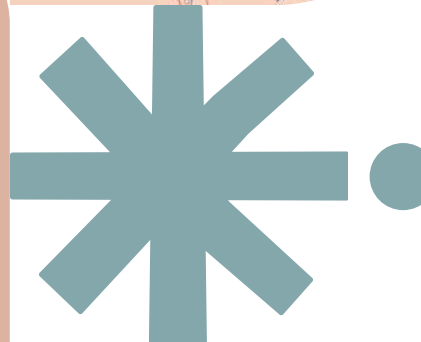
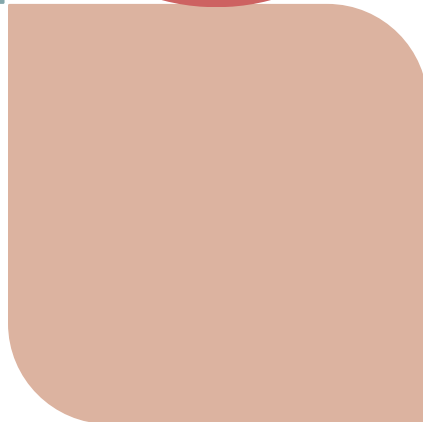
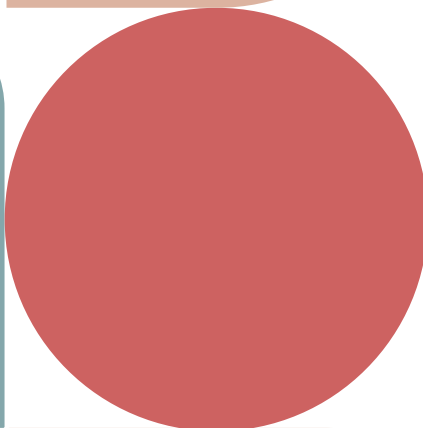
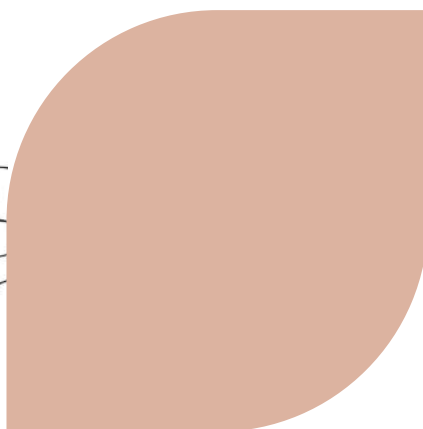




2024

VACANCES POUR TOUS

Du rêve à la réalité



Grand
Châtelleraut
Tourisme



UN ENJEU

Les vacances et les loisirs sont une source de bien-être, de partage et d'ouverture culturelle. L'article 24 de la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948 proclame que « toute personne a droit au repos et aux loisirs et notamment à une limitation raisonnable de la durée de travail et des congés payés périodiques ».

Pour l'Organisation Mondiale du Tourisme, « **rendre le tourisme accessible est l'un des problèmes les plus urgents du secteur** ». Le tourisme, pour être durable, doit être accessible au plus grand nombre et favoriser la mixité sociale. Il s'agit ici de la dimension sociale du développement durable, que les acteurs du tourisme doivent intégrer dans leurs modèles, au même titre que les dimensions environnementales et économiques, pour s'inscrire pleinement dans une démarche de tourisme durable.

Tourisme accessible : qui favorise l'accueil des personnes en situation de handicap,

Tourisme social : qui favorise le brassage de publics de toute origine sociale pour générer du lien.

Tourisme inclusif ou tourisme pour tous : tourisme qui profite au plus grand nombre, quels que soient les types de freins, et qui favorise la mixité des publics.

Types d'accessibilité :

- physique
- numérique
- financière



CHIFFRES CLES

Près de **40%** des Français ne partent pas en vacances (*tout séjour de loisir comportant au moins 4 nuits consécutives hors du domicile*), un chiffre qui évolue peu d'année en année.

(Fondation Jean Jaurès, 2022 ; Crédoc, 2022)

D'ici 2050, le nombre de personnes de **plus de 60 ans représentera 20% de la population mondiale** ; et $\frac{1}{3}$ d'entre elles aura plus de 80 ans.
(OMS)

La raison principale de non départ en voyage de loisir (*au moins une nuit hors du domicile durant l'année écoulée*) est la **raison financière**.

Viennent ensuite les **raisons de santé (17%)**, qui concernent en grande partie des difficultés pour se déplacer, en raison d'un handicap, d'une maladie ou de l'âge.
(INSEE)

On recense dans le monde environ un milliard de personnes handicapées. C'est donc **15% de la population mondiale** qui a un handicap physique, mental ou sensoriel.
(OMS)

Près de **12 millions de personnes** sont aujourd'hui touchées par un handicap en France. Parmi elles, 67 % déplorent le manque d'accessibilité des lieux publics.
(IDDHEA)



CONTEXTE

Depuis 1936, les acteurs du Tourisme Social et Familial (TSF) ont une vocation commune : permettre au plus grand nombre d'accéder aux loisirs et aux vacances (familles, jeunes, sportifs, seniors, publics scolaires, publics en difficulté sociale...).

L'objectif est de donner accès aux pratiques touristiques au plus grand nombre de personnes, pour favoriser la mixité des publics. Il s'agit d'inclure les personnes aujourd'hui éloignées de ces pratiques pour des raisons qui peuvent être multiples : parce qu'elles sont en situation de handicap, ont des difficultés à se mouvoir, ont des enfants en bas âge, des difficultés financières, ou encore par freins culturels ou manque d'accès à l'information.

Les acteurs



Les marques et labels



Grand
Châtelleraut
Tourisme



JE M'ENGAGE

Accessibilité physique



Je m'équipe et j'adapte mes infrastructures.

Je sensibilise mon personnel à l'accueil des personnes en situation de handicap.

J'adapte ma signalétique et mes supports de communication

Je demande la marque Tourisme & handicap pour faire connaître mon engagement.

Accessibilité numérique



Faire en sorte que les dispositifs de communication numérique puissent être utilisés de façon équivalente par tout citoyen, y compris porteur de handicap, quel qu'il soit. Cela passe notamment par des considérations ergonomiques, graphiques, techniques et impacte aussi les contenus.

En France, le RGAA se décline en 3 niveaux d'accessibilité : A (niveau minimum), AA (niveau d'amélioration) et AAA (niveau d'optimisation).

Accessibilité financière



Je diversifie mes modes de paiement (Accepter les chèques-vacances, les bons CAF et l'afficher clairement sur les supports de communication / Proposer le paiement échelonné)

Je mets en place une politique tarifaire différenciée selon les publics (tarifs réduits pour les familles nombreuses, les étudiants, les demandeurs d'emploi...)

Je développe les partenariats avec les acteurs du Tourisme social



NOTES



Grand
Châtelleraut
Tourisme

