

Accessibilité

Qualité de l'accueil à Paris Ile-de-France

N° 5
DEC
2013

L'ACCESSIBILITÉ : UNE OPPORTUNITÉ POUR LA DESTINATION PARIS ILE-DE-FRANCE

Un visiteur bien accueilli se fera l'ambassadeur de notre destination.

Le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France (CRT) porte haut l'ambition de rendre accessible la destination Paris Ile-de-France à tous les publics. Il encourage les acteurs du tourisme à adapter leurs structures aux besoins des personnes, les accompagne concrètement et valorise leur offre. Dans un contexte législatif exigeant (cf. loi n° 2005-102 du 11 février sur l'égalité des droits et des chances, la participation à la citoyenneté des personnes handicapées), le CRT développe des outils, des formations, des méthodologies et fédère les acteurs, notamment à travers la démarche d'Handistrict.com.

Ce document est la synthèse de nombreux rapports, études, articles nationaux et internationaux. Il ne se veut pas exhaustif : ce n'est en rien possible au regard de la multitude des sources existantes ou en cours de parution sur la thématique.

Le CRT considère la notion d'accessibilité comme un élément d'amélioration de la qualité globale, du confort de visite, de la sécurité, de l'accueil et de l'information.

Le CRT est convaincu que l'accessibilité de l'offre touristique de la destination constitue un enjeu d'avenir, qu'elle permet de se différencier ou d'égaliser des destinations concurrentes.

L'ACCESSIBILITÉ : UN AVANTAGE CONCURRENTIEL À DÉVELOPPER POUR LA DESTINATION

L'accessibilité améliore la qualité globale de l'offre touristique (fluidité, lisibilité, accueil, confort, sécurité), d'autant plus lorsqu'elle est réalisée de manière intégrée.

Au-delà de la mise en application de la loi pour l'égalité des chances (...) des personnes handicapées de février 2005, la destination Paris Ile-de-France met en place des outils d'amélioration de la qualité de l'accueil notamment en terme d'accessibilité pour :

- respecter les particularités de chacun tout en offrant un confort d'usage supérieur à un public plus large
- créer un tremplin vers la mise en application de la loi n° 2005-102 du 11 février sur l'égalité des droits et des chances, la participation à la citoyenneté des personnes handicapées
- anticiper les défis d'avenir tels que le vieillissement de la population
- fidéliser la clientèle et attirer celle qui n'ose pas venir
- véhiculer une image positive
- améliorer les conditions de travail des professionnels du tourisme

La conception universelle : pour chacun et pour tous

La conception universelle : un allié pour l'amélioration de la qualité de l'accueil du secteur touristique

La conception universelle encourage la prise en compte du handicap au cœur de l'offre, sans l'exposer au premier plan. Elle permet de :

- gérer la diversité des publics par une conception destinée à tous, sans adaptation spécifique
- placer la qualité d'usage au centre en améliorant le confort pour tous
- se placer en phase avec le projet esthétique d'un lieu
- réaliser des économies en intégrant le confort pour tous
- faciliter un accueil fluide des visiteurs, en désengorgeant d'éventuels flux

CÔTÉ CLIENTÈLE

Des clientèles aux besoins spécifiques

Au sens large du terme, ces clientèles ne sont pas que des personnes handicapées, mais représentent des populations que l'on ne perçoit pas toujours comme ayant des besoins spécifiques.

Chacun est en effet confronté au moins une fois dans sa vie à un besoin spécifique (blessures ponctuelles, maladie, enfant en bas âge, femme enceinte, homme de forte corpulence...). Les personnes à besoins spécifiques représentent une part importante de la population et les réponses à apporter ne sont pas toujours une question de volume, de cadre bâti, de braille et de fauteuil roulant.

En outre, les Seniors ne se perçoivent pas comme une clientèle handicapée. Pourtant, l'accueil et l'adaptation d'un lieu sous l'angle de la conception universelle permettra de les recevoir dans des conditions idéales. En effet, les quinquagénaires d'aujourd'hui auront 80 ans en 2040 (soit près de 4 millions de personnes) et auront forcément recours aux équipements et services mis en place (transports, soins, équipements, confort, formation...)

Toutes ces personnes ne sont pas identifiées dans les groupes de personnes habituellement comptées ou citées, et ne sont pas systématiquement bénéficiaires d'une reconnaissance administrative.

Les pratiques des touristes à besoins spécifiques

Le profil des touristes handicapés est identifié :

- Fidélité
- Clientèle souvent accompagnée
- Pouvoir d'achat raisonnable
- Etalement de la saisonnalité
- Durée de séjour plus longue que les touristes valides.
- Voyage en individuels.

Les personnes handicapées motrices sont les personnes handicapées à venir le plus en milieu urbain (20% des personnes handicapées motrices interrogées contre 9% des personnes déficientes sensorielles), malgré les difficultés liées à une métropole (densité de population, difficulté d'utilisation de la voiture individuelle, pollution sonore...).

La clientèle handicapée : une cible à part entière

Il existe un marché de la clientèle handicapée. Il représente aujourd'hui :

- 50 millions de personnes, 158 millions de nuitées et 47 millions d'euros en Europe
- 13,6 milliards de dollars par an sont dépensés en voyages par des Américains dont la mobilité est réduite, 2,5 milliards d'Euros par des Allemands, 2 milliards de Livres par des Britanniques
- La clientèle sénior autonome dépense le plus (prêts terminés, plus d'enfant à charge, notion de loisirs différente : ils prennent le temps...) et seront près de 4 millions en 2050



CÔTÉ PROFESSIONNELS

"Rendre le tourisme accessible est l'un des problèmes les plus urgents du secteur", a rappelé Zoltan Somogyi, de l'Organisation Mondiale du Tourisme, lors d'une conférence au salon international du tourisme de Berlin (ITB) en mars 2013.

La rentabilité économique démontrée

Aujourd'hui, plusieurs études montrent que les investissements liés à l'amélioration de l'accueil sont rentables, à condition d'avoir pensé les choses dans leur ensemble.

Quelques exemples

Chaîne hôtelière Scandic Hôtels – Suède

Elle possède 160 hôtels implantés en Europe du Nord (Belgique, Danemark, Estonie, Finlande, Allemagne, Pays-Bas, Norvège, Pologne, Suède). Si leur slogan "Nous traitons tous nos invités pareil" ou encore, "Vous n'êtes pas un handicapé, vous êtes notre invité" traduit une volonté de s'adapter à tous les besoins sans pointer du doigt la notion de handicap, des éléments de motivations sont basés sur l'étude de segment de clientèle âgée de plus de 65 ans (population en constante augmentation et qui dépense le plus).

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".

→ 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 et fort.

→ SNCF

Pour la SNCF et Laurent Colin, l'architecte chargé de la mise en accessibilité des gares françaises, "l'accessibilité change l'usage de la gare". 1,4 million d'Euros (sur un budget total de 250 millions d'Euros, et près de dix ans de travaux) ont été dépensés par la SNCF pour la mise en accessibilité de la nouvelle gare Saint-Lazare. Bandes de guidage et balises sonores pour les aveugles, escaliers avec une double main courante pour les personnes de petite taille, ascenseurs... Autant d'aménagements qui se fondent dans le nouveau décor de la gare et fluidifient la circulation des voyageurs.*

→ Château des ducs de Bretagne à Nantes

Lors de la rénovation du château des ducs de Bretagne, la mise en accessibilité à tous les visiteurs a été décidée, bien que le site soit protégé et non soumis à la loi de février 2005. Les remparts sont, à ce jour, accessibles. "Pour nous, la mise en accessibilité n'est pas un surcoût mais un investissement aussi nécessaire que les autres : notre vocation est d'être accessible à tous. Et puis les ascenseurs profitent à tous, pas seulement aux personnes handicapées." Cinq ans après sa réouverture au public, le château du XV^e siècle est donc aux normes du XXI^e siècle. Il a amélioré ses conditions d'accueil pour l'ensemble des visiteurs et notamment les personnes handicapées.*

*Textes inspirés de Aurélia Sevestre et de Franck Seuret – APF



Des aménagements spécifiques qui profitent à tous

Installations spécifiques au handicap	Usage pour un public plus large
Annonces sonores et visuelles des arrêts de trains et de métro à destination des personnes ayant un handicap sensoriel ou mental.	→ Les visiteurs étrangers sont rassurés par ce dispositif qui supprime la crainte de rater son arrêt ou d'être dans la mauvaise direction.
Document de visite en Facile à Lire pour personnes ayant un handicap mental : cet outil permet de faciliter la visite par un vocabulaire adapté et un recours accru aux images.	→ Les visiteurs étrangers utilisent souvent le document en Facile à Lire, même quand une documentation dans leur langue est proposée, le premier réflexe étant d'aller au plus simple. Cette démarche permet également d'appréhender le contenu d'une visite sous un angle différent. → Ces documents sont proposés lors des ateliers pédagogiques avec enfants.
Rampe d'accès, en plus d'escaliers à destination des personnes en fauteuil roulant.	→ Les personnes avec poussette, vélo ou bagages à roulettes utilisent cette rampe.
Maquette tactile à destination des personnes déficientes visuelles.	→ Le grand public s'en sert pour se repérer dans le lieu. → Ces maquettes sont proposées lors des ateliers pédagogiques avec enfants.



Qui sont-elles ?

Les clientèles à besoins spécifiques	Estimation chiffrée en France
Les touristes "étrangers" (notamment les personnes n'ayant pas l'alphabet latin)	-
Les personnes "qui roulent" (poussette, valise, vélo, trottinette...)	-
Les personnes de plus de 65 ans	1,2 millions, 17.1% 28% de la population française en 2020 33% dans les pays développés
Les personnes allergiques ou intolérantes alimentaires	18 millions A noter : 90% des Asiatiques sont allergiques au lactose
Les personnes intolérantes au gluten	600 000 français (dont seulement 6 000 en sont informés)
Les personnes allergiques respiratoires	18 millions (4% il y a 40 ans)
Les personnes obèses	15,4% (8.5% en 2009) 1,4 milliard dans le monde
Les personnes illettrées	9%
Les personnes DYS (dyslexique, dyspraxie...)	4 millions
Les personnes diabétiques	3,5 millions 400 millions dans le monde
Les personnes asthmatiques	3 millions
Les personnes daltoniennes	10% des hommes (0.45% des femmes)
Les personnes ayant une gêne au quotidien	40%
Les personnes souffrant d'une incapacité, d'une limitation d'activité ou d'un handicap	26,4%
Les personnes au contact du handicap (entourage, amis, familles, accompagnateurs...)	40% 1 milliard dans le monde
Les personnes handicapées motrices	2,3 millions, 4%
Les Français qui se considèrent handicapés	9,8% 18,2% dans le monde
Les personnes déficientes auditives	5,18 millions dont 303 000 sourds
Les personnes qui doivent porter des appareils auditifs	5 millions en 2040
Les personnes sourdes pratiquant la Langue des Signes Française*	150 000
Les personnes déficientes visuelles	1,7 million, dont 61 000 non-voyantes*
Les personnes non voyantes pratiquant le braille*	7 000* (sur 15 000 qui l'ont appris)
Les personnes en situation de handicap intellectuel	700 000
Les personnes psychotiques	2%
Les personnes de 85 ans et plus	4 millions
Les personnes âgées dépendantes	2 millions

*estimation et non recensement précis.

Sources : OMT, Enquête HID de l'INSEE, Enquête VQS 2007, Etude ENAT-2012, Rapport Luc Broussy 2013.

Quelques exemples de témoignages :

"Il n'était pas facile de se déplacer de l'aéroport à mon hôtel avec ma grosse valise : la place dans le train manquait, l'accès en forme de tourniquet n'était pas évident et les escalators n'étaient pas toujours présents."
Un touriste américain. Août 2012

"Les gens, dans le métro, sont adorables, ils sont habitués à donner un coup de main. Mais c'est très gênant d'avoir le sentiment de dépendre des autres et d'encombrer."
Un touriste avec un enfant en bas-âge en poussette. Août 2012

"A Paris, l'ensemble des bus a été rendu accessible, ce qui est formidable ! Mais, le même trajet en métro est deux fois plus court. Ce n'est pas parce que je suis en fauteuil roulant que j'ai tout mon temps ! Par ailleurs, seules deux poussettes par bus sont autorisées. Je crains le jour où l'on demandera à ce qu'un parent avec un bébé en poussette soit obligé de descendre pour me laisser la place."
Un Parisien en fauteuil roulant. Août 2012

La valorisation auprès du grand public

Une fois l'établissement ou service bien adapté, il est impératif d'en assurer une promotion adéquate afin de toucher les publics concernés.

A Paris Ile-de-France, le CRT a développé pendant 8 ans le **label Tourisme & Handicap**, qui a apporté, depuis 2001, une réponse aux professionnels en termes de reconnaissance des efforts fournis.

Si ce label a permis une prise de conscience, le CRT s'engage aujourd'hui dans une démarche plus globale de la communication de l'offre touristique accessible à travers le site Internet www.handistrict.com.

Soutenu par le CRT Paris Ile-de-France (rédaction des critères en concertation avec les partenaires représentants de personnes handicapées, aides pédagogiques, visites terrain, garantie de l'accessibilité, promotion...), il recense aujourd'hui les sites accessibles en France et à l'étranger.

Basé sur la contribution volontaire des professionnels (musées, hôtels, monuments, restaurants, sites de loisirs...), www.handistrict.com permet :

- la lisibilité attendue de l'utilisateur sur l'accessibilité du lieu
- des outils et technologies toujours mieux adaptés aux personnes handicapées : territorialisation de l'offre via la géolocalisation, application smartphone, développement technologique web 2.0
- la valorisation attendue des professionnels
- la mise à disposition d'une information en *open data* donnant la possibilité d'alimenter gratuitement et en temps réel d'autres sites Internet



Le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France propose aux professionnels du tourisme de nouveaux documents pédagogiques sur l'accessibilité :

- des fiches pratiques aidant à mettre en place un accueil de qualité dans votre structure (27 zones seront traitées, de l'accueil aux sanitaires en passant par la médiation culturelle).
- des cahiers pratiques traitant de façon approfondie de problématiques liées à l'accueil des personnes à besoins spécifiques.

**Retrouvez l'action du Comité Régional du Tourisme
Paris Ile-de-France en matière d'accessibilité
sur tourismepro-paris-idf.com**

**Pour nous contacter :
accessibilite@nouveau-paris-idf.com**

La boîte à outils accessibilité

Le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France se mobilise et poursuit sa politique de qualité de l'accueil des publics à besoins spécifiques en soutenant les professionnels franciliens du tourisme dans leur projet de mise en place d'offres adaptées.

L'accessibilité est un élément d'amélioration de la qualité globale, du confort de visite, de la sécurité, de l'accueil et de l'information.



Documents pratiques

Cinq cahiers pratiques sur l'accessibilité réalisés pour les professionnels du tourisme.

- L'Accessibilité : une opportunité pour la destination Paris Ile-de-France
- Accueillir les personnes à besoins spécifiques
- Concevoir un guide de visite adapté pour les personnes en situation de handicap mental
- Jeu de piste accessible en milieu urbain
- La balise sonore

EN SAVOIR PLUS

- Fiches pratiques qui traitent du confort d'usage pour le visiteur par zone/thématique : accueil, chambres, signalétique, éclairage et sécurité, mécénat...

EN SAVOIR PLUS

Formations accessibilité

Retrouvez ici les formations mises en place par le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France pour améliorer l'accessibilité de l'offre de la destination.

- Accessibilité : comment se mettre aux normes? (2 jours)
- Accueillir les publics à besoins spécifiques (2 jours)
- Communiquer efficacement sur son offre accessible (1 journée)
- Découvrir les bénéfices d'un accueil pour tous (session d'information 1/2 journée)

EN SAVOIR PLUS

Annuaire accessibilité

Fournisseurs de matériels, cabinets conseils, formations en accessibilité. Retrouvez les contacts pour mettre en accessibilité votre structure. Des professionnels reconnus et rencontrés par le CRT.

EN SAVOIR PLUS

Promouvoir et valoriser son offre accessible

Handistrict.com annuaire en ligne des lieux accessibles aux publics à besoins spécifiques. Pour les sites franciliens, les informations affichées sont garanties puisque vérifiées sur le terrain par nos équipes.

EN SAVOIR PLUS

Téléchargez le fichier qualifié de prospects et son mode d'emploi réalisé par le CRT. Plus de 300 contacts (associations, centres...) référencés sous la forme d'un outil simple, et ergonomique, aux informations centralisées en temps réel qui vous permet une réactivité maximale.

EN SAVOIR PLUS

