

RHÔNE-ALPES, engagée pour le développement et la promotion du tourisme adapté (tourisme pour tous)

Hugues BEESAU

Directeur du Pôle Ingénierie, Prospective, Stratégie, Innovation



Rhône-Alpes
tourisme

- 1998/2002 : une motivation et un engagement
- Une démarche raisonnée
- À partir de 2002 : la volonté de s'inscrire dans la démarche nationale



Une démarche pionnière



- La marque, communément qualifiée de label, et la loi de 2005
- La mise en œuvre de la marque
- La mobilisation d'ergothérapeutes pour assurer une mission de conseils
- 300 sites labellisés fin 2014, 38% pour les quatre handicaps, 100 audités, en attente.



LA MARQUE : Passer du pouvoir accueillir au vouloir accueillir



- Le concept de Territoire de séjours adaptés
- Assurer la chaîne des prestations et des services adaptés nécessaires à un séjour touristique
- Le test : 10 Contrats de Territoires de Tourisme et de Loisirs Adaptés



Les Territoires de séjours adaptés



- Un déficit global de communication malgré des actions de promotion
- Des retombées économiques pour les acteurs qui se bougent
- Un bouche à oreille très favorable qui valide la démarche de la marque

Des prestataires labellisés volontaires

La Ferme de Montépin (Ain)

Gîtes de France 3 épis



Soleil Levant (Loire)

Saint Georges de Baroille

Clévacances 3 clés



Les Soldanelles (Savoie) Curienne Gîte de France 3 épis

- Rhône-Alpes partenaire de la démarche de dématérialisation et de déconcentration de la marque lancée par la DGE

« L'AVENIR, NOUS N'AVONS
PAS À LE PRÉVOIR,
MAIS À LE PERMETTRE. »

