



COMITÉ DÉPARTEMENTAL DU TOURISME BÉARN-PAYS BASQUE

## RAPPORT DE SOUTENANCE DU PROJET TUTOIRE

### *Label Tourisme & Handicap*





## Remerciements

Avant de commercer ce rapport, nous remercions tout d'abord le Comité Départemental du Tourisme pour nous avoir permis de participer à ce projet ainsi que pour son soutien et sa disponibilité depuis le début de l'aventure.

Nous souhaitons particulièrement remercier Madame Armelle Cazal pour son aide, sa générosité et sa confiance.

Nous sommes également reconnaissantes de l'accueil et de la sympathie des 9 établissements qui ont bien voulu répondre au questionnaire en face à face.

Nous exprimons notre gratitude pour l'aide et les conseils de notre professeur tuteur Monsieur Karim Machat.

Pour terminer, nous remercions l'IUT de Bayonne de nous avoir proposé un projet aussi intéressant.



## Sommaire

<b>Introduction</b>	<b>4</b>
<b>I. Label Tourisme et Handicap</b>	<b>5</b>
1) Comité Départemental de Tourisme	5
2) Label	7
3) Sujet tel que commandité	8
<b>II. Déroulement</b>	<b>9</b>
1) Réalisation du questionnaire	9
2) Soumission du questionnaire aux établissements via internet	11
3) Résultats	13
<b>Conclusion</b>	<b>30</b>



## Introduction

Pourquoi avoir fait le choix du projet label Tourisme et Handicap ?

Cela pourrait se résumer en une phrase : un projet humain qui nous permet de gérer un questionnaire et voir les démarches et les répercutions d'une labellisation ! Le label Tourisme et Handicap est un projet scolaire mais aussi et avant tout un projet humain. En effet, ce projet alliait la mise en place d'un questionnaire (qui pour notre futur professionnel ne peut être que positif) avec des rencontres de professionnels (qui se révéleront être un enrichissement personnel).

Ce rapport va vous faire part des démarches entreprises jusqu'à l'aboutissement du projet, projet dont le but est de pouvoir mesurer les retombés du label et connaître les ressentis des établissements labellisés. Dans un premier temps, nous vous présenterons le Comité Départemental du Tourisme et le label Tourisme et Handicap puis dans un second temps, nous expliquerons le déroulement des actions menées et les résultats de cette enquête. Enfin, vous trouverez dans une dernière partie, les rapports individuels de chaque membre du groupe.



## Label Tourisme & Handicap

### *1. Comité Départemental de Tourisme*

Organisme créé en 1986 sous la tutelle du Conseil général, un Comité Départemental du Tourisme a pour mission d'assurer la communication et la promotion de la région, c'est-à-dire de :

- Fédérer, informer et stimuler tous les acteurs publics et privés de son département.
- Analyser, conseiller, évaluer et élaborer, notamment la stratégie de développement touristique du département.
- Collecter, gérer, qualifier et mettre à disposition les informations touristiques (observation touristique).
- Faire la promotion de son offre touristique en France et à l'étranger.
- Gérer et animer des filières infra départementales afin de développer la mise en marché.

« Le conseil général confie tout ou partie de la mise en œuvre de la politique du tourisme du département au comité départemental du tourisme qui contribue notamment à assurer l'élaboration, la promotion et la commercialisation de produits touristiques, en collaboration avec les professionnels, les organismes et toute structure locale intéressés à l'échelon départemental et intercommunal. » (Code du tourisme, Art. L.132-4).

C'est pour cela que le Comité Départemental du Tourisme nous a sollicités.



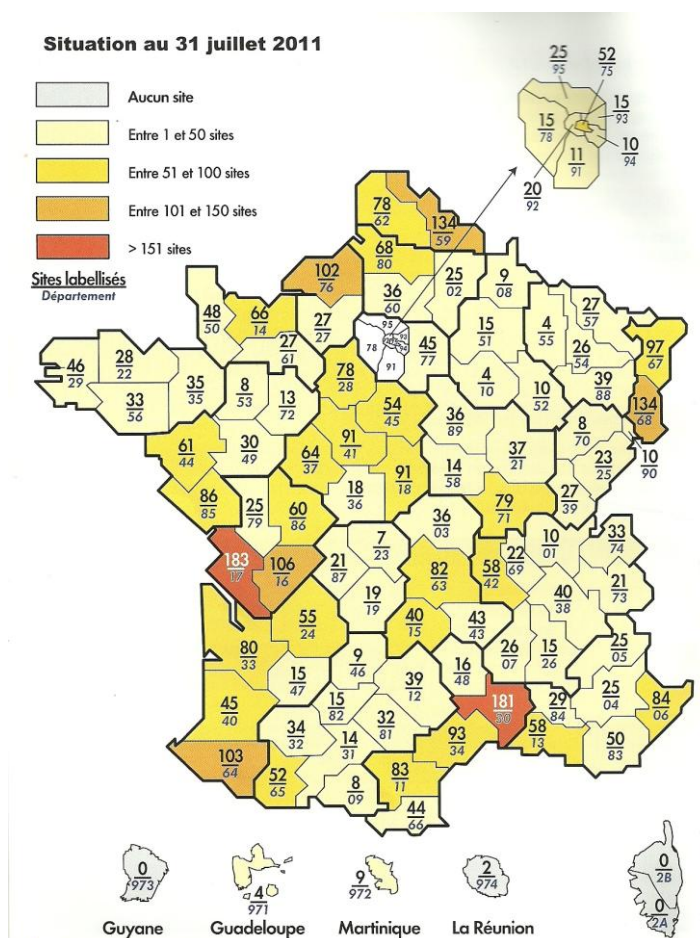
Le comité a développé les labels auprès des professionnels comme « Tourisme & Handicap », qui concerne les handicaps moteur, mental, visuel et auditif et qui regroupe environ 5000 sites labellisés en France.

Suite à la dernière commission nationale d'attribution du label Tourisme et Handicap, le département des Pyrénées-Atlantiques a désormais 116 structures labellisées, ce qui lui permet d'être 1<sup>er</sup> de la région Aquitaine, et 6<sup>ème</sup> au niveau national.

Voici la répartition des différents sites labellisés dans le département des Pyrénées-Atlantiques :

**116 structures sont labellisées**

>> Offices de tourisme	11	>> Hébergements collectifs	7
>> Meublés/Chambres d'hôtes	31	>> Hôtels	23
>> Campings	3	>> Résidences de tourisme	1
>> Villages Vacances	2	>> Sites culturels	11
>> Sites naturels	3	>> Activités sportives	1
>> Caves viticoles	4	>> Equipements de loisirs	15
>> Restaurants	4		



## 2. Label Tourisme et Handicap

Afin d'en savoir plus sur le Label Tourisme & Handicap, nous avons fixé une rencontre avec Didier Moumiet, chargé de missions avec pour objectif de développer le label, plus spécifiquement dans l'adaptation des établissements qui reçoivent du public (ERP).

En 1994, des professionnels du tourisme et des associations d'usagers en situation de handicap ont élaboré un cahier des charges relatif à chaque handicap. De là, est née en 2001, l'association et le label « Tourisme et Handicap » visant à informer le public sur l'accessibilité des sites et des équipements touristiques en tenant compte des 4 types de handicaps (moteur, mental, auditif et visuel).



**Tourisme & Handicaps**

La clientèle handicapée représente plus de 10 millions de personnes en Europe, cependant leur accueil n'est que rarement adapté. L'association œuvre ainsi pour que les personnes en situation de handicap aient accès aux loisirs et au tourisme.

En 2015, la loi sur l'accessibilité pour tous obligera les établissements à adapter leurs locaux afin d'accueillir les personnes en situation de handicap. Pour les hébergements de type hôtel, 1 chambre sur 20 doit être adaptée.

### Comment être labellisé ?

Les prestataires de services souhaitant adapter leurs locaux à une clientèle en situation de handicap doivent s'adresser à l'instance régionale de concertation et d'attribution du label « Tourisme et Handicap » mise en place par les DIRECCTE (créées en 2010, elles regroupent des services administratifs issus de divers horizons : commerce extérieur, tourisme, commerce et artisanat, intelligence économique, industrie, travail et emploi, concurrence et consommation. 21 régions ont ouvert leur site sur ce portail). Une étude est alors réalisée par un expert et son binôme qui étudient l'accessibilité aux différents types de handicaps (prise de mesures etc.). Un rapport est constitué à l'intention de l'instance régionale de concertation du label afin de savoir si la labellisation est possible. Dans le cas contraire, l'expert peut devenir conseiller en vue de l'adaptation de l'établissement.

Ces documents (fiche de synthèse, fiche signalétique, et grille d'évaluation de l'hébergement. Cf. Doc) sont ensuite envoyés par mail à bordeaux aux DIRECCTE. Si la commission régionale est favorable, il est transféré à Paris auprès de la commission nationale (association nationale Tourisme & Handicap) qui délivre ou non le label pour 2, 3 ou 4 handicaps (à partir du 1er janvier 2012, le label est attribué pour au minimum deux formes de handicap). Le dossier est ensuite renvoyé et à faire signer en deux exemplaires auprès de la structure, qui une fois labellisée, reçoit la charte Tourisme et Handicap détaillant son engagement.

En ce qui concerne le financement des travaux d'adaptation au label, si la structure ne dispose pas de capital suffisant, elle peut solliciter le conseil général et le conseil régional, voire même disposer d'aides européennes s'il s'agit d'un hôtel d'envergure.

### Labellisé et après ?



Le label étant attribué pour une durée maximale de cinq ans, M. Moumiet se rend dans les locaux pour effectuer le contrôle du maintien des critères d'accueil et d'accessibilité. Ce dernier permettra soit une amélioration avec l'obtention de nouveaux pictogrammes, soit une dégradation ou tout simplement le renouvellement du label. Suite à l'obtention du label, les structures sont inscrites sur le site internet du CDT afin d'en informer le public. Les professionnels peuvent aussi afficher le panneau officiel.

### *3. Sujet tel que commandité*

Le Comité Départemental du Tourisme nous a sollicité afin de mesurer l'impact du label sur la fréquentation des structures, mais aussi sur le ressenti des professionnels concernant leur démarche de labellisation. En effet, il est important pour le CDT d'avoir un suivi auprès des professionnels quant à l'élaboration du label « Tourisme et Handicap » .





## Déroulement

### *1. Réalisation du questionnaire*

Notre première et principale mission était de réaliser un questionnaire afin d'informer le Comité Départemental du Tourisme du ressenti et de l'impact du label tourisme et handicap sur les établissements labellisés.

Pour cela, Armelle Cazal nous a présenté les points qui lui semblaient intéressants à développer :

- Le vécu de la démarche de labellisation
- Les motivations de cette démarche
- La satisfaction de l'accompagnement
- L'évolution de la fréquentation globale et de la clientèle en situation de handicap
- La rentabilité des investissements faits pour améliorer la structure
- La communication faite sur le label et vers les personnes en situation de handicap
- La connaissance de la communication faite par le CDT
- L'investissement possible pour une communication collective
- La participation à une enquête plus complète en 2012

Ce questionnaire devait être quantitatif afin de pouvoir l'analyser et de faire des recommandations.

Nous avons eu l'idée de créer un questionnaire client pour connaître l'opinion que portaient les personnes en situation de handicap sur le label.

Lors de la réalisation du questionnaire, nous avons connu plusieurs obstacles. Tout d'abord, nous n'avions que quelques bases sur sphinx et sur la réalisation d'un questionnaire, donc la première ébauche fut un peu « brouillonne » avec des questions très

mal organisées. Suite aux conseils de M. Machat, nous avons lu Etude et Recherche Commerciale de Vernet et Gianiloni édition Vuibert, ce qui a permis de recadrer le questionnaire.

Après un problème de forme, nous avons du faire face à un problème de fond. Le questionnaire que nous avons réalisé était quantitatif or le CDT souhaitait un questionnaire qualitatif. En effet, le CDT est partenaire de l'INSEE, il est donc énormément restreint sur les questions quantitatives. De plus, les informations chiffrées n'étaient pas l'objectif premier du CDT. L'accent devait être mis sur le ressenti de la démarche. Avec l'aide d'Armelle, nous avons donc réajusté le questionnaire, en enlevant presque toutes les questions qui quantifiaient la fréquentation et les investissements.

La dernière difficulté que nous avons rencontrée se porte sur le questionnaire client. Ici, ce n'est pas le questionnaire qui pose problème mais le temps. Nous prévoyions de laisser le questionnaire client à remplir dans les établissements. Mais, nous avons pu constater lors de la première visite que le nombre de personne en situation de handicap était très faible (de l'ordre de 3 par an). Nous nous sommes rendues compte que ce questionnaire ne serait pas représentatif et qu'il était fort probable que, sur une période d'un mois, aucune personne en situation de handicap ne serait présente pour y répondre. Nous avons donc réalisé deux questionnaires : le questionnaire pour les professionnels (Annexe 1) et le questionnaire client (Annexe 2).

## 2. Administration du questionnaire aux établissements via internet

Après avoir établi le questionnaire sur sphinx, nous avons pour but de l'envoyer aux 102 structures grâce à sphinx online. Nous n'avions pas étudié ce logiciel en cours d'étude recherche commerciale (ERC) mais nous avons quelques bases avec Google Docs. De plus, Mme Cazal souhaitait nous expliquer le fonctionnement du logiciel lors d'un rendez-vous.



L'envoi des mails était destiné aux structures que nous ne devions pas rencontrer. Mme Cazal s'était engagée à nous envoyer toutes les adresses mails des établissements. Nous voulions créer une adresse mail propre à cet envoi de questionnaire dans le but de faciliter la gestion des réponses. Enfin, nous envisagions 20 à 30% de réponses pour valider

**Le label Tourisme et Handicap et vous**



les analyses. Par la suite, nous nous étions fixé comme objectif d'effectuer des tris à plat et tris croisés grâce à nos réponses.

Madame Cazal nous a fait parvenir la liste des 102 professionnels labellisés et nous avons ainsi pu diffuser, le 19 janvier, le questionnaire à 90 structures (102 structures labellisées moins les 12 établissements que nous avons décidé de visiter). Nous avons préparé le message à envoyer aux établissements labellisés en en-tête du questionnaire avec l'aide de Mme Cazal. Quelques réponses nous sont parvenues. La première relance a été prévue pour le jeudi d'après (26 janvier).

Nous avons donc avec l'aide d'Armelle créé un lien propre pour le questionnaire que nous envoyons directement aux adresses mails concernées:

<http://vip.sphinxonline.net/2cdt64/tourismhandicapquest/index.htm>

Grâce au compte sphinx online que possède le CDT, nous avons pu gérer la diffusion, et accéder aux résultats de l'enquête afin de les analyser.

Les difficultés rencontrées lors de cette partie du projet n'étaient pas insurmontables. Par exemple, la gestion des envois grâce à sphinx online s'est très bien passée et de même pour relancer le questionnaire. Le principal obstacle était d'obtenir des réponses rapides sans harceler les structures et tout en leur laissant le temps de répondre à notre

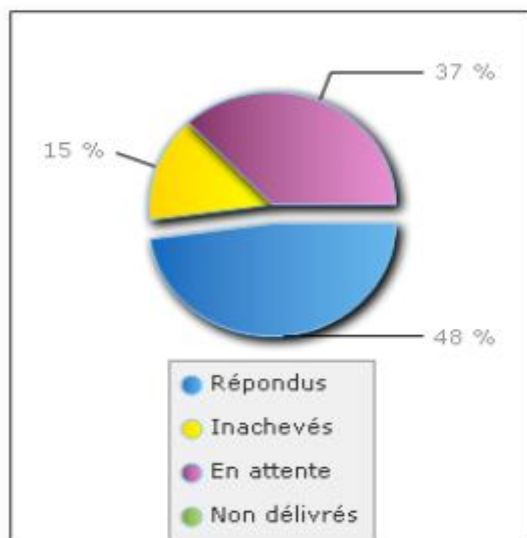
questionnaire. Pour cela, nous avons en en-tête une explication de notre projet et de notre lien avec le CDT pour bien expliquer le but de ce questionnaire et impliquer le lecteur.

Finalement, voici le nombre d'envois que nous avons effectués et leurs dates. Au total il y a eu 6 envois dont 3 relances :

- Le 19/01 à 14h 90messages
- Le 20/01 à 10h 3messages
- Le 24/01 à 12h 68messages
- Le 26/01 à 14h 1message
- Le 28/01 à 10h 51messages
- Le 10/02 à 12h 40messages

Au vue de la longueur du questionnaire et du manque d'informations (ex : données sur la fréquentation inconnues) 14 enquêtes nous sont revenues inachevées.

Notre taux de retour, c'est-à-dire le ratio entre les réponses et le nombre de questionnaires envoyés, est de 47%. Notre taux d'aboutissement, autrement dit le ratio entre les réponses et les enquêtes inachevées, est de 75%. Enfin, la performance de la mailing list, c'est-à-dire le rapport entre les questionnaires reçus et les établissements contactés, est de 100%.



Voici le graphique qui représente les valeurs indiquées ci-dessus :

Nous avons effectué deux envois (le 20 et le 26 Janvier) car certaines structures ne souhaitant pas nous rencontrer, préféraient répondre au questionnaire en ligne.

Nous allons maintenant présenter les résultats de cette enquête.

Grâce à l'adresse mail que nous avons créée, les professionnels ont pu nous poser des questions sur l'enquête. Cependant certaines n'étaient pas facile à traiter et d'autres ne méritaient pas de réponses concrètes. Finalement nous avons pris le temps de répondre à tous et de les remercier même ceux qui n'avaient pas pris le temps de répondre à notre enquête.

### 3. Les résultats

Nous allons maintenant vous présenter un résumé des analyses en tris à plat (les résultats détaillés sont présent en Annexe 3).

La majorité des établissements sont labellisés pour les handicaps moteur et mental car les personnes en situation de ces handicaps sont plus nombreuses, donc plus présentes dans



les structures touristiques. Identifier les personnes en situation de handicap moteur est plus facile que distinguer les personnes en situation de handicap mental, visuel ou auditif. La clientèle en situation de handicap représente généralement une très petite part de la clientèle totale des établissements : moins de 1% pour 45% d'entre eux, ou entre 1% et 5% pour 37% d'entre eux. Seulement 2% des structures labellisées « Tourisme et Handicap » ont plus de 20% de leur clientèle qui est en situation de handicap. La majorité des structures labellisées estime que les investissements liés à la mise en accessibilité ne sont pas rentables, mais ce n'était pas leur but lorsqu'ils ont entamé les démarches de labellisation. Une minorité de professionnels sont déçus par ce retour peu élevé. La grande majorité des établissements labellisés (93% d'entre eux) affirment que la clientèle en situation de handicap qu'ils reçoivent est similaire à l'ensemble de leur clientèle. Au vue de la fréquentation annuelle des personnes en situation de handicap (3 par an en moyenne), plus de la moitié des structures labellisées n'ont pas su voir l'augmentation de cette clientèle.

Les professionnels du tourisme ont été motivés par plusieurs facteurs pour entamer les démarches de labellisation. Certains d'entre eux se détachent du lot cependant : cette démarche a été volontaire pour la majorité des professionnels qui ont fait labelliser leur établissement, car ils étaient sensibles à l'accès aux vacances pour tous.

La majorité des établissements labellisés (60%) a été mis aux normes à l'aide d'un technicien du Comité Départemental du Tourisme, et certains ont même fait appel à un architecte (30%), voire à d'autres structures (19%).

En ce qui concerne le ressenti de la démarche, les avis sont partagés car il est lié aux spécificités de chaque établissement (motivations et état des lieux avant la mise aux normes).

Il faut noter que la majorité des professionnels n'ont pas profité de subventions, ce qui révèle un manque d'informations et une démarche qui n'a pas été motivée par l'attrait financier.

La majorité des établissements labellisés a affiché le logo du label Tourisme et Handicap sur leur site internet (70% d'entre eux), et plus de la moitié l'a exposé sur un panneau officiel à l'entrée de leur établissement. La majorité des établissements labellisés qui n'affichent pas le panneau officiel déclare que ce choix est lié au prix du panneau, trop élevé selon eux (150€). Si les professionnels n'exposent pas le logo du label sur leur site internet, c'est parce qu'ils n'y pensent pas.

La majorité des établissements labellisés Tourisme et Handicap a fait le choix de ne pas communiquer sur cette labellisation. Des investissements en communication seraient en effet très importants, face à un nombre limité de prospects en situation de handicap. Plus de la moitié des professionnels ayant obtenu le label affirme ne pas connaître la communication faite par le CDT envers la clientèle en situation de handicap. Néanmoins, internet reste le moyen de communication le plus efficace et le plus interactif, car il est le plus utilisé.

Les professionnels estiment avoir suffisamment investi dans la labellisation et ne seraient donc pas prêts à participer financièrement si le CDT coordonnait des actions de communication spécifiques. Cependant, les démarchages d'associations seraient l'action qu'ils favoriseraient.

Enfin, les professionnels interrogés ont affirmé leur intérêt pour une réunion annuelle d'informations sur le label Tourisme et Handicap, ainsi que pour une enquête de satisfaction plus poussée en 2012.

Nous vous présentons ici les tris croisés. Nous avons décidé de les intégrer directement au rapport car il nous semble qu'ils sont intéressants et significatifs.

**Comment avez-vous ressenti cette démarche de labellisation ?  
De quel accompagnement technique avez-vous bénéficié pour obtenir le label ?**

	rapide et simple		longue et complexe		beaucoup de démarches mais bien encadrées		autre		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
technicien du CDT	9	32,1%	2	7,1%	13	46,4%	4	14,3%	28	100,0%
architecte	6	42,9%	2	14,3%	6	42,9%	0	0,0%	14	100,0%
organisme de certification (APAVE, SOCOTEC, ...)	1	25,0%	0	0,0%	3	75,0%	0	0,0%	4	100,0%
autre	1	11,1%	5	55,6%	1	11,1%	2	22,2%	9	100,0%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>30,9%</b>	<b>9</b>	<b>16,4%</b>	<b>23</b>	<b>41,8%</b>	<b>6</b>	<b>10,9%</b>	<b>55</b>	

46% des professionnels ayant été accompagnés par un technicien du CDT estiment qu'il y a eu beaucoup de démarches afin d'obtenir le label, mais qu'elles étaient bien encadrées. 32% ont trouvé que la démarche de labellisation a été rapide et simple et enfin seulement 7% l'ont vécue comme une démarche longue et complexe. On remarque donc que pour 78% des établissements accompagnés par un technicien du CDT leur démarche de labellisation n'a rencontré aucune difficulté.

L'accompagnement d'un architecte a permis à 43% des établissements que la démarche de labellisation soit rapide et simple et à 43% d'être bien encadrés malgré beaucoup de démarches. Enfin pour 14% d'entre eux, la démarche fut longue et complexe. On remarque donc que pour 86% des établissements suivis par un architecte, ce dernier leur a permis de mieux gérer leur labellisation.

Les professionnels accompagnés par un organisme de certification tel que l'APAVE ou la SOCOTEC ont, pour 75% d'entre eux, estimé qu'il y avait beaucoup de démarches mais qu'elles étaient bien encadrées, tandis que 25% ont trouvé la démarche de labellisation rapide et simple. Aucun d'entre eux n'a vécu la démarche de labellisation comme une période longue et complexe. Effectivement, la SOCOTEC et l'APAVE étant des organismes certifiés pour cet accompagnement, ces résultats semblent évidents.

Enfin pour ceux ayant été accompagnés par un intervenant autre que ceux cités précédemment, la démarche de labellisation fut longue et complexe pour 56% d'entre eux, rapide et simple pour 11% et beaucoup de démarches mais bien encadrées pour 11%. En

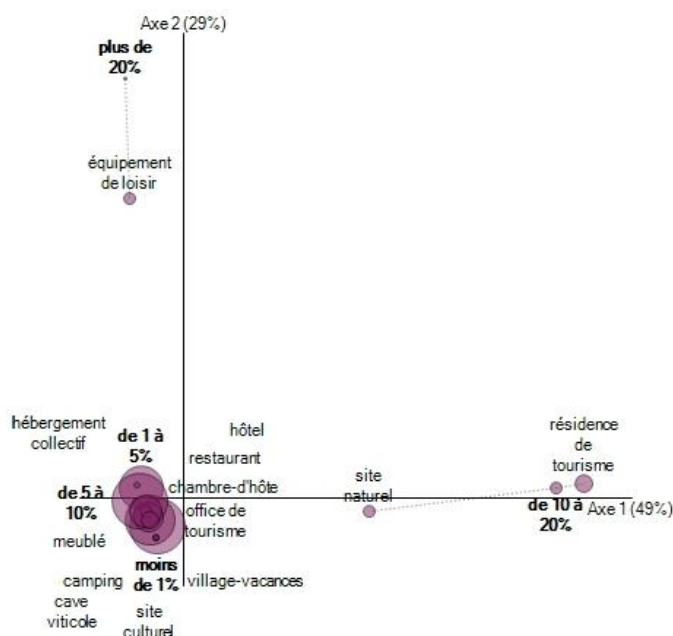
effet, on peut imaginer que s'ils n'ont pas été accompagnés par un professionnel ils ont pu rencontrer plus de difficultés au cours de leur démarche de labellisation.

Si le CDT coordonnait des actions de communication spécifiques, seriez-vous prêts à participer financièrement ?  
Hormis le label Tourisme et Handicap, réalisez-vous des actions de communication spécifiques à la clientèle en situation d'handicap ?

	oui (Si le CDT coordonnait des actions de communication spécifiques, seriez-vous prêts à participer financièrement ?)		non (Si le CDT coordonnait des actions de communication spécifiques, seriez-vous prêts à participer financièrement ?)		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
oui (Hormis le label Tourisme et Handicap, réalisez-vous des actions de communication spécifiques à la clientèle en situation d'handicap ?)	6	75,0%	2	25,0%	8	100,0%
non (Hormis le label Tourisme et Handicap, réalisez-vous des actions de communication spécifiques à la clientèle en situation d'handicap ?)	10	26,3%	28	73,7%	38	100,0%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>34,8%</b>	<b>30</b>	<b>65,2%</b>	<b>46</b>	

Sur 46 structures, seulement 35% seraient prêtes à participer financièrement. Globalement, les entreprises qui ne réalisent pas de communication spécifique à la clientèle en situation de handicap (c'est-à-dire 38 structures sur 48, soit 74%), ne souhaitent pas participer financièrement si le CDT coordonnait des actions de communication spécifiques. Pour la mineure partie (8 structures sur 46) qui réalise déjà des actions de communication spécifiques à la situation d'handicap, 75% d'entre elles seraient prêtes à financer plus de communication.

Selon vous, cette clientèle représente  
Quel est votre secteur d'activité principal ?



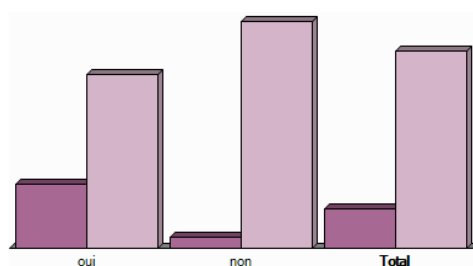
Les structures ont souvent du mal à quantifier leur clientèle. Pour 46% des structures interrogées, les personnes en situation de handicap représentent moins de 1% de leur



clientèle et pour 37% des structures la clientèle en situation de handicap représente de 1 à 5 % de la clientèle. Pour le reste des structures, elles sont peu nombreuses à excéder les 10%. En effet, il y a 3 résidences et 1 site naturel qui quantifient leur clientèle entre 10 et 20 % et seulement 1 équipement loisir dont la clientèle en situation de handicap excède les 20%. On peut supposer que les clients en situation de handicap préfèrent aller dans des lieux reposant et adapté, plutôt que dans des lieux trop touristiques comme les campings ou les villages-vacances.

**Travaillez-vous en partenariat avec ces professionnels pour développer cette clientèle ?**  
**Connaissez-vous d'autres professionnels labellisés Tourisme et Handicap dans votre secteur ?**

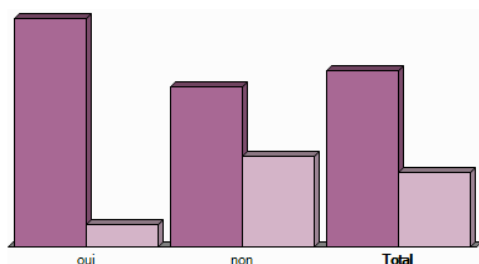
	oui (Travaillez-vous en partenariat avec ces professionnels pour développer cette clientèle ?)		non (Travaillez-vous en partenariat avec ces professionnels pour développer cette clientèle ?)		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
oui (Connaissez-vous d'autres professionnels labellisés Tourisme et Handicap dans votre secteur ?)	7	26,9%	19	73,1%	26	100,0%
non (Connaissez-vous d'autres professionnels labellisés Tourisme et Handicap dans votre secteur ?)	1	4,8%	20	95,2%	21	100,0%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>17,0%</b>	<b>39</b>	<b>83,0%</b>	<b>47</b>	



Avec ce croisement, nous souhaitons savoir si les propriétaires qui connaissent d'autres professionnels labellisés travaillent avec eux pour communiquer sur le label auprès des personnes en situation d'handicap et développer cette clientèle. Ici, on peut voir que 73% des personnes qui connaissent d'autres professionnels labellisés ne travaillent pas en collaboration avec eux. Ce résultat peut s'expliquer : la communication sur le label n'est pas, en général, un point important pour les établissements. En effet, cette clientèle représente un petit pourcentage de la clientèle globale et les investissements apportés pour améliorer l'accessibilité sont déjà très importants. De plus, les actions de communication menée par l'établissement sont plus « grand public » (guide, site internet, ...).

Seriez-vous intéressés par une réunion annuelle d'informations sur le label Tourisme et Handicap et les clientèles concernées ?  
Saviez-vous qu'à partir du 1er janvier 2012, le label est attribué pour au minimum deux formes de handicap ?

	oui (Seriez-vous intéressés par une réunion annuelle d'informations sur le label Tourisme et Handicap et les clientèles concernées ?)		non (Seriez-vous intéressés par une réunion annuelle d'informations sur le label Tourisme et Handicap et les clientèles concernées ?)		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
oui (Saviez-vous qu'à partir du 1er janvier 2012, le label est attribué pour au minimum deux formes de handicap ?)	10	90,9%	1	9,1%	11	100,0%
non (Saviez-vous qu'à partir du 1er janvier 2012, le label est attribué pour au minimum deux formes de handicap ?)	23	63,9%	13	36,1%	36	100,0%
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>70,2%</b>	<b>14</b>	<b>29,8%</b>	<b>47</b>	



Grâce aux tris à plat, nous avons remarqué qu'énormément d'établissements interrogés ne sont pas au courant qu'à partir du 1 janvier 2012 le label est attribué pour au minimum deux formes de handicap. Alors, nous avons croisé

cette information avec la question qui demandait si les professionnels étaient intéressés par une réunion annuelle d'informations. Le but de ce croisement est de savoir si le manque d'information sur cette nouvelle réglementation venait du CDT ou si les professionnels ne se tenaient pas au courant des nouvelles dispositions. Or nous voyons que :

- 90% des personnes qui sont au courant cette réglementation, sont intéressés par une réunion annuelle d'informations organisés par le CDT.

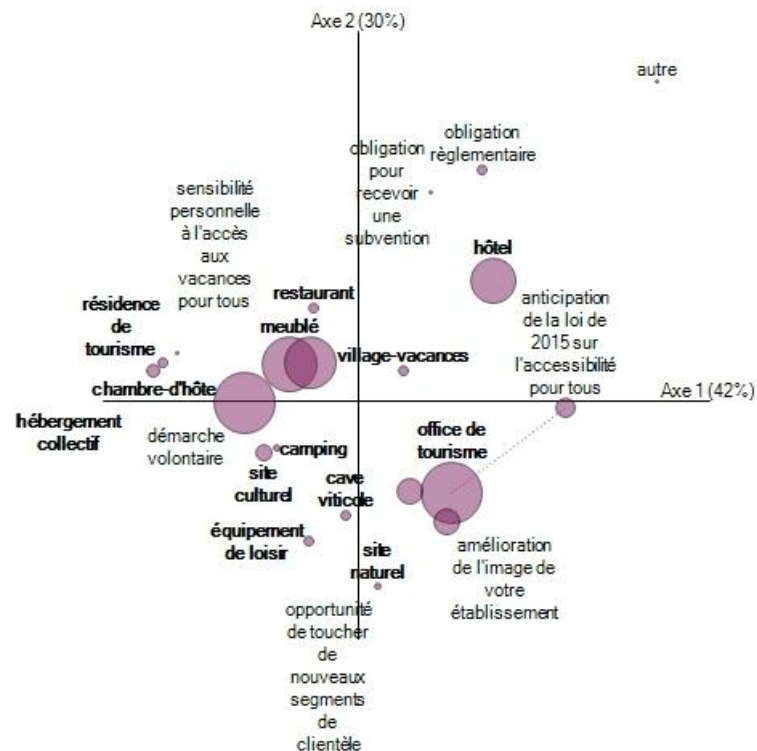
- Environ 50% des personnes qui ne sont pas au courant de la nouvelle disposition ne souhaitent pas de réunion annuelle.

- 50% trouvent intéressant de participer à cette réunion.

Donc, on peut conclure que le manque d'information ne vient pas du CDT mais plus des professionnels qui ne perçoivent pas toujours l'information émise par le CDT.

Quel est votre secteur d'activité principal ?

Quelles étaient vos motivations pour faire labelliser votre établissement ?



Il est possible d'établir un lien entre l'activité principale de l'établissement et la motivation à le faire labelliser. En effet, lorsqu'on établit un tri croisé, on remarque que les restaurants, les meublés, les chambres d'hôte, les résidences de tourisme et les hébergements collectifs sont à la fois portés sur une démarche volontaire et sensibles à l'accès aux vacances pour tous. Leur clientèle doit donc déjà être conséquente et leurs besoins financiers assez faibles. Certains établissements ont fait cette démarche volontairement également, mais aussi dans l'objectif de toucher de nouveaux segments de clientèle : les campings, les sites culturels, les caves viticoles et les équipements de loisirs. Ils ont apparemment besoin de diversifier leur clientèle malgré un certain confort financier. Afin de toucher de nouveaux segments de clientèle, mais également pour améliorer leur image, ce sont les sites naturels et les offices de tourisme qui se sont fait labelliser. Ceux-ci s'appuieraient donc sur leur image afin d'attirer de nouveaux clients. Certains de ces derniers ont par ailleurs souhaité anticiper la loi de 2015 sur l'accessibilité pour tous, tout comme les villages de vacances et les hôtels, qui ont aussi vu à travers la labellisation une obligation réglementaire et un impératif pour recevoir une subvention. En effet, la mise aux normes face à la loi et à la réglementation en matière de sécurité et d'accessibilité peut-être

très contraignante pour certains établissements, notamment d'un point de vue financier, d'où un besoin indéniable de subvention. La motivation des établissements labellisés à obtenir le label Tourisme et Handicap est donc en partie liée à leur activité principale.

Saviez-vous qu'à partir du 1er janvier 2012, le label est attribué pour au minimum deux formes de handicap ?  
Serez-vous intéressés par une réunion annuelle d'informations sur le label Tourisme et Handicap et les clientèles concernées ?

	oui (Saviez-vous qu'à partir du 1er janvier 2012, le label est attribué pour au minimum deux formes de handicap ?)		non (Saviez-vous qu'à partir du 1er janvier 2012, le label est attribué pour au minimum deux formes de handicap ?)		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
oui (Serez-vous intéressés par une réunion annuelle d'informations sur le label Tourisme et Handicap et les clientèles concernées ?)	9	28,1%	23	71,9%	32	100,0%
non (Serez-vous intéressés par une réunion annuelle d'informations sur le label Tourisme et Handicap et les clientèles concernées ?)	1	7,1%	13	92,9%	14	100,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>21,7%</b>	<b>36</b>	<b>78,3%</b>	<b>46</b>	

Sur cette analyse, on se rend compte que les personnes qui ne connaissent pas les nouvelles dispositions du label ne sont pas intéressées par une réunion d'informations sur le label. Ici, on peut remettre en question le manque d'information de la part du CDT vis-à-vis des établissements labellisés.

Si le CDT coordonnait des actions de communication spécifiques, seriez-vous prêts à participer financièrement ?  
Hormis le label Tourisme et Handicap, réalisez-vous des actions de communication spécifiques à la clientèle en situation d'handicap ?

	oui (Si le CDT coordonnait des actions de communication spécifiques, seriez-vous prêts à participer financièrement ?)		non (Si le CDT coordonnait des actions de communication spécifiques, seriez-vous prêts à participer financièrement ?)		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
oui (Hormis le label Tourisme et Handicap, réalisez-vous des actions de communication spécifiques à la clientèle en situation d'handicap ?)	6	75,0%	2	25,0%	8	100,0%
non (Hormis le label Tourisme et Handicap, réalisez-vous des actions de communication spécifiques à la clientèle en situation d'handicap ?)	10	26,3%	28	73,7%	38	100,0%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>34,8%</b>	<b>30</b>	<b>65,2%</b>	<b>46</b>	

On se rend compte que les personnes qui ne réalisent pas d'actions de communication spécifiques à la clientèle en situation de handicap ne sont pas prêtes à participer financièrement à de nouvelles actions. Et au contraire, les personnes intéressées font souvent leur propre communication. On voit donc que l'implication dans la communication vient de la sensibilisation à cette cause.



## Conclusion

Le projet tuteuré qui a donné naissance en 2011 à une collaboration entre le CDT et le département Techniques de Commercialisation de l'IUT de Bayonne a favorablement abouti dans l'ensemble. En effet, l'étude de satisfaction réalisée sur les structures touristiques du Béarn-Pays Basque labellisées « Tourisme et Handicap » s'est avérée être une source précieuse d'informations et d'apprentissage, ainsi que de mise en pratique de connaissances.

D'une part, le projet a permis au CDT, et à Armelle Cazal en particulier, de profiter d'une aide externe à la réalisation de l'étude qui l'intéressait. D'autre part, nous avons pu bénéficier des apports d'une telle expérience. A travers ce projet tuteuré, nous avons en effet pu mettre en pratique certaines connaissances acquises au cours de notre formation en Techniques de Commercialisation (des enseignements d'informatique et de phoning en négociation commerciale notamment). Par ailleurs, le projet nous a donné l'occasion d'expérimenter une organisation plus poussée ainsi qu'un travail d'équipe mieux appréhendé. En effet, après l'expérience de l'an passé, nous avons pu nous améliorer sur ces points.

En ce qui concerne ce projet tuteuré, arrivé à son terme, nous pouvons retenir trois principales tendances et pistes à explorer. Les professionnels du tourisme labellisés « Tourisme et Handicap » du Béarn et du Pays Basque souhaitent que le CDT communique davantage sur la labellisation auprès du public. Ils espèrent une communication décentralisée entre professionnels et institutions (exporter les informations propres aux professionnels du tourisme hors des murs de Bayonne), et sont majoritairement prêts à participer à une enquête de satisfaction plus approfondie en 2012.



## ANNEXES

<i>Annexe 1: Questionnaire final sous Sphinx online</i>	<i>1</i>
<i>Annexe 2: Le questionnaire Clientèle</i>	<i>4</i>
<i>Annexe 3: Analyses tris à plat</i>	<i>5</i>
<i>Annexe 4: Le planning</i>	<i>14</i>

## Annexe 1: Questionnaire final sous sphinx online

VIP - SphinxOnline

Page 1 sur 5



COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME BEARN-PAYS BASQUE

Le label Tourisme et Handicap et vous



Avec 109 structures labellisées, notre département se place maintenant au 5<sup>e</sup> rang national pour le label Tourisme et Handicap.

Il nous semble primordial de connaître l'impact de cette démarche sur votre établissement afin d'envisager des actions en matière de promotion et de commercialisation en direction des clientèles en situation d'handicap.

Dans ce cadre, le Comité départemental du tourisme Béarn Pays basque confie à un groupe d'étudiantes en Techniques de Commercialisation de l'IUT de Bayonne la réalisation d'une enquête auprès des structures de tourisme et de loisirs labellisées Tourisme et Handicap.

Les résultats de cette étude vous seront communiqués, notamment via la newsletter professionnelle du CDT (<http://pro.tourisme64.com/newsletter/register>).

Comptant sur votre collaboration, nous vous remercions de bien vouloir répondre au questionnaire ci-après.

En quelle année, votre établissement a-t-il été labellisé Tourisme et Handicap ?

Pour quel handicap êtes-vous labellisé ?

 auditif

 mental

 moteur

 visuel

### Votre clientèle

Réussissez-vous à identifier la part de personnes en situation de handicap au sein de votre clientèle ?

 oui, handicap moteur

 oui, handicap auditif

 non

 oui, handicap visuel

 oui, handicap mental

Selon vous, cette clientèle représente :

 moins de 1%

 de 5 à 10%

 plus de 20%

 de 1 à 5%

 de 10 à 20%

Si plus de 20%, merci de préciser

Estimez-vous que les investissements liés à la mise en accessibilité soient rentables ?

 oui

 non, je suis déçu(e)

 non, mais ce n'était pas le but

Estimez-vous que la typologie de la clientèle en situation de handicap est similaire à l'ensemble de votre clientèle ? (âge, CSP, origine...)

 oui

 non

Est-elle similaire en terme de provenance géographique ?

 oui

 non

Si oui, préciser

Est-elle similaire en terme d'âge ?

 oui

 non

Si non, préciser

Autre différence, merci de préciser

La clientèle en situation de handicap vous semble-t-elle en augmentation depuis l'obtention du label Tourisme et Handicap ?

<http://vip.sphinxonline.net/2cdt64/tourismhandicapquest/tourismhandicapquest.que?q...> 16/02/2012

oui       non       ne sais pas

### La démarche de labellisation

Quelles étaient vos motivations pour faire labelliser votre établissement ?

- amélioration de l'image de votre établissement   
  opportunité de toucher de nouveaux segments de clientèle   
  démarche volontaire   
  sensibilité personnelle à l'accès aux vacances pour tous  
 obligation réglementaire   
  obligation pour recevoir une subvention   
 anticipation de la loi de 2015 sur l'accessibilité pour tous   
 autre

Autre, préciser

De quel accompagnement technique avez-vous bénéficié pour obtenir le label ?

- technicien du CDT   
 architecte   
 organisme de certification (APAVE, SOCOTEC, ...)   
 autre

Autre, préciser

Comment avez-vous ressenti cette démarche de labellisation ?

- rapide et simple   
 longue et complexe   
 beaucoup de démarches mais bien encadrées   
 autre

Autre, préciser

Si vous avez été accompagné par un architecte ou un autre maître d'oeuvre, pouvez-vous nous indiquer son nom et sa ville d'implantation ?

Avez-vous été satisfait de cet accompagnement ?

- Très satisfait   
 satisfait   
 peu satisfait   
 pas du tout satisfait

Pourquoi ?

Avez-vous bénéficié d'une subvention dans le cadre de cette mise en accessibilité ? (conseil général, conseil régional, fonds européens)

- oui   
 non

### La communication

Affichez-vous le logo du label Tourisme et Handicap ? (cocher si vous l'affichez sur ce support-là)

- panneau officiel   
 prospectus publicitaires   
 non, je ne l'affiche pas  
 votre site internet   
 autre support publicitaire

Si vous n'affichez pas le panneau officiel, pouvez-vous nous dire pourquoi ?

- trop cher (150€)   
 manque d'informations   
 autre  
 crainte d'une mauvaise perception par les autres cibles de clientèle   
 je n'y pense pas

Autre, préciser

Vous n'utilisez pas le logo du label Tourisme et Handicap sur votre site internet, pourquoi ?

- crainte d'une mauvaise perception par les autres cibles de clientèle   
 manque d'information   
 je n'y pense pas   
 autre

Autre, préciser



Souhaitez-vous recevoir le pictogramme du logo Tourisme et Handicap ?

oui  non

Hormis le label Tourisme et Handicap, réalisez-vous des actions de communication spécifiques à la clientèle en situation d'handicap ?

oui  non

Si oui, lesquelles ?

Salons spécifiques (autonomic...)  
 démarchage d'associations  actions vers la presse  
 référencement internet sur des sites dédiés  pages dédiées sur votre site internet  autres

Autre, préciser

Avez-vous des retours intéressants de ces actions ?

oui  non

Pourquoi ?

Connaissez-vous d'autres professionnels labellisés Tourisme et Handicap dans votre secteur ?

oui  non

Travaillez-vous en partenariat avec ces professionnels pour développer cette clientèle ?

oui  non

Le CDT communique et informe sur le label et vers les clientèles en situation de handicap, connaissez-vous ?

Les pages dédiées à cette clientèle de notre site grand public  la rubrique consacrée au label dans notre newsletter professionnelle mensuelle  les pages informatives sur notre site professionnel  non, je ne connais pas

Si le CDT coordonnait des actions de communication spécifiques, seriez-vous prêts à participer financièrement ?

oui  non

Quelles actions vous sembleraient les plus intéressantes ?

salons  actions presse  démarchage d'associations  
 référencement web  publicité dans la presse ou sur des sites web spécialisés

Seriez-vous intéressés par une réunion annuelle d'informations sur le label Tourisme et Handicap et les clientèles concernées ?

oui  non

Saviez-vous qu'à partir du 1er janvier 2012, le label est attribué pour au minimum deux formes de handicap ?

oui  non

Afin de mieux connaître cette clientèle et de mieux coordonner nos actions, accepteriez-vous de participer à une étude de cette clientèle en 2012 ?

oui  non

Quelles sont vos autres attentes vis à vis du CDT ?

Quel est le nom de votre établissement ?

En quelle année a-t-il ouvert ?

avant 1980  1990-2000  2008-2010  
 1980-1990  2000-2007

## Annexe 2: Le questionnaire Clientèle

### Questionnaire Clientèle

Mesure de l'impact du label sur la fréquentation de l'établissement et de la satisfaction du client en situation d'handicap.

1. La labellisation vous a-t-elle incité à choisir cet établissement ?

- oui  non

La réponse est obligatoire.

2. Si oui, comment avez vous eu connaissance de cette labellisation?

- Publicité  Bouche à oreille  Guide  Recherche personnelle  Signalétique  Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (5 au maximum).

La réponse est obligatoire.

3. Si 'Autre', précisez :

4. Quelle est la fréquence de vos séjours dans cet établissement ?

- Exceptionnellement (première fois que vous venez)  Fréquemment (au moins deux fois par ans)  
 Régulièrement (chaque année)

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

La réponse est obligatoire.

5. Avez-vous été satisfait de votre séjour dans cet établissement ?

- Pas du tout satisfait  Plutôt pas satisfait  Plutôt satisfait  Tout à fait satisfait

La réponse est obligatoire.

6. Qu'est-ce qui vous a satisfait ?

- L'accueil  Les structures adaptées  Les services associés  Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

7. Si Autre, précisez :

8. Qu'est ce qui vous a déplu?

9. Quel est votre handicap ?

- Moteur  Auditif  Visuel  Mental

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

La réponse est obligatoire.

10. Êtes-vous accompagné ?

- Oui  Non

La réponse est obligatoire.

11. Si oui, par qui ?

- Votre conjoint  Des membres de votre famille  Des amis  Une auxiliaire de vie sociale

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

12. Êtes-vous :

- Une femme  Un homme

La réponse est obligatoire.

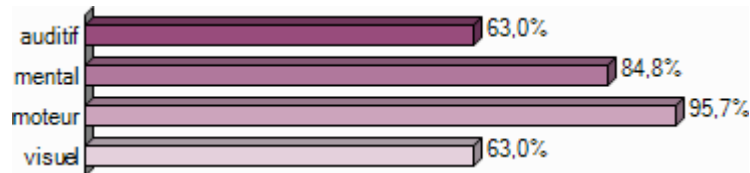
13. Dans quelle tranche d'âge vous situez vous ?

- 15-25 ans  25-35ans  35-45ans  45-55ans  55 et plus

La réponse est obligatoire.

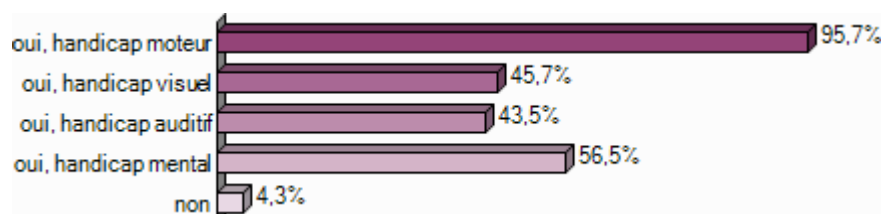
## Annexe 3: Analyses tris à plat

### Pour quel handicap êtes-vous labellisé ?

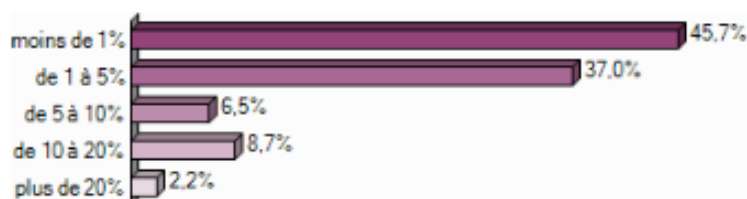


Parmi les répondants au questionnaire, la grande majorité sont évidemment labellisés pour le handicap moteur (95% des individus ayant répondu). Les établissements labellisés pour le handicap mental sont également très représentés : 84% des établissements répondants sont labellisés pour ce handicap. Malgré ce résultat, les normes conformes à l'accueil de personnes en situation de handicap mental restent incontournables : par exemple, la personne en situation de handicap mental ne peut pas observer son reflet dans un miroir partagé en plusieurs parties (mise aux normes des sanitaires), il faut que les plats du restaurant soient représentés par une image et non pas seulement posés à l'écrit, etc. Enfin les personnes en situation de handicap mental et moteur étant les plus nombreuses, ce seront elles qui fréquenteront le plus les établissements. Enfin, les établissements labellisés pour les handicaps auditif et visuel sont également représentés à 63% chacun.

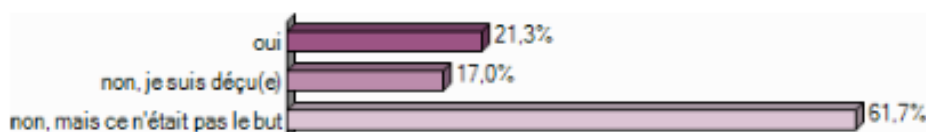
### Réussissez- vous à identifier la part de personnes en situation de handicap au sein de votre clientèle ?



Cependant, la quasi-totalité, 96%, parvient clairement à différencier leur clientèle en situation de handicap moteur du reste de leur clientèle. En effet, la plupart étant en fauteuil roulant il est simple de les identifier. Il ressort de cette enquête que le handicap mental est détecté par un peu plus de la moitié des répondants (56,5%), alors qu'un peu moins de la moitié (45,7% et 43,5% respectivement) parvient à distinguer leur clientèle en situation de handicap visuel ou auditif du reste de leur clientèle.

**Selon vous, cette clientèle représente :**

Pour 46% des établissements interrogés, la clientèle en situation d'handicap représente moins de 1% de leur clientèle et pour 37 % d'entre eux, les personnes en situation d'handicap représentent entre 1 et 5%. Pour certains établissements (8 sur 46) la part de personnes en situation de handicap représente plus de 5% de la clientèle globale mais cela reste un phénomène très rare. Ce résultat s'explique, d'une part, par l'obtention du label plus ou moins récent, d'autre part par une loi tardive sur l'accessibilité pour tous (2015).

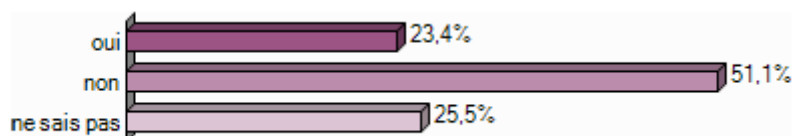
**Estimez-vous que les investissements liés à la mise en accessibilité soient rentables ?**

Seulement 21% des structures labélisées estiment que la mise en accessibilité soit rentable contre 78%. Mais pour 61% d'entre eux, ce n'était pas le but (ils l'ont fait plutôt volontairement ou par anticipation à la loi de 2015).

**Estimez-vous que la typologie de la clientèle en situation de handicap soit similaire à l'ensemble de votre clientèle ?**

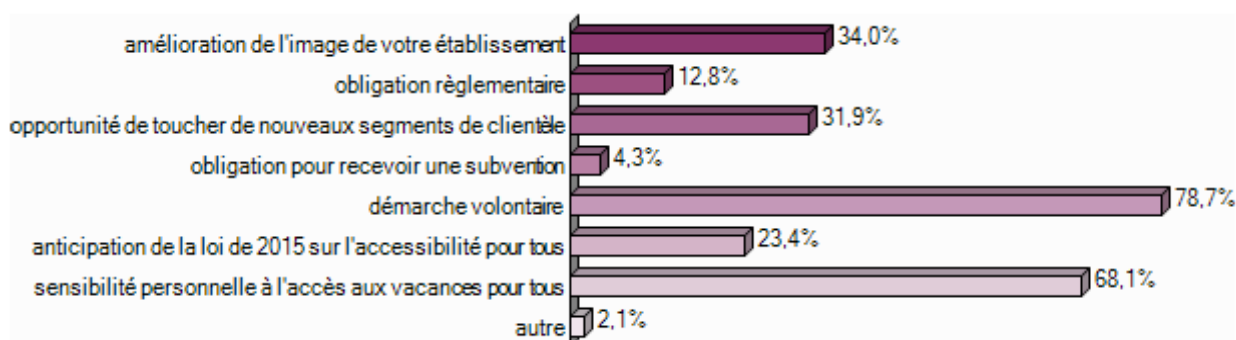
On s'aperçoit que 93% des structures estiment que la typologie de leur clientèle en situation de handicap est similaire à l'ensemble de leur clientèle. En effet, tout le monde peut être concerné par le handicap, quel que soit son âge, sa catégorie socioprofessionnelle ou bien son origine géographique. Il n'y a donc pas de différence concernant cette variable.

### Augmentation de la clientèle ?



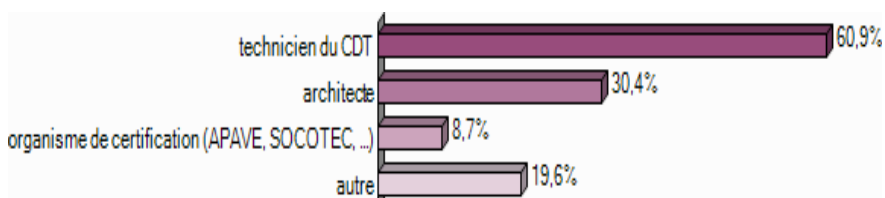
On constate que plus de 70% des établissements n'ont pas réellement senti une augmentation de la clientèle en situation de handicap. Effectivement, d'une part la fréquentation de cette clientèle est moindre (une moyenne de 3 par ans), d'autre part, les établissements étant labellisés depuis peu n'ont pas su se rendre compte d'une possible augmentation.

### Motivations pour la labellisation ?



La première motivation pour labelliser une structure provient d'une démarche volontaire de la part du propriétaire (78%). Souvent, il est touché par le handicap ou en a connu dans sa vie familiale. Ensuite, 67% veulent l'accessibilité à tous aux vacances. Ils souhaitent permettre à cette clientèle de bénéficier des mêmes prestations que les autres.

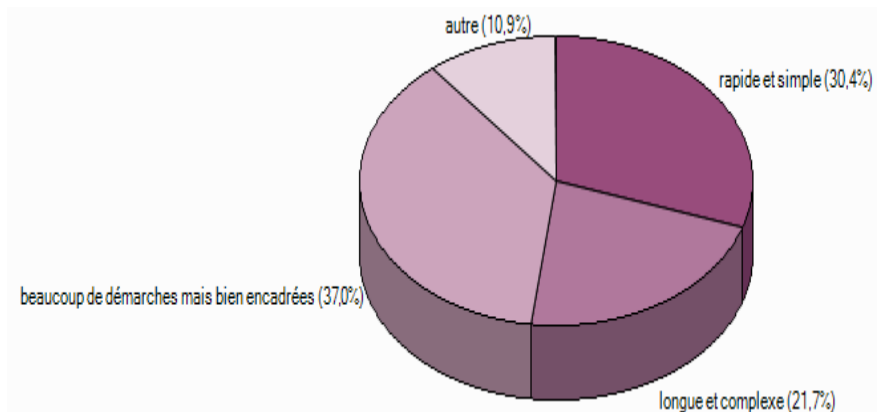
### De quel accompagnement technique avez-vous bénéficié pour obtenir le label ?



La majorité des établissements ayant répondu au questionnaire ont été accompagnés dans leur démarche de labellisation par un technicien du Comité Départemental du Tourisme (CDT) (60%). Le recours à un architecte est aussi une solution privilégiée (30%). Les

établissements concernés ont utilisés l'aide d'un architecte lors de rénovation ce qui explique donc leur présence pour la démarche de labellisation. Très peu de structures ont bénéficié de l'aide d'organismes de certification tels que l'APAVE, le SOCOTEC (seulement 8% des professionnels répondants). Enfin, 19% des professionnels qui ont répondu au questionnaire ont profité d'autres accompagnements techniques au cours de leur démarche de labellisation.

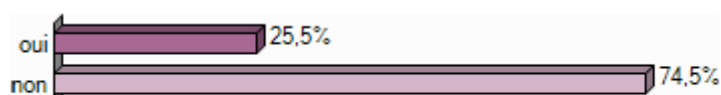
### Comment avez-vous ressenti cette démarche de labellisation ?



La plus grande partie des professionnels ayant obtenu le label Tourisme et Handicap et ayant répondu à notre questionnaire ont estimé que cette labellisation requiert beaucoup de démarches, qui se révèlent cependant bien encadrées (37% d'entre eux). Néanmoins, presque la même part de ces individus (30,4%) estime au contraire que la démarche de labellisation Tourisme et Handicap a été rapide et simple. A l'inverse, pour 21,7% des établissements labellisés et ayant répondu à notre questionnaire, la démarche de labellisation Tourisme et Handicap s'est révélée longue et complexe. On doit pouvoir expliquer ces divergences dans le ressenti de la démarche de labellisation par la motivation des professionnels d'une part. Par ailleurs, on peut supposer que le ressenti de la démarche dépend également de l'importance des travaux à effectuer afin de mettre l'établissement aux normes : un établissement récent, ayant anticipé sur les obligations légales à venir sur l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap à leur établissement, subira moins de contraintes lors de l'aménagement et des travaux en vue de l'obtention du label Tourisme et Handicap. Il percevra alors la démarche de labellisation comme rapide et simple. Au contraire, un établissement ancien et défectueux en terme de normes d'accessibilité, contraint alors à de grands travaux ainsi qu'à un investissement financier important,

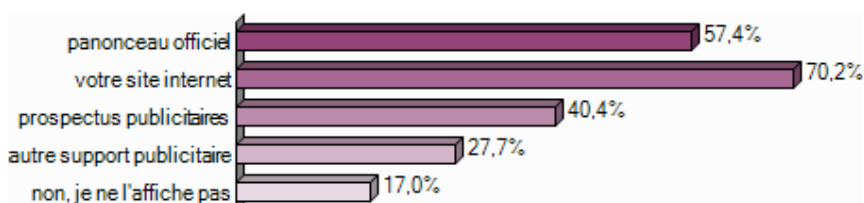
ressentira davantage la démarche comme longue et complexe, ou au moins nécessitant beaucoup de démarches en dépit d'un bon encadrement. Le ressenti de la démarche de labellisation par les différents individus répondants est donc très partagé car il est lié aux spécificités de chaque établissement. D'ailleurs, 10,9% d'entre eux n'ont pas ressenti la démarche comme rapide et simple, ni comme longue et complexe, ni comme nécessitant beaucoup de démarches pour un bon encadrement.

### **Avez-vous bénéficié d'une subvention ?**



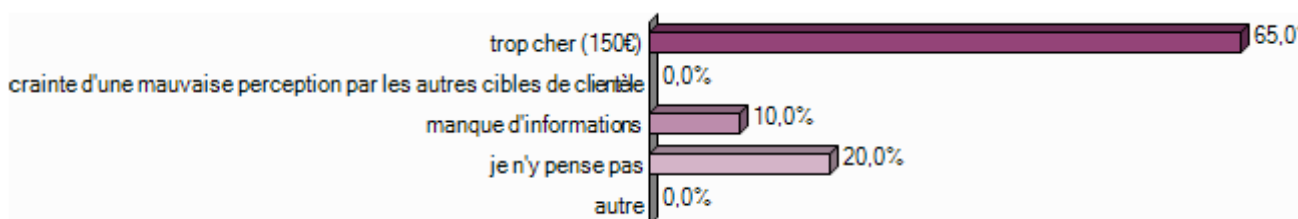
Seuls 26% des établissements ayant répondu au questionnaire ont bénéficiés d'une subvention dans le cadre de la mise en accessibilité de leurs locaux. On constate donc que pour 74% des professionnels, l'objectif de la mise en accessibilité de leur établissement n'était pas directement lié à l'obtention d'une subvention ou qu'ils manquaient tout simplement d'informations.

### **Affichez-vous le logo du label Tourisme et Handicap ?**



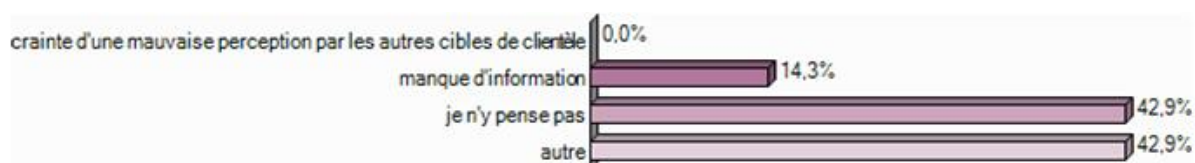
Le support le plus utilisé afin de communiquer sur leur labellisation Tourisme et Handicap est le site internet propre aux établissements avec 70% des professionnels qui déclarent y afficher le logo. Suivis de 56% qui utilisent le panonceau officiel affiché à l'entrée de l'établissement. Enfin, un peu moins de la moitié des établissements interrogés (soit 41%) affichent le logo du label sur leurs prospectus publicitaires et 28% sur d'autres supports publicitaires. Au total 17% des infrastructures ayant répondues au questionnaire n'affichent pas le logo du label Tourisme et Handicap.

### **Si vous n'affichez pas le panonceau officiel, pouvez vous nous dire pourquoi ?**



Seuls 20 établissements ont répondu à cette question. Pour 65% d'entre eux n'affichent pas le panneau officiel car son coût est trop élevé (150€) ou car ils n'y ont jamais pensé (20%). Enfin, pour 10% d'entre eux cela est dû à un manque d'informations.

### **Vous n'utilisez pas le logo du label Tourisme et Handicap sur votre site internet, pourquoi ?**



Au vu des résultats, la crainte d'une mauvaise perception par les autres cibles de clientèle ne joue pas sur l'utilisation du logo. La principale cause semble être un oubli de la part des gérants. Il y a d'autres raisons pour ne pas l'afficher sur le site internet (l'utilisation du logo handicap semble être plus connu et mieux compris de la clientèle).

### **Actions de communication spécifique à cette clientèle ?**



Au vu des résultats, on se rend compte que la majorité ne réalise pas d'actions de communication pour cette clientèle, elle ne sait peut-être pas comment s'y prendre et n'en voit pas l'intérêt. On s'aperçoit que les personnes qui réalisent des actions de communication réalisent des actions vers la presse et des démarches d'associations entre établissements.

### **Connaissez-vous d'autres professionnels labellisés Tourisme et Handicap dans votre secteur ?**





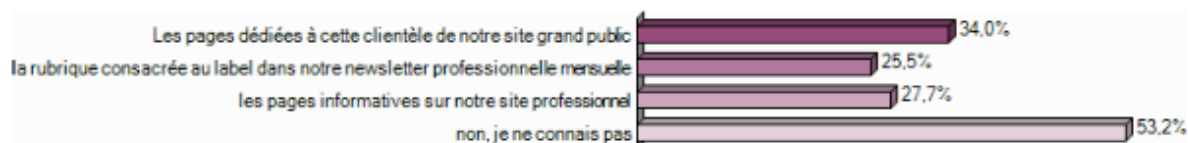
On voit que 55% contre 44% des établissements, disent connaître d'autres professionnels labellisés Tourisme et handicap.

#### **Travaillez-vous en partenariat avec ces professionnels pour développer cette clientèle ?**



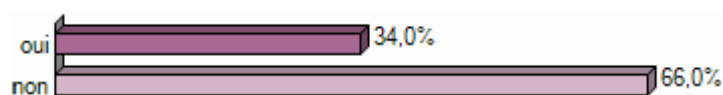
Sur 55% des établissements connaissant d'autres professionnels labellisés, seulement 17% travaillent en partenariat avec eux. Soit 8 hôtels sur 26.

#### **Le CDT communique et informe sur le label et vers les clientèles en situation de handicap, connaissez-vous ?**



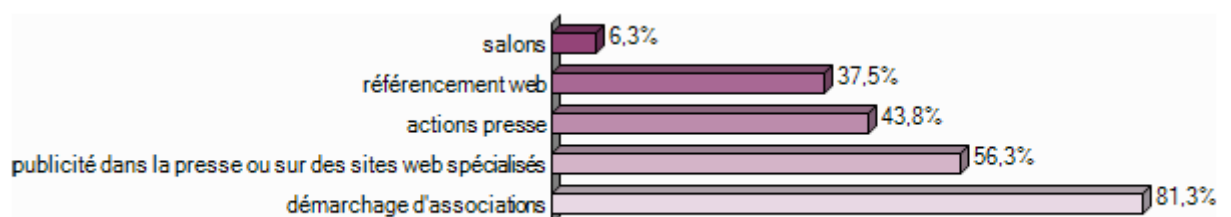
Sur toutes les structures labellisées, plus de la moitié ne connaissent pas les actions de communication du CDT faites envers les personnes en situation de handicap. En effet, elles représentent 53% de la population. Pour ceux qui connaissent, les moyens de communication les plus connus sont les pages dédiées à la clientèle en situation de handicap sur le site grand public du CDT, suivi des pages informatives sur le site professionnel, puis de la rubrique consacrée au label dans la newsletter professionnelle mensuelle du CDT. Internet reste donc le moyen de communication qui s'avère le plus efficace, mais aussi le plus interactif.

#### **Si le CDT coordonnait des actions de communications spécifiques seriez-vous prêts à participer financièrement ?**



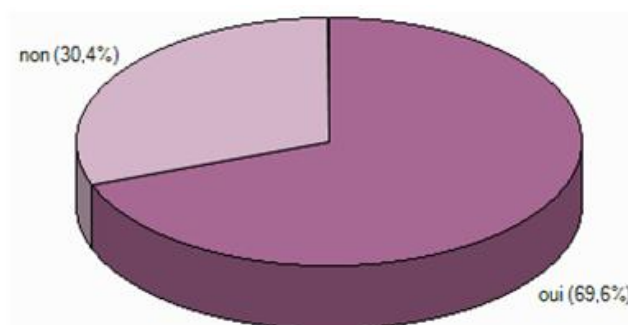
Concernant la participation financière à une éventuelle action de communication coordonnée par le Comité Départemental du Tourisme, seul 35% des établissements y sont favorable. Effectivement, pour la majorité des infrastructures ayant répondues au questionnaire, soit 65% d'entre elles, financer des actions de communication par le biais du CDT ne les intéresse pas. La démarche de labellisation engendrant un investissement financier important, ils ne sont donc pas prêts à continuer des dépenses concernant le label Tourisme et Handicap.

### Quelles actions vous sembleraient les plus intéressantes ?



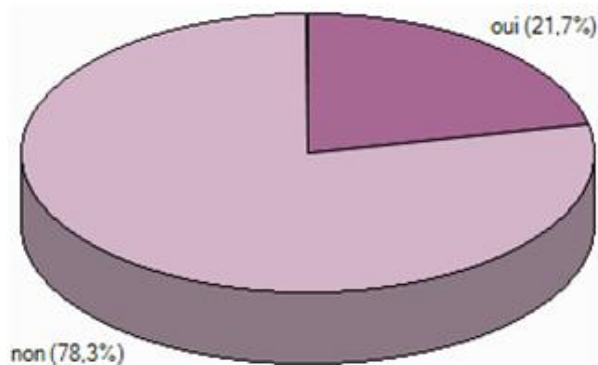
La quasi-totalité d'entre eux (81%) sont intéressés par des démarchages d'associations (effectivement cela leur permettrait probablement de mieux cibler la clientèle en situation de handicap). 56% sont intéressés par l'affichage de publicité dans la presse ou sur des sites web spécialisés, 44% par des actions de presse, 38% par des référencements web et enfin seuls 6% serait intéressé par la participation à des salons (le fait qu'une seule personne soit intéressée par ce mode de communication provient probablement du temps et du coût demandé pour une telle opération de communication).

### Seriez-vous intéressés par une réunion annuelle d'informations sur le label Tourisme et Handicap et les clientèles concernées ?



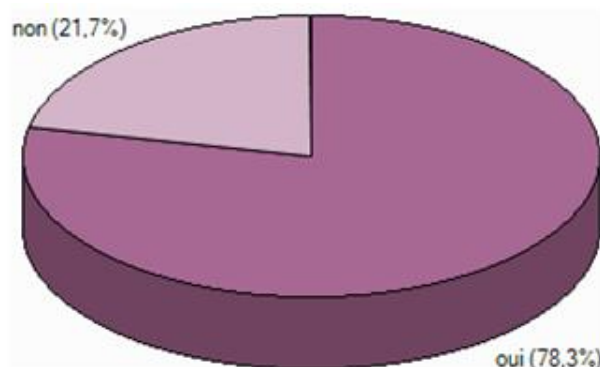
Les établissements semblent intéressés pour une réunion annuelle d'informations. Après le déplacement au CDT sera peut être compliqué pour certains établissements aux vus de leur situation géographique et de l'emploi du temps des gérants.

**Etes-vous au courant qu'à partir du premier janvier 2012 le label serait attribué à deux handicaps minimum ?**



Les résultats montrent un manque de communication sur cette nouvelle réglementation puisque 80% des établissements n'étaient pas au courant que le label serait attribué pour au minimum deux formes de handicap.

**Afin de mieux connaître cette clientèle et de mieux coordonner nos actions, accepteriez-vous de participer à une étude de cette clientèle en 2012 ?**



Les établissements sont intéressés par une enquête plus approfondie en 2012. En effet, l'étude que nous avons établie a été bien acceptée. De plus, les propriétaires recherchent des informations sur la clientèle en situation de handicap et sur les effets de la labellisation.