de Service
- ⇒ **CARO** : Communauté d'Agglomération de Rochefort Océan
- ⇒ **CCI** : Chambre de Commerce et d'Industrie
- ⇒ **CFPSAA** : Confédération Française pour la Promotion Sociale des Aveugles et Amblyopes
- ⇒ **CIT** : Comité Interministériel du Tourisme
- ⇒ **CMA** : Chambre de Métiers et de l'Artisanat
- ⇒ **CRT** : Comité Régional du Tourisme
- ⇒ **Cteb** : Centre de Transcription et d'Édition en Braille
- ⇒ **DDTM** : Direction Départementale des Territoires et de la Mer
- ⇒ **DGCCRF** : Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
- ⇒ **DGE** : Direction Générale des Entreprises
- ⇒ **DMA** : Délégation Ministérielle à l'Accessibilité
- ⇒ **DPT** : Destination Pour Tous
- ⇒ **EDEN** : European Destinations of Excellence
- ⇒ **EPAT** : Événement Permanent pour l'Accessibilité du Territoire
- ⇒ **ERP** : Etablissements Recevant du Public
- ⇒ **GESI** : Grands Événements Sportifs Internationaux
- ⇒ **HT** : Hors Taxe
- ⇒ **INSEE** : Institut National de la Statistique et des Études Économiques
- ⇒ **IOP** : Installation Ouverte au Public
- ⇒ **JCEF** : Jeune chambre économique française
- ⇒ **JOP** : Jeux Olympiques et Paralympiques
- ⇒ **LSF** : Langue des Signes Française
- ⇒ **MDPH** : Maison Départementale des Personnes Handicapées
- ⇒ **OMT** : Organisation Mondiale du Tourisme
- ⇒ **ONU** : Organisation des Nations Unies
- ⇒ **PAVE** : Plan de mise en Accessibilité de la Voirie et des Espaces publics
- ⇒ **PIB** : Produit Intérieur Brut
- ⇒ **PMR** : Personnes à Mobilité Réduite
- ⇒ **PMR** : Prêt pour la Modernisation de la Restauration
- ⇒ **PPMTR** : Prêt Participatif pour la Modernisation et la Transmission de la Restauration
- ⇒ **RGAA** : Référentiel Général d'Accessibilité pour les Administrations
- ⇒ **SD'AP** : Schéma Directeur d'Accessibilité Programmée
- ⇒ **SDT** : Suivi de la Demande Touristique
- ⇒ **SMTC** : Syndicat Mixte des Transports en Commun
- ⇒ **Synhorcat** : Syndicat National des Hôteliers Restaurateurs Cafetiers Traiteurs





- ⇒ **TAG** : Transports de l'Agglomération Grenobloise
- ⇒ **TBM** : Transports Bordeaux Métropole
- ⇒ **TIC** : Technologies de l'Information et de la Communication
- ⇒ **TTC** : Toutes Taxes Comprises
- ⇒ **UMIH** : Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie
- ⇒ **UNAF** : Union Nationale des Associations Familiales





## ANNEXE 12 – FEUILLES DE PRESENCE (REUNIONS COMITE DE PILOTAGE)

PAE  
Etude sur les retombées économiques  
pour les professionnels du tourisme de la mise en accessibilité  
Réunion du 12 octobre 2018  
14H00 16H30

ORGANISME	PRENOM - NOM	SIGNATURE
DGE	Marie-Odile BEAU	<i>Marie-Odile Beau</i>
	Béatrice PINARD	<i>Béatrice Pinard</i>
	Luc THULLIEZ	<i>Luc Thulliez</i>
	Alice METAYER-MATHIEU	<i>Alice Metayer-Mathieu</i>
DGALN/DHUP	Baptiste JEANNET	<i>Baptiste Jeannet</i>
	Florent MERLE	<i>Florent Merle</i>
DGCS	Jean-François LHOSTE	<i>Jean-François Lhoste</i>
	Prisca VINOT	<i>Prisca Vinot</i>
ACCESMETRIE	Anthony GIRARD	<i>Anthony Girard</i>
	Romain BRIE	<i>Romain Brie</i>
DGE	Abdel KHIATI	<i>Abdel Khiati</i>

PAE  
Etude sur les retombées économiques  
pour les professionnels du tourisme de la mise en accessibilité  
Réunion du 19 décembre 2018 salle 2133  
9h30 12h30

ORGANISME	PRENOM - NOM	SIGNATURE
DGE	Marie-Odile BEAU	<i>Marie-Odile Beau</i>
	Béatrice PINARD	<i>Béatrice Pinard</i>
	Luc THULLIEZ	<i>Luc Thulliez</i>
	Alice METAYER-MATHIEU	<i>Alice Metayer-Mathieu</i>
	Abdel KHIATI	<i>Abdel Khiati</i>
DGALN/DHUP	Baptiste JEANNET	<i>excusé</i>
	Florent MERLE	<i>absent</i>
DGCS	Jean-François LHOSTE	<i>Excusé</i>
	Prisca VINOT	<i>excusée</i>
ACCESMETRIE	Anthony GIRARD	<i>excusé</i>
	Romain BRIE	<i>excusé</i>
	Emilie ROUX	<i>excusée</i>
DGE	Judith GALBAS-FRONTINOIS	<i>Judith Galbas-Frontinois</i>
DGE	Lucie HUGUET	<i>Lucie Huguet</i>

PAE  
Etude sur les retombées économiques  
pour les professionnels du tourisme de la mise en accessibilité  
Réunion du 6 février 2019 salle 1158  
09h30 12h30

ORGANISME	PRENOM - NOM	SIGNATURE
DGE	Marie-Odile BEAU	<i>Marie-Odile Beau</i>
	Béatrice PINARD	<i>excusée</i>
	Luc THULLIEZ	<i>Luc Thulliez</i>
	Judith GALBAS-FRONTINOIS	<i>Judith Galbas-Frontinois</i>
	Lucie HUGUET	<i>Lucie Huguet</i>
	Alice METAYER-MATHIEU	<i>Alice Metayer-Mathieu</i>
	Abdel KHIATI	<i>Abdel Khiati</i>
DGALN/DHUP	Baptiste JEANNET	<i>Baptiste Jeannet</i>
	Florent MERLE	<i>excusé</i>
DGCS	Jean-François LHOSTE	<i>Jean-François Lhoste</i>
ACCESMETRIE	Anthony GIRARD	<i>Anthony Girard</i>
	Romain BRIE	<i>Romain Brie</i>
	Emilie ROUX	<i>Emilie Roux</i>

PAE  
Etude sur les retombées économiques  
pour les professionnels du tourisme de la mise en accessibilité  
Réunion du 25 février 2019 salle 1158  
11h30 12h30

ORGANISME	PRENOM - NOM	SIGNATURE
DGE	Marie-Odile BEAU	<i>Marie-Odile Beau</i>
	Luc THULLIEZ	<i>Luc Thulliez</i>
	Judith GALBAS-FRONTINOIS	<i>excusée</i>
	Lucie HUGUET	<i>excusée</i>
	Alice METAYER-MATHIEU	<i>Alice Metayer-Mathieu</i>
	Abdel KHIATI	<i>Abdel Khiati</i>
DGALN/DHUP	Baptiste JEANNET	<i>excusé</i>
	Florent MERLE	<i>excusé</i>
DGCS	Jean-François LHOSTE	<i>excusé</i>
ACCESMETRIE	Anthony GIRARD	<i>Anthony Girard</i>
	Romain BRIE	<i>Romain Brie</i>
	Emilie ROUX	<i>Emilie Roux</i>







PAE  
Etude sur les retombées économiques  
pour les professionnels du tourisme de la mise en accessibilité  
Réunion du 23 MAI salle 1158  
10h 12h30

ORGANISME	PRENOM - NOM	SIGNATURE
DGE	Marie-Odile BEAU HUGUET Marie	excusée Huguet
	Luc THULLIEZ	Thulliez
	Audrey LEROY	excusée
	Judith GALBAS-FRONTINOIS	
	Alice METAVER-MATHIEU	excusée
	Abdel KHIATI Bouyemou Khayat	
DGALN/DHUP	Baptiste JEANNET Cédric ROSTAL	
	Florent MERLE	
DGCS	Jean-François LHOSTE	
ACCESMETRIE	Anthony GIRARD	
	Virginie ROLLAND	
	Emilie ROUX	excusée

PAE  
Etude sur les retombées économiques  
pour les professionnels du tourisme de la mise en accessibilité  
Réunion du 4 juillet salle 1158  
10h 12h30

ORGANISME	PRENOM - NOM	SIGNATURE
DGE	Marie-Odile BEAU	excusée
	Luc THULLIEZ	Thulliez
	Audrey LEROY	excusée
	Lucie HUGUET	excusée
	Benjamin VOISIN	excusée
	Abdel KHIATI	excusée
DGALN/DHUP	Baptiste JEANNET	
	Cédric ROSTAL	
DGCS	Jean-François LHOSTE	
ACCESMETRIE	Anthony GIRARD	
	Virginie ROLLAND	
	Emilie ROUX	Absente

PAE  
Etude sur les retombées économiques  
pour les professionnels du tourisme de la mise en accessibilité  
Réunion du 5 septembre salle 1158  
10h 12h30

ORGANISME	PRENOM - NOM	SIGNATURE
DGE	Marie-Odile BEAU	excusée
	Luc THULLIEZ	Thulliez
	Audrey LEROY	
	Lucie HUGUET	Huguet
	Benjamin VOISIN Clement Barbara Hellen	excusée
	Abdel KHIATI	excusée
DGALN/DHUP	Baptiste JEANNET	excusé
	Cédric ROSTAL	excusé
DGCS	Jean-François LHOSTE	excusé
ACCESMETRIE	Anthony GIRARD	
	Virginie ROLLAND	
	Emilie ROUX	

PAE  
Etude sur les retombées économiques  
pour les professionnels du tourisme de la mise en accessibilité  
Réunion du 26 septembre salle 1158  
10h 12h30

ORGANISME	PRENOM - NOM	SIGNATURE
DGE	Marie-Odile BEAU	excusée
	Luc THULLIEZ	Thulliez
	Audrey LEROY	
	Clément B	excusé
	Benjamin VOISIN	
	Abdel KHIATI	excusé
DGALN/DHUP	Baptiste JEANNET	excusé
	Cédric ROSTAL	
DGCS	Jean-François LHOSTE	
ACCESMETRIE	Anthony GIRARD	
	Virginie ROLLAND	excusée
	Emilie ROUX	excusée





PAE  
Etude sur les retombées économiques  
pour les professionnels du tourisme de la mise en accessibilité  
Réunion du 3 octobre 2019  
10h 12h30 salle 1158

ORGANISME	PRENOM - NOM	SIGNATURE
DGE	Marie-Odile BEAU	excusée
	Luc THULLIEZ	
	Audrey LEROY	
	Clément BARBERA-MOLLON	
	Benjamin VOISIN	
DGALN/DHUP	Baptiste JEANNET	
	Cédric ROSTAL	
DGCS	Jean-François LHOSTE	
ACCESMETRIE	Anthony GIRARD	
	Virginie ROLLAND	excusée
	Emilie ROUX	excusée

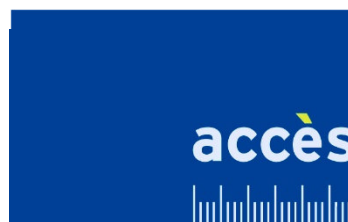
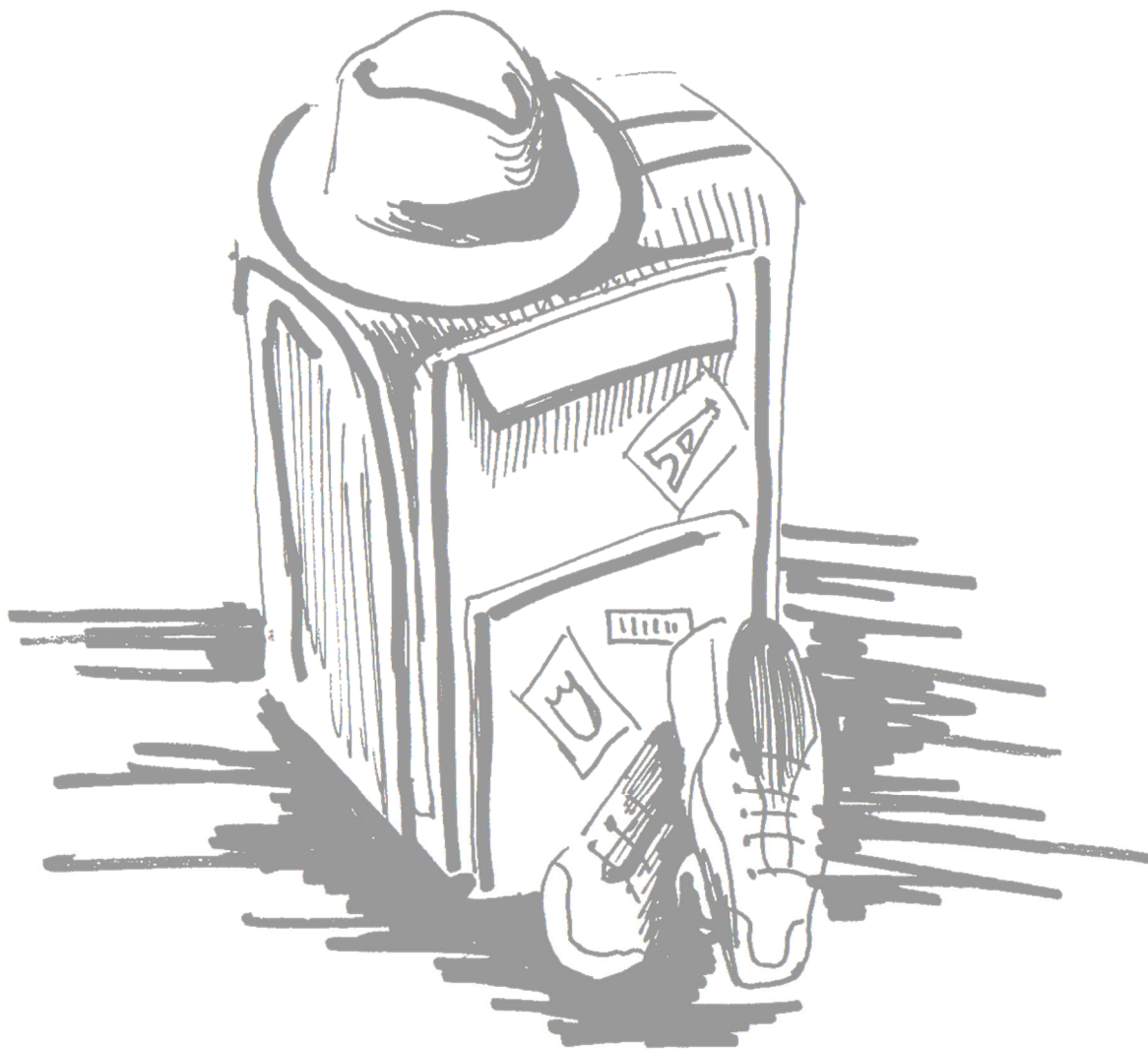
PAE  
Etude sur les retombées économiques  
pour les professionnels du tourisme de la mise en accessibilité  
CDPIL du 14 octobre 2019  
10h 12h30 salle 1158

ORGANISME	PRENOM - NOM	SIGNATURE
DGE	Marie-Odile BEAU	
	Luc THULLIEZ	
	Audrey LEROY	excusée
	Clément BARBERA-MOLLON	
	Dimitri GRYGOWSKI	excusée
DGALN/DHUP	Baptiste JEANNET	
	Cédric ROSTAL	
DGCS	Jean-François LHOSTE	
ACCESMETRIE	Anthony GIRARD	
	Virginie ROLLAND	excusée
	Emilie ROUX	excusée





# FIN



Novembre 2019

