

Tourisme accessible: un marché économique porteur, y compris pour les destinations de montagne

Le handicap touche plus de 80 millions de citoyens, soit 15% de la population, selon les chiffres de la Stratégie européenne en faveur des personnes handicapées. Le manque d'infrastructures et de services adaptés, tout comme le manque d'informations sur les lieux accessibles, reste encore aujourd'hui une barrière difficilement franchissable : les personnes handicapées ne peuvent pas voyager aussi souvent et aussi facilement qu'elles le souhaitent. En plus de contribuer à une avancée sociale, le tourisme accessible est une opportunité économique encore trop méconnue, y compris au sein des zones de montagne.

Le 6 juin 2014, la Commission européenne a organisé une conférence "Gare à l'obstacle du handicap! Repenser le tourisme accessible en Europe", portant sur l'accessibilité des zones touristiques. Cette conférence s'est appuyée sur l'étude "[Impact économique et habitudes de voyage en matière de tourisme accessible en Europe](#)" lancée par la Commission européenne. Elle permet de mieux comprendre la demande existante pour le tourisme accessible et montre dans quelle mesure c'est un marché sous-estimé qui va continuer de croître à l'avenir.

Le tourisme des personnes handicapées: un marché économique conséquent

Le manque d'infrastructures, de services et d'informations adaptés aux personnes handicapées les empêche souvent de voyager, ou en tous cas les limite considérablement. "[Impact économique et habitudes de voyage en matière de tourisme accessible en Europe](#)" est une recherche exhaustive menée au niveau européen par GfK Belgique, l'Université de Surrey, Neumann Consult et ProAsolutions. Elle démontre qu'au sein du secteur touristique, la demande d'infrastructures et de services accessibles est très forte. L'étude prouve aussi que le tourisme peut améliorer les revenus des opérateurs touristiques.

1. Un marché qui a des effets de levier.

L'étude révèle qu'en 2012, au sein de l'Union Européenne, la demande en tourisme accessible « par des personnes ayant des besoins particuliers était de 17,6 millions de voyages, dont 7,2 millions ont été effectués par des personnes handicapées et 10,4 millions par des personnes âgées ». En effet, les personnes nécessitant des infrastructures et des services spéciaux ne sont pas seulement handicapées mais sont aussi celles qui ont des difficultés à se déplacer, telles que les personnes âgées ou accidentées. De plus, les familles avec des jeunes enfants et des poussettes préféreront sans doute passer leurs vacances dans une destination accessible. « De manière générale la demande en tourisme accessible au sein des 27 Etats membres a engendré une contribution directe en faveur de l'économie européenne, estimée à environ 352 milliards d'euros en termes de production économique ou de chiffre d'affaire brut des prestataires de services liés au tourisme. (...) En prenant en compte les effets directs, indirects et induits, la demande en tourisme accessible au sein de l'Union européenne a généré un apport économique de 786 milliards d'euros en termes de production économique réelle et de 394 milliards d'euros en termes de PIB ».¹

Il est très important d'avoir une vision d'ensemble lorsque les personnes handicapées voyagent: si un restaurant est accessible mais que le musée voisin ne l'est pas, la destination pourrait ne pas s'avérer pertinente pour elles. Pourtant, d'après certains des sondages et analyses révélés par l'étude, plus il y a de services accessibles à disposition, plus les personnes handicapées seront enclines à voyager. Certaines ont également affirmé qu'elles augmenteraient leur budget si le tourisme était plus accessible, et 80% d'entre elles ont affirmé qu'elles retourneraient dans la même destination si elles sont satisfaites. L'impact économique serait également plus important si l'on prend en compte le fait que les personnes handicapées voyagent la plupart du temps accompagnées.

¹ [Impact économique et habitudes de voyage en matière d'accessibilité](#), de GfK Belgique, l'Université de Surrey, Neumann Consult and ProAsolutions, page 8.

Si l'on considère que les gens vont voyager de la même manière et autant qu'ils le font actuellement, et "en se basant sur la prévision de croissance de la population âgée et sur l'augmentation du nombre d'individus handicapés", «la demande en tourisme accessible au sein de l'Union Européenne va continuer de croître jusqu'à atteindre 862 millions de voyages par an d'ici 2020 ».

Les investissements faits dans l'accessibilité rapporteraient à trois niveaux différents :

- **les dépenses directes des touristes** : les services ou produits directement achetés par les voyageurs (hôtels, restaurants, musées) rapporteraient directement aux opérateurs touristiques
- cette demande d'accessibilité augmenterait le nombre de produits et services devant être fournis aux touristes. Par conséquent, les opérateurs touristiques devront davantage **interagir et faire de transactions économiques avec d'autres acteurs touristiques ou d'autres secteurs** : par exemple, les personnes handicapées préfèrent rester dans une ville où différents services, tels que des musées, des cafés ou des magasins, sont accessibles.
- Afin de faire face à cette demande grandissante, les opérateurs touristiques devraient embaucher plus. La **consommation de ces nouveaux employés du secteur touristique** contribuerait à la croissance économique de manière générale.

2. Un marché qui a besoin d'être encore renforcé

D'après Mme Séverine Guisset, de GFK, et Gang Li, Professeur à l'Université de Surrey (UK), bien que les acteurs touristiques soient tout à fait conscients que le tourisme accessible est une opportunité commerciale, ils font souvent face à un manque de coordination dans de nombreux domaines, particulièrement entre le secteur public et privé. Cela les empêche de développer des destinations touristiques pleinement accessibles. La communication est également sous-estimée : l'accessibilité est généralement perçue comme étant une caractéristique propre aux personnes handicapées et non un atout en termes de confort et de services et, par conséquent, n'est utilisé ni pour le marketing ni pour la publicité.

Comme l'a affirmé Mme Flavia Coccia, la Ministre italienne de la culture et du tourisme, les Etats membres ont vraiment travaillé pour essayer de régler la question de l'accessibilité. Cependant, ils doivent établir de meilleures stratégies sur la manière dont ils pourraient combler leurs lacunes, en échangeant des idées et des informations, en suivant de près et en rendant compte de leur travail auprès des opérateurs touristiques. Ces derniers doivent également être mieux informés de l'opportunité que représente ce marché. Il faudrait que les décideurs politiques les encouragent à investir dans l'accessibilité et les incitent à prendre en compte toutes les dimensions de l'accessibilité. La mise en réseau et les efforts de coordination sont importants, en particulier pour promouvoir des partenariats entre plusieurs secteurs.

3. Handicap et formation du personnel

Sophie Christofidou, Manager client de l'aéroport Hermes de Chypre, est en charge de l'accessibilité. Elle a mis en place un programme de formation au sein de deux aéroports. D'après son expérience, la consultation d'organisations de personnes handicapées est un élément crucial qui ne doit pas être négligé. Elles sont les seules aptes à apporter les connaissances nécessaires en la matière. Par ailleurs, le seul moyen de comprendre cet enjeu et de se mettre soi-même à la place d'une personne handicapée.

Former des milliers de personnes travaillant dans l'aéroport était loin d'être facile. Pour ce faire, les entreprises implantées dans l'aéroport ont délégué leur personnel de première ligne afin qu'ils soient formés. Ces employés ont ensuite été capables de former d'autres personnes réparties dans plusieurs groupes.

Au Portugal, une étude sur le tourisme inclusif a été menée par l'entreprise Perfil afin de mieux comprendre les dynamiques liées aux services d'hôtellerie pour les personnes handicapées. L'entreprise a élaboré un outil de formation permettant aux professionnels du tourisme d'accueillir les personnes ayant des besoins spécifiques. Cet outil de formation a été un succès et fut utilisé pour former à la fois les professionnels et les étudiants. Il a même été intégré au Catálogo Nacional de Qualificações (le Catalogue National de Qualifications), outil stratégique que le gouvernement portugais utilise pour gérer la formation professionnelle et scolaire des diplômés professionnels.

Cependant former du personnel n'est pas suffisant si les opérateurs touristiques ne sont pas conscients de l'importance du tourisme accessible. Ainsi, l'association de l'hôtellerie portugaise, Perfil et Turismo di Portugal ont animé des ateliers à travers tout le pays avec des étudiants et des professionnels, afin à la fois de sensibiliser au tourisme accessible et de faire la promotion des formations qui y sont liées.

Comment certaines destinations sont-elles déjà devenues accessibles, y compris des zones de montagne?

1. L'accessibilité au cœur de la Montagne du Trentino

Cette initiative, menée par « L'Académie de la Montagne du Trentino », a été développée par un groupe de volontaires agissant comme une agence touristique pour personnes handicapées. Le projet « Trentino accessible » vise à accroître le nombre de touristes handicapés dans la région du Trentin et à montrer qu'ils sont une opportunité économique à tous les niveaux, ne devant plus être ainsi considérés comme une gêne. Plusieurs acteurs économiques ont été impliqués dans le projet : des écoles, des hôtels, des restaurants et des stations de ski ont volontairement participé à la transformation du Trentin en une région accessible pour personnes handicapées, développant de nouveaux services. Par exemple, « Trentino accessible » a développé une application mobile informant les personnes handicapées des zones accessibles, ainsi qu'« Ibus voice », un système vocal informant les personnes aveugles des arrêts de bus.

2. Le métro de Barcelone: de nombreuses opportunités pour les touristes handicapés

Le métro de Barcelone est un exemple clair de l'impact économique positif de l'accessibilité. Il transporte 8 millions de passagers chaque année et n'a cessé d'améliorer son accessibilité depuis plusieurs années. Il a développé la première machine automatique qui est tactile et en même temps accessible pour les aveugles et les personnes handicapées mentales. Ainsi, la satisfaction générale des clients et l'affluence du métro s'est accrue à mesure que l'accessibilité progressait. Les investissements ont été rentables en deux ans seulement, et la ville de Barcelone elle-même a commencé à s'adapter, améliorant l'accessibilité de certaines zones. De plus, les activités indirectement liées au tourisme ont vu leurs chiffres d'affaire augmenter et ont commencé à développer des actions de coopérations afin d'améliorer l'accessibilité.

Les personnes handicapées ont ainsi pu se rendre en montagne, à Montserrat ou dans des stations de ski, grâce aux trains catalans désormais accessibles.

L'accessibilité du tourisme du point de vue européen

Dans le cadre de la Stratégie européenne en faveur des personnes handicapées, adoptée en novembre 2010, la Commission européenne est actuellement en train de travailler sur plusieurs activités à la fois, telles que la reconnaissance mutuelle des cartes (de stationnement) pour personnes handicapées ou encore la standardisation des droits des personnes handicapées. La Commission travaille sur le développement de standards dans le domaine des TIC (Technologies de l'Information et la Communication), tel qu'un critère technique permettant de définir l'accessibilité d'un site Internet : une proposition visant à définir l'accessibilité des sites Internet des organisations publiques a été lancée.

De plus, la Commission européenne est en train de préparer une initiative visant à améliorer l'accessibilité des biens et des services au sein du marché intérieur. En effet, ne pas pouvoir accéder suffisamment aux biens et services d'un marché provoque des barrières économiques, politiques et sociales pour les personnes handicapées. Cela va à l'encontre des principes de libre circulation et d'inclusion sociale, d'égalité et de justice sociale du marché intérieur. Cet acte, sur lequel la Commission européenne est encore en train de travailler, s'adressera aux autorités publiques, aux industriels, aux fournisseurs, aux vendeurs et aux prestataires de services.

D'après M. Oscar Almendros, de l'Unité Politique Touristique de la DG Entreprise et Industrie, rendre le tourisme accessible pourrait être le moyen d'atténuer le caractère saisonnier du tourisme, tout en renforçant le « tourisme pour tous ». D'ailleurs, l'intérêt de l'«**Access city award**», l'oscar de la ville accessible, est grandissant. Lancé en 2010 pour la première fois par la Commission européenne, cette compétition entre plusieurs villes est une manière de promouvoir l'accessibilité dans les zones urbaines. Cette récompense reconnaît les efforts innovants effectués dans le but de renforcer un droit fondamental : un accès égal à tous les services offerts par la ville. Cette récompense a développé de nombreuses idées ainsi que de bonnes pratiques pouvant inspirer d'autres villes.

Calypso est une initiative lancée par la Commission européenne, dont le but est d'aider les gens qui n'ont pas la possibilité de voyager. Elle vise à développer un tourisme low-cost pendant la basse saison, qui contribue à stimuler l'économie locale durant cette période. Dans le cadre du programme Calypso, une plateforme en ligne a été lancée afin de rapprocher l'offre et la demande.

Enfin, la Commission européenne a lancé l'appel à proposition « Destination Européenne des seniors » afin d'établir un rapport final qui définira un cadre permettant de faciliter le tourisme des seniors pendant la basse et la moyenne saison.

En un mot, le tourisme accessible est un marché économique qui va continuer à s'intensifier jusqu'à devenir un important secteur dans les années à venir. Certaines destinations de montagne ont déjà réalisé les investissements nécessaires à l'amélioration de leur accessibilité, comme déjà vu dans l'article [Tourisme accessible: comment rendre les destinations de montagne accessibles pour tous?](#) (publié le 03/01/2014). Les décideurs régionaux et locaux devraient accompagner les opérateurs touristiques afin de les aider à saisir cette opportunité.

Pour plus d'informations, merci de contacter

Juliette Quémener : Juliette.quemener@euromontana.org

ou Marie Clotteau : Marie.clotteau@euromontana.org

T: + 32 2 280 42 83 - F: + 32 2 280 42 85

Pl du Champ de Mars 2, B- 1050 Bruxelles, Belgique

www.euromontana.org