




MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA RELANCE - Direction Générale des Entreprises

MINISTÈRE DES SOLIDARITÉS ET DE LA SANTÉ - Direction Générale de la Cohésion Sociale

MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE et MINISTÈRE DE LA COHESION DES TERRITOIRES ET DES RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES - Direction Générale de l'Aménagement, du Logement et de la Nature



# 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

Vendredi 16 Octobre 2020





# SOMMAIRE

- 1 – Les enjeux de l'étude
- 2 - Analyse de l'offre : que proposent les gestionnaires d'ERP et les territoires ?
- 3 - Analyse de la demande : Qu'attendent les personnes à besoins spécifiques ?
- 4 - Conclusion





MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA RELANCE - Direction Générale des Entreprises

MINISTÈRE DES SOLIDARITÉS ET DE LA SANTÉ - Direction Générale de la Cohésion Sociale

MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE et MINISTÈRE DE LA COHESION DES TERRITOIRES ET DES RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES - Direction Générale de l'Aménagement, du Logement et de la Nature



# 1 – LES ENJEUX DE L'ÉTUDE





## LES ENJEUX DE L'ETUDE

Apprécier/objectiver les opportunités offertes par une clientèle ayant des besoins spécifiques pour les professionnels du tourisme.

### Objectifs :

- Faire ressortir des exemples emblématiques (réussite/échec) pour les hôtels et restaurants (5<sup>ème</sup> cat.)
- Recueillir la perception des clientèles touristiques ayant des besoins spécifiques sur la mise en accessibilité des établissements
- Recueillir les témoignages des villes exemplaires en matière d'accessibilité.

**Rendu de l'étude** : rapport + recommandations opérationnelles (sous forme de fiches-actions)

Etude rendue en novembre 2019, présentée ce jour dans le contexte actuel bouleversé par la crise sanitaire





## Le tourisme, un secteur économique majeur en France

2019 – 2020, des crises successives....

Le secteur du tourisme, un des fleurons français :

- près de **2 millions d'emplois directs** et indirects
- près de **8% du PIB**,
- avec **90 millions de touristes étrangers** en 2019, la France atteignait presque l'objectif fixé de **100 millions** pour 2022.

**Baisse de 98% des arrivées internationales en mai 2020**  
**= 300 millions de touristes internationaux en moins sur la**  
**période janvier-mai 2020 (par rapport à la même période en 2019)**  
**= perte de 320 milliards de dollars de recettes du tourisme international**

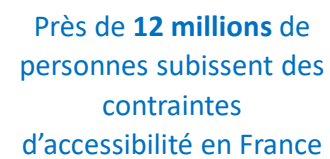
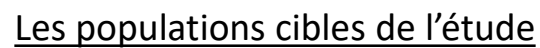


➔ **Plan de relance élaboré par le Gouvernement : 18 milliards d'euros pour aider le secteur du tourisme, le secteur le plus touché par la crise sanitaire**

## Deux grands évènements à venir :







Source : « les chiffres clés du handicap 2014 »





## Accessibilité – un cadre réglementaire « strict »

- Loi du 11 février 2005 sur l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées.
- Objectif : que tous les établissements recevant du public (notamment les hôtels et les restaurants) soient accessibles à tous.
- 2015 : Constat mitigé malgré ce cadre réglementaire
- ➔ Mise en place de l'Ad'AP (Agenda d'Accessibilité Programmée).



## Les établissements publics de 5<sup>ème</sup> catégorie les plus éloignés de la mise en accessibilité

- Accessibilité = trop souvent perçue comme contraignante et onéreuse.
- Raisons : Manque d'information, manque de temps et manque d'accompagnement / vision limitée aux handicaps visibles (fauteuil roulant notamment).
- Ambassadeurs de l'Accessibilité : mise en œuvre progressive. Idée relancée en 2018 par le Conseil Interministériel du Tourisme (CIT).





## Tourisme et Accessibilité – Les marques nationales du tourisme en France

### Les marques nationales du Tourisme en France :



Ces deux marques visent en particulier le tourisme accessible

+ Tourisme inclusif : engagement dans la démarche des territoires 100% inclusifs (Territoire de Belfort, Manche, Gironde).



Tourisme & Handicap : 4120 établissements sont aujourd'hui labellisés T&H (mai 2020). 52% des sites détenteurs de la marque ont reçu la marque pour les 4 familles de handicap (soit + 10% depuis 2016)







Destination pour tous : nouveau dispositif en 2018.

- Attribution de la marque DPT par niveau (bronze, argent et or) dans une démarche de progrès et d'amélioration continue.
- 6 sites labellisés, tous accompagnés par la DGE/DMA :

- ✓ Amiens (niveau Or)
- ✓ Balaruc-les-Bains,
- ✓ Bordeaux,
- ✓ Colombiers - Lespignan,
- ✓ Grand Dax Agglomération,
- ✓ Mauguio-Carnon



## La mise en accessibilité : une opportunité pour attirer une clientèle « prometteuse » ?

- Deux grands évènements sportifs en France : occasion idéale pour parfaire et mener à terme le projet d'une France accessible à tous.
- Enjeux économiques potentiellement énormes
- L'accessibilité favorise l'accueil et améliore le confort d'usage pour tous les clients.







## Méthodologie employée

## Les acteurs

- **Entretiens avec les villes et territoires (x22):**
  - Les villes réputées accessibles selon des classements spécifiques ;
  - Les villes hôtes de la Coupe du Monde de Rugby 2023 et des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 ;
  - Les villes « Destination pour tous » ou intéressées par la marque « Destination pour tous » ;
  - Les cas internationaux – Bonnes pratiques à l'étranger.
- **Entretiens avec les gestionnaires d'hôtels et restaurants de 5ème catégorie (x17)**
- **Entretiens avec d'autres acteurs du secteur touristique**





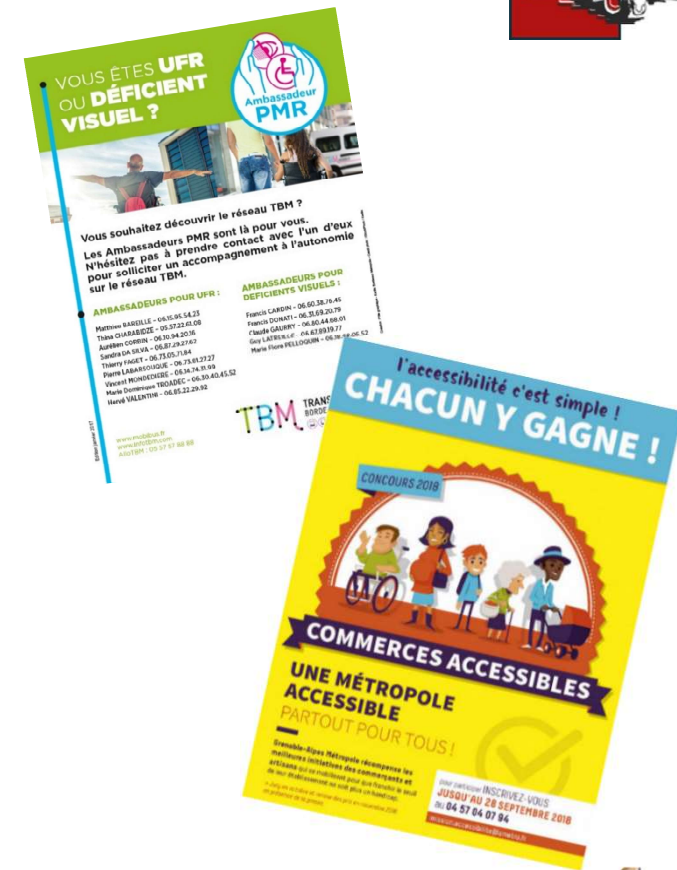
## Les solutions

### 1/ Les solutions apportées par les villes et territoires :

- **Les transports**

*Exemple : A Bordeaux, ville « Destination pour tous », le réseau TBM (Transports Bordeaux Métropole) a permis à des usagers en fauteuil roulant ou déficients visuels de rencontrer des Ambassadeurs PMR.*

- **La voirie**
- **L'accessibilité numérique des sites web**
- **L'accessibilité des hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie : information et sensibilisation**
- **L'accueil de grands évènements sportifs internationaux (GESI)**
- **De nombreuses initiatives et des liens solides avec les associations**  
*Exemple : Grenoble : concours des commerces accessibles*
- **La marque Destination pour tous (DPT)**







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

### ■ La complexité de la mise en accessibilité :

- ✓ Des coûts de mise en accessibilité jugés excessifs, contraintes financières.
- ✓ Des aides financières souvent méconnues.
- ✓ Un environnement proche inaccessible.
- ✓ Des procédures jugées complexes.
- ✓ Méconnaissance du cadre réglementaire et des opportunités.
- ✓ Des problématiques similaires chez nos « voisins » (ex : Québec).

[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).

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

- ✓ Modifications lourdes : Création d'une ou plusieurs chambres adaptées avec sanitaire et douche adaptés, stationnement réservé, rampe d'accès, 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, etc...

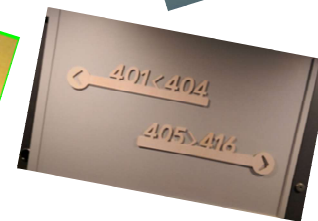
→ Travaux souvent réalisés dans le cadre d'une rénovation complète de l'établissement.



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

### HOTELS :

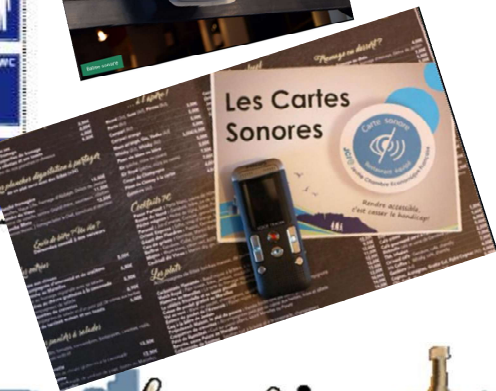
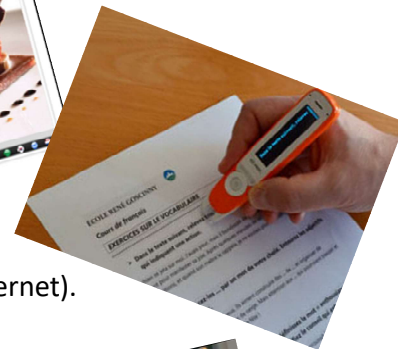
- **Boucle d'Induction Magnétique (BIM)** à l'accueil pour les personnes malentendantes
- **Contraste visuel des éléments écrits dans les brochures, informations à l'accueil, caractère agrandis**
- Mise en place d'une **tablette tactile** pour remplacer la carte du menu
- Proposer une **loupe grand format**
- À l'arrivée, proposer une **visite accompagnée des locaux**
- Renforcer la **signalétique** (avec pictogrammes) et **l'éclairage** dans les locaux.
- Apporter le **plateau du petit déjeuner directement à table** (présence du personnel dans la salle) ou mettre en place un « **chariot** » avec plateau
- Privilégier les **interrupteurs automatiques**
- Dans les chambres adaptées, le **téléphone** mis à la disposition du client aveugle ou malvoyant peut être muni d'un **clavier aux normes françaises**
- **Penderies relevables** adaptés aux personnes en fauteuil roulant.
- Etablir des **partenariats** avec, par exemple, des taxis adaptés ou des sites de location de voitures particulières adaptées.
- Être en **relation avec des loueurs de matériels adaptés** (rampes d'accès PMR, plateformes élévatrices, monte-escaliers autonomes, chaises de transfert...)
- Mettre en place un **plan tactile et interactif**
- Mettre à leur disposition des **équipements vibreurs** qui permettent de transmettre le système sonore des alarmes de site (incendies...).
- **chambres conférences** (chambres modulables)...





## RESTAURANTS :

- Réalisation de **guides et livrets de bonnes pratiques**
- Cartes / menus en braille
- **Contraste visuel sur la carte, caractère agrandis**
- Mise en place d'une **tablette tactile** pour remplacer la carte du menu
- Proposer une **loupe grand format**
- Renforcer la **signalétique** (avec pictogrammes) et **l'éclairage** dans les locaux.
- **Filmer l'accès à l'établissement et l'intérieur des locaux** pour visualiser au mieux l'accessibilité du site (lien sur le site Internet).
- Proposer une **carte sonore**
- **Stylo lecteur** ou **lunettes** ou **bagues connectées** afin de faciliter la lecture de la carte
- Faciliter le **paiement à table**
- Installer une **balise sonore** à l'entrée de l'établissement...







## La communication : un outil à développer

## 1/ La communication autour de la marque Destination pour Tous (DPT)

- Communication = outil fondamental pour promouvoir la marque et la destination.
- La marque DPT n'est pas mise en évidence sur les sites Internet officiels des villes concernées.
- Au niveau local, la communication autour de la marque semble être insuffisante.
- Le grand public connaît très peu la marque « Destination pour tous ».



 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

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

- Les établissements Tourisme & Handicap : très peu ont apposé le logo de la marque sur la page d'accueil de leur site Internet.
- Etat : manque de communication autour de la marque « Tourisme & Handicap ».
- Les autres établissements accessibles (sans la marque T&H) : aucun des gestionnaires interrogés ne communique sur les travaux réalisés en faveur de l'accessibilité.



 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

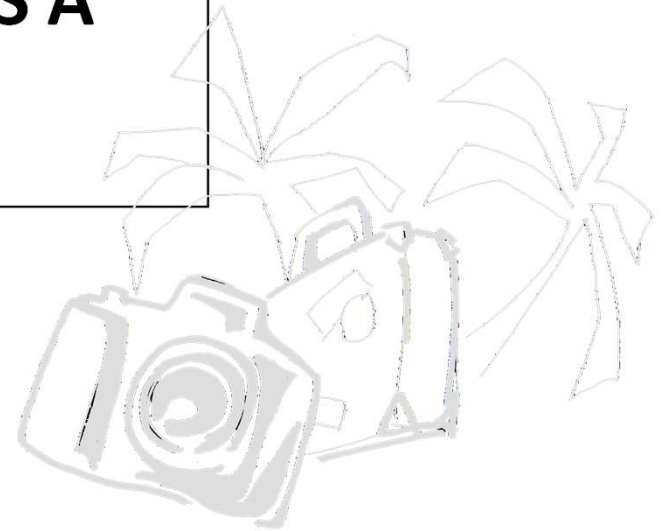
→ Colloque du 16 Octobre 2020 « Destination France : accueil et satisfaction des clientèles touristiques » : Opportunité pour communiquer sur les marques du tourisme accessible : T&H et DPT







### 3 - ANALYSE DE LA DEMANDE : QU'ATTENDENT LES PERSONNES A BESOINS SPECIFIQUES ?





## Méthodologie employée

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

- 1/ Les usagers (personnes valides et avec besoins spécifiques).
- 2/ Les associations représentatives de personnes à besoins spécifiques

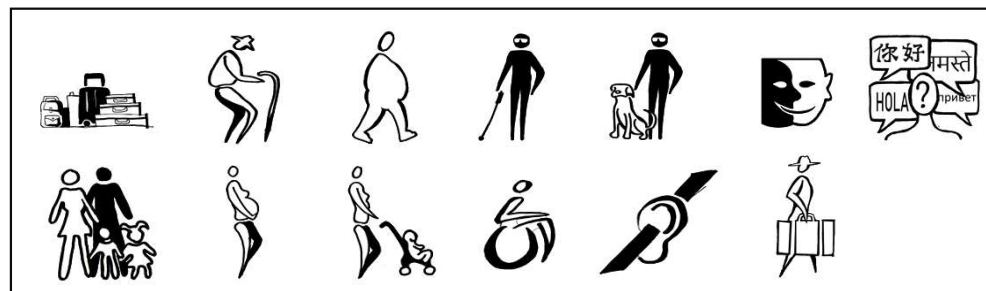
### Les principales thématiques de l'étude

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

- Les conditions d'accessibilité des lieux touristiques
- L'accueil

#### 2/ Préparation d'un séjour touristique

- L'anticipation.
- Les sites Internet représentent l'un des premiers recours à l'information.
- Problématique du « déclaratif ».
- Etablissements « Tourisme & Handicap » : pas forcément valorisés par les associations représentatives des personnes à besoins spécifiques.



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

540  
questionnaires  
reçus

17 retours  
d'associations

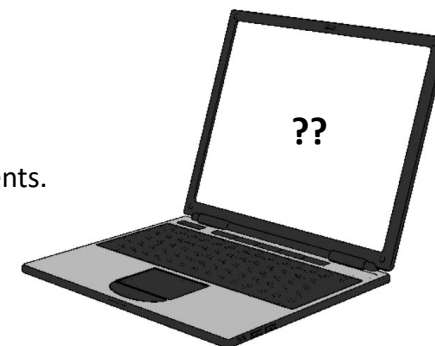




### 3/ Retour d'expérience : Principales difficultés rencontrées dans les hôtels et restaurants

#### Exemples :

- Problématique du déclaratif
- Manque d'information sur les sites Internet.
- Problématique de la conformité des sites à l'instant T et manque de contrôle périodique dans les petits établissements.
- Mauvais conseils prodigués par certaines sociétés spécialisées dans l'accessibilité
- Sanitaire adapté utilisé comme lieu de stockage.
- La présence de buffet avec l'utilisation de plateaux.
- Le refus du chien guide.
- Menus des restaurants non adaptés aux personnes déficientes visuelle.



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

#### Exemples:

- La formation, la sensibilisation et l'information.
- Les équipements mis en place
- Organisation de repas à l'aveugle dans des restaurants (ATH).
- Petit film sur les sites Internet des hôtels et restaurants pour présenter les différents accès à l'établissement...



Source : <https://handicap.nc/>





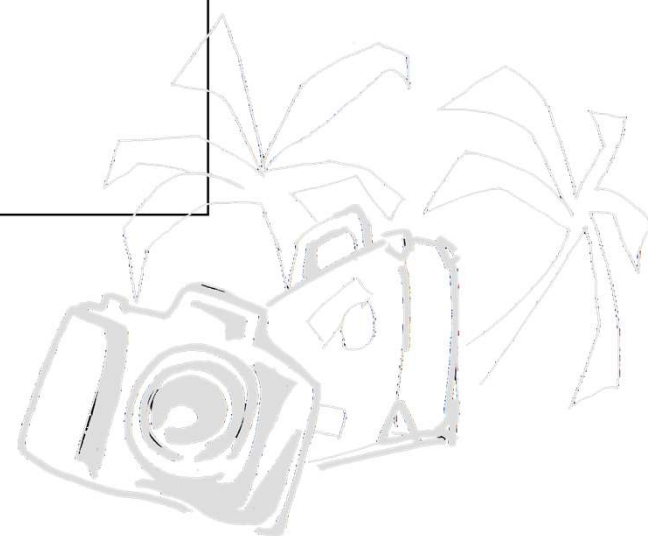
MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA RELANCE - Direction Générale des Entreprises

MINISTÈRE DES SOLIDARITÉS ET DE LA SANTÉ - Direction Générale de la Cohésion Sociale

MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE et MINISTÈRE DE LA COHESION DES TERRITOIRES ET DES RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES - Direction Générale de l'Aménagement, du Logement et de la Nature



## 4 – CONCLUSION







## DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES NON ÉVALUÉES

## 1/ Les retombées économiques pour les collectivités

- **Difficultés pour évaluer les retombées économiques**
- **Ressenti positif** de la mise en accessibilité des territoires (selon les entretiens).

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

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

- **Absence de données statistiques sur les retombées économiques par les gestionnaires**
- Sentiment des gestionnaires : **retombées économiques très faibles, voire nulles** depuis la réalisation des travaux d'accessibilité.
- Mais d'autres **retombées, plus positives**, sont relevées par les gestionnaires

⇒ De manière générale, des **retombées positives** (le tourisme accessible n'est plus un tourisme de « niches ») mais pas mesurables financièrement à ce stade (manque d'indicateurs spécifiques)





## CONCLUSION

Tourisme accessible → enjeux majeurs pour le pays.

Ne pas se priver de marchés potentiels.

Confort d'usage pour tous

Sensibilisation et communication.

La mise en accessibilité des établissements doit être favorisée par les gestionnaires

Mise en place de fiche-actions pour faciliter la mise en accessibilité pour les gestionnaires d'ERP et les territoires



= OPPORTUNITÉ

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





# 13 fiches actions = 5 thématiques

Les recommandations sont présentées sous forme de 13 fiches actions :

- Fiches actions immédiatement opérationnelles par les hôteliers et restaurateurs : fiches 1 et 2
- Fiches actions opérationnelles : événementiel/communication : 3, 5 et 6
- Fiches actions opérationnelles Tourisme accessible : T&H et DPT : 7, 12 et 13
- Fiches actions opérationnelles « numérique et applications informatiques » : 4 et 10
- Fiches actions opérationnelles « présentiel » vis-à-vis des hôteliers/restaurateurs et du grand public : 8, 9 et 11

→ **Ces fiches actions ne sont pas figées, elles ont vocation à évoluer, à être complétées** avec par exemple, dans le contexte actuel, une fiche pour aider les professionnels du tourisme à bien accueillir les personnes à besoins spécifiques lors d'une crise sanitaire (COVID-19)





## Fiches actions

FICHE ACTION 1 – Equipements pour améliorer l'accessibilité des restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie.

## FICHE ACTION 2 – Equipements pour améliorer l'accessibilité des hôtels de 5<sup>ème</sup> catégorie.

### FICHE ACTION 3 – Mise en place de parcours pour le public en situation de handicap et à besoins spécifiques.

## FICHE ACTION 4 – L’accessibilité numérique.

FICHE ACTION 5 – Sensibilisation du grand public et des professionnels : organisation d'évènements autour de l'accessibilité.

## FICHE ACTION 6 – Organisation d'un concours des hôtels et restaurants accessibles.

## FICHE ACTION 7 – Communication autour de la marque « Destination pour tous ».

FICHE ACTION 8 – Inciter les communes à être plus présentes dans la mise en accessibilité des hôtels et restaurants de leur ville.

FICHE ACTION 9 – Sensibilisation auprès des gestionnaires d’hôtels et restaurants de 5<sup>ème</sup> catégorie par les organismes de métiers et l’Etat.

FICHE ACTION 10 – Mise en place d’une application dédiée aux personnes à besoins spécifiques ou établissement de partenariats avec des applications existantes.

FICHE ACTION 11 – Sensibilisation du grand public : campagnes d’affichage/de sensibilisation.

FICHE ACTION 12 – Identification des établissements accessibles ne détenant pas la marque « Tourisme & Handicap ».

FICHE ACTION 13 – Renforcer la communication autour de la marque « Tourisme & Handicap » au niveau national.



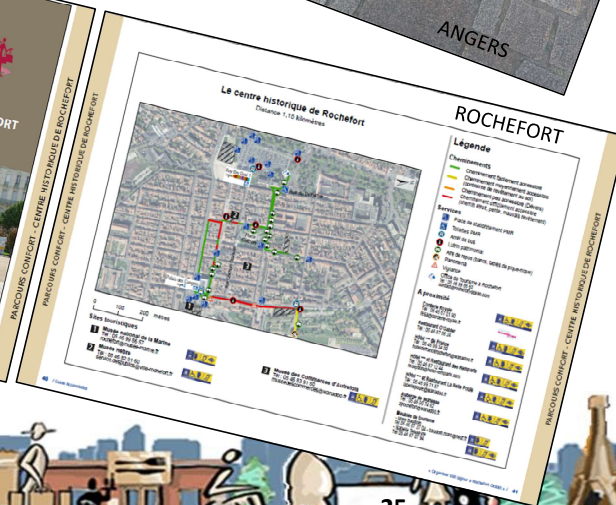
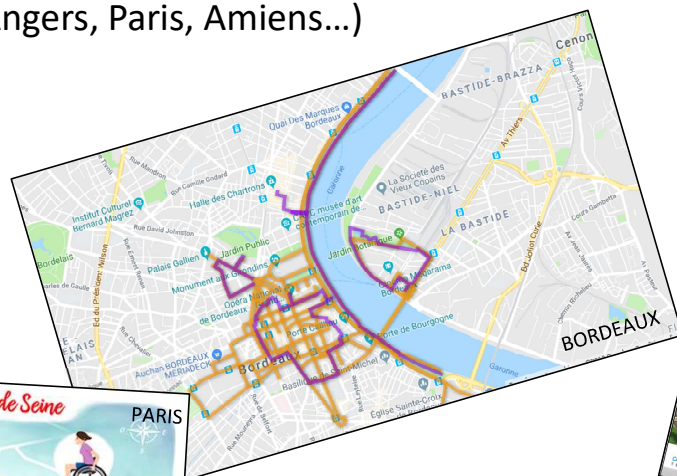
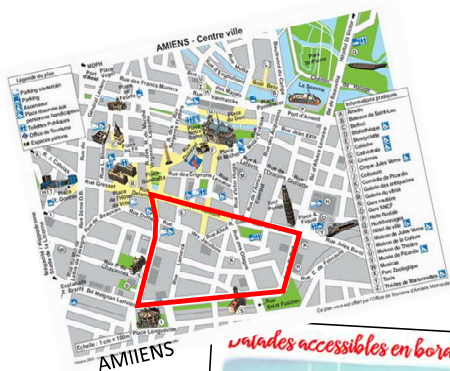




## Exemples de fiches actions

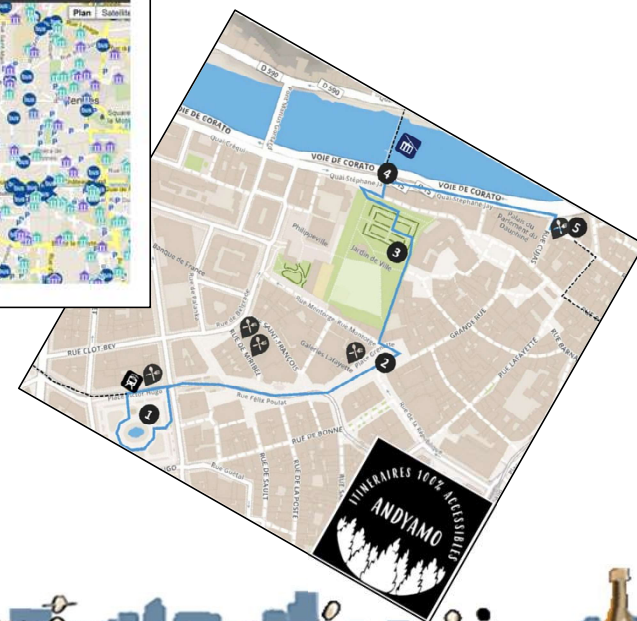
### FICHE ACTION N°3 : MISE EN PLACE DE PARCOURS POUR LE PUBLIC EN SITUATION DE HANDICAP ET A BESOINS SPECIFIQUES

- Créer des parcours dans la ville pour les personnes à mobilité réduite et à besoins spécifiques, et plus particulièrement les touristes (ex : Rochefort, Nantes, Bordeaux, Angers, Paris, Amiens...)



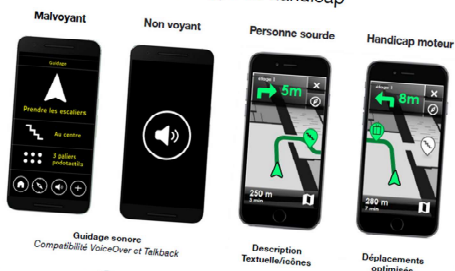


- Etablir des partenariats avec des start-up qui proposent et recensent des parcours touristiques adaptés et accessibles à tous (ex : Street Co, Andyamo, Handimap, Evelity,...)



evelity

Des interfaces adaptées  
à chaque type de handicap



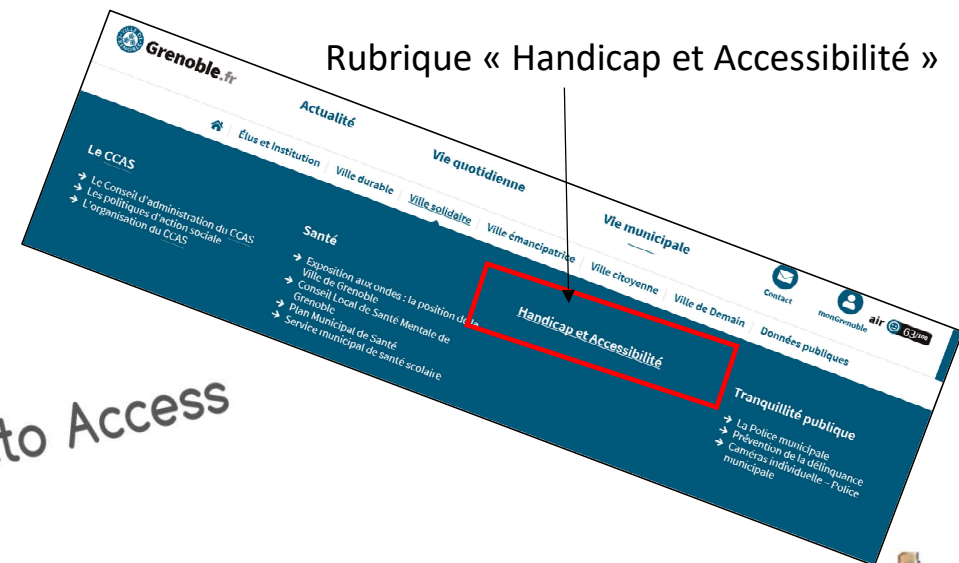
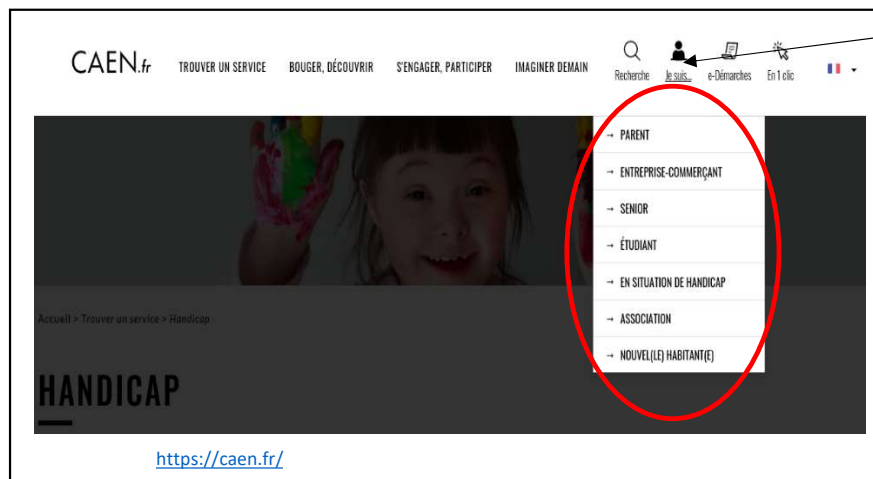




## Exemples de fiches actions

### FICHE ACTION N°4 : L'ACCESSIBILITE NUMERIQUE (CONTENU)

- Inciter les communes et les collectivités à créer (ou à renforcer) une rubrique "accessibilité" sur leur site Internet, qui regroupe toutes les informations relatives à l'accessibilité sur le territoire en question.





- Inciter les offices du tourisme à la création d'une page dédiée aux hébergements et à la restauration adaptés sur leur site Internet.
- Rendre les sites Internet accessibles à tous les handicaps et en plusieurs langues (anglais à minima) : RGAA, label AccessiWeb, FACIL'iti, plusieurs langues proposées, ...



- Mettre en place des supports numériques innovants pour informer les usagers sur l'accessibilité des hôtels et restaurants de la ville.







## ACTIONS SPECIFIQUES DANS LE CADRE DU CONTEXTE SANITAIRE ACTUEL

- **Plan de relance pour le tourisme**, présenté par le Premier Ministre devant le Comité Interministériel du Tourisme, doté de 18 milliards d'euros. 3 axes :
  - ☐ Des mesures sanitaires, information et réassurance des voyageurs
  - ☐ Un soutien aux entreprises du tourisme et de l'événementiel sportif et culturel
  - ☐ La préparation du contrat de relance et de transformation du tourisme
  
- **Audit d'accompagnement personnalisé pour l'application des protocoles sanitaires et les moyens de mise en œuvre (ACCESMETRIE)**
  - ☐ Accompagnement pour comprendre et analyser les usages et les fonctionnalités du bâtiment en fonctionnement normal et pour répondre au mieux aux exigences des protocoles liés au contexte sanitaire actuel.
  
- **Réflexion autour de la rédaction d'une fiche-action (recommandations) pour aider les restaurateurs et hôteliers à accueillir les personnes à besoins spécifiques lors d'une crise sanitaire et à respecter le protocole sanitaire**

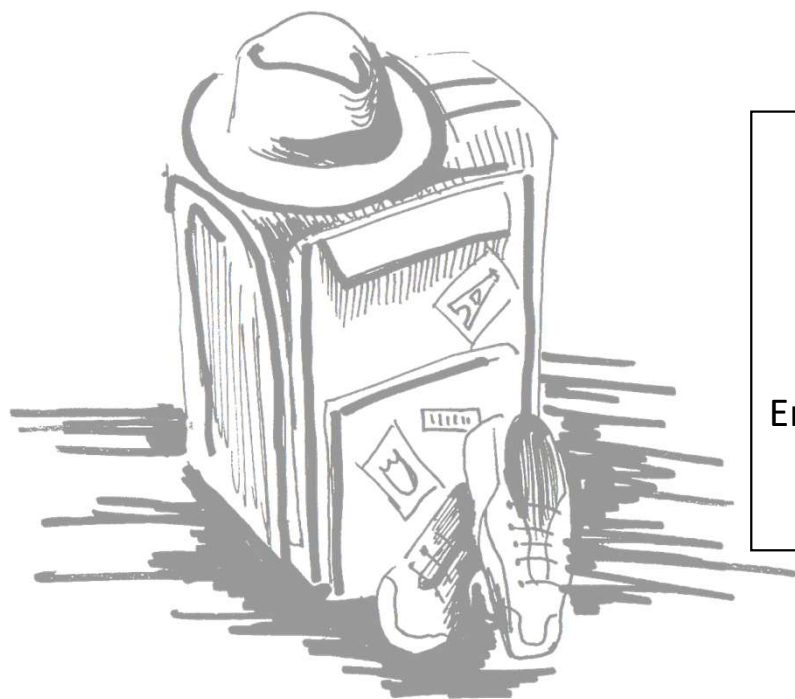




## Présentation ACCESMETRIE

Bureau d'études et de conseils créé en 2003, spécialisé dans les domaines de l'accessibilité et des démarches d'amélioration de la qualité d'usage du patrimoine bâti et des équipements, avec la volonté de répondre aux attentes et aux besoins réels des utilisateurs.

Entreprise pionnière et toujours présente dans le marché français de l'Assistance à Maîtrise d'Ouvrage (AMO) en matière d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap.



Nous contacter : [info@accesmetrie.fr](mailto:info@accesmetrie.fr)

