

# Le levier de l'accessibilité pour faciliter le choix d'une destination touristique pour tous.

**Claude Blaho-Poncé,**

Docteur en Aménagement, Cadre expert Hérault-Tourisme, Membre de l'ICRESS EA 3681

## L'objectif (question) de recherche :

Quels sont **les besoins, motivations du touriste handicapé pour choisir une destination touristique potentielle** ? Comment les aménagements destinés à accueillir du public et les territoires peuvent-ils s'adapter à tous les publics ?

## RESUME :

Mettre en perspective les besoins et motivations du touriste handicapé pour choisir une destination touristique potentielle nous conduit à mettre en relation des champs différents : le tourisme territorial, le handicap et l'accessibilité. Également nous interroger sur la hiérarchisation de leurs besoins. A l'instar de la population générale, cette clientèle de personnes en situation de handicap est composée d'individus qui ont des capacités différentes et des besoins particuliers lorsqu'ils voyagent. Quels seraient l'ordre de priorisation de ces besoins ? Nous avons pris le parti de nous adosser aux travaux éclairants en la matière du psychologue Abraham Maslow puisqu'une large part de sa réflexion porte sur la description des cinq besoins humains fondamentaux pour tenter de définir les leviers de la motivation. Il a ainsi élaboré sa théorie de la motivation et de sa recherche est née sa hiérarchie des besoins humains sous la forme d'une pyramide qui porte son nom. La personne en situation de handicap surprend, ses besoins sont loin d'être connus, quelles sont les attentes de ces touristes peu ordinaires et leur ordre de priorité ? Les pratiques touristiques de la clientèle à besoin spécifique sont elles guidées par la recherche d'une expérience de vacances patrimoniales, récréatives ou culturelles ou tout simplement le désir de vivre une expérience de tourisme ordinaire ? Quel est l'élément déterminant pour partir en vacances comme tout un chacun ? Comment pouvoir concilier le désir de vacances et le départ en vacances ? Quelles sont les motivations de cette clientèle à part entière avec ses singularités et ses besoins ? En tout premier lieu pouvoir partir en vacances présuppose une accessibilité physique des lieux et sites touristiques, une adaptabilité des infrastructures d'accueil publiques et privées, des cheminements adaptés, de sécurité des installations. A partir de la corrélation entre accessibilité, environnement et attentes de la clientèle handicapée se dessinent de nouvelles logiques, de nouveaux enjeux auxquels les territoires vont devoir faire face pour répondre aux souhaits de voyager de cette clientèle. Le modèle classique d'une offre touristique

standard sera fortement remis en cause pour s'adapter à une offre plus composite, plus accessible et individualisée. Cette mise en œuvre technique de l'accessibilité dans les destinations touristiques s'opère avec un devoir de compréhension des besoins de cette clientèle bien spécifique. D'autant plus criant que les échéances légales de la loi française de 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées se rapprochent : en 2015 l'accessibilité doit être effective en France.

Le chemin pour y arriver reste encore parsemé d'embûches, la simple définition du tourisme par le Petit Larousse « action de voyager, de visiter un site pour son plaisir » est encore loin de portée du touriste handicapé. Une nouvelle attention doit être fixée sur ce principe d'accessibilité universelle, qui suscite une nouvelle façon d'entreprendre, laborieuse certes mais très prometteuse car cela ouvre la voie à l'invention de nouvelles offres touristiques que nous pourrions qualifier de durables.

## MOTS CLES :

Tourisme handicap, accessibilité des territoires, théorie des besoins humains, choix des touristes handicapés déficience ne partent pas en vacances ? La thématique du tourisme handicap mérite une attention spécifique.

Dans le cadre d'un tourisme respectueux de la sauvegarde et de la promotion de l'environnement social et humain, la possibilité pour les personnes en situation de handicap d'accéder directement aux vacances et aux loisirs constitue un droit fondamental<sup>1</sup>. Ce droit est bien sûr conditionné par l'accessibilité aux sites et équipements touristiques et par une information fiable et développée. Comment les aménagements destinés à accueillir du public vont s'adapter aux différents types de visiteurs et notamment aux personnes à mobilité réduite ?

Garantir l'accès aux vacances pour tous demeure un droit hautement affirmé et réaffirmé, il se pose comme l'essence des politiques sociales visant à lutter contre l'exclusion. En ce sens, les vacances en tant que pratiques touristiques deviennent à la fois un critère de

<sup>1</sup> En France, le droit aux vacances a été placé parmi les obligations nationales par la loi d'orientation du 30 juin 1975, au même titre que la santé, l'éducation, la formation et l'emploi. Il a aussi été inscrit comme un droit fondamental dans la loi du 29 juillet 1998.

normalité et un outil d'intégration. Selon Jean Viard, « *partir en vacances est donc devenu la règle. Ne pas partir un problème, symptôme d'une position marginale ou prémices d'une exclusion. Or, pour la génération précédente encore, partir en vacances était un événement, voire un privilège. Les vacances et les voyages apparaissent aujourd'hui comme les repères stables qui rythment notre temporalité collective et ressoudent dans nos vies privées, des modes de vie de plus en plus fragilisés. Reprenant pour partie les fonctions des grands rituels collectifs anciens, religieux ou sociaux, les vacances sont devenues les principaux marqueurs du temps collectif* »<sup>2</sup>. Alors pourquoi 40 % de la population française qui déclare au moins une déficience ne partent pas en vacances ? La thématique du tourisme handicap mérite une attention spécifique.

Le tourisme pour les personnes handicapées peine à trouver sa voie en France même si des évolutions significatives ont vues le jour dans un contexte économique aléatoire. Dès 2001, une démarche qualifiante d'information a été impulsée auprès des prestataires touristiques publics et privés, la labellisation Tourisme et Handicap<sup>3</sup>. Le label national Tourisme et Handicap est un premier palier à une mise en conformité progressive de l'offre française et reste un gage de qualité des prestations adaptées. Il délivre aux personnes handicapées une information fiable, homogène et objective sur l'accessibilité des sites et des équipements touristiques, prenant en compte les quatre grands types de handicap. Par la suite, l'adoption de la loi Handicap du 11 février 2005<sup>4</sup> a prescrit et élargit au cadre de la vie quotidienne l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite, celles présentant un handicap visuel, auditif, psychique, une maladie invalidante ou un handicap multiple, celles qui éprouvent des difficultés ou des gênes momentanées dans leurs déplacements. L'accessibilité s'est vue inscrite dans le cadre légal, encore faut-il proposer aux acteurs publics et privés de nouvelles stratégies pour réduire les incapacités ou lever les obstacles environnementaux pour donner la possibilité à tous de se mouvoir en toute autonomie et vivre dans le milieu ordinaire avec tout le monde. Faciliter l'accessibilité au cadre bâti, à l'environnement, aux services, à la voirie et cheminement permet leur usage sans dépendance par toute personne éprouvant temporairement ou non une gêne. Des interrogations subsistent<sup>5</sup> sur les attentions portées par les prestataires touristiques à cette cible de clientèle, sur les conditions de mise en œuvre de l'accessibilité à tout pour tous, sur les interactions sociales qui se jouent lors de la rencontre. Ce qui est en jeu, c'est donc à la fois l'ouverture du monde du tourisme au handicap mais aussi et surtout les modalités de

production et d'organisation de ce tourisme « adapté » dans les destinations<sup>6</sup>. Comment mieux capter ces clients potentiels et répondre à leurs motivations de départ ?

Dans cet article à partir des 1ères analyses sur les pratiques et besoins de la clientèle à besoin spécifique, l'influence des processus mentaux sur le choix d'une destination touristique possible, nous avons tenté de réinterroger la théorie de la motivation d'Abraham Maslow afin d'adapter une pyramide conjoncturelle aux besoins de la clientèle étudiée. En mettant en perspective ces deux constructions, s'est dégagé l'utilité du principe d'accessibilité pour favoriser le départ en vacances des touristes concernés. Nous avons mobilisé trois sources principales d'informations :

- L'analyse des conclusions des études nationales sur ce sujet,
- L'exploitation des résultats d'un sondage<sup>7</sup> en ligne sur le site internet du magazine yanous.com, comme outil privilégié d'observation des pratiques et desirs de vacances des personnes en situation de handicap.
- La recherche déductive.

Il s'agira dans une première partie de mieux connaître cette clientèle pour mieux l'accueillir dans le monde du tourisme. L'éventail des handicaps est large, les cinq grandes familles de déficiences : motrice, visuelle, mentale et auditive et les handicaps associés seront ainsi identifiés. Plus précisément tenter d'expliquer pourquoi le handicap ne résulte pas seulement d'un accident de la vie mais est souvent aggravé par des obstacles rencontrés dans notre environnement quotidien, obstacles qui se transforment également en situation de handicap. En fait clarifié de qui l'on parle, de quoi l'on parle et surtout dans quel contexte environnemental. Dans une deuxième partie nous aborderons l'importance de ce marché diversifié qui reste sous estimé et les facteurs qui motivent le choix d'une destination pour cette clientèle. A l'évidence pour un touriste handicapé le 1<sup>er</sup> critère de choix du lieu de vacances et de loisirs se centre autour du facteur accessibilité. Comment ce besoin serait-il hiérarchisé selon la théorie de besoin d'Abraham Maslow<sup>8</sup> ? Nous avons tenté de réinterroger cette théorie afin d'édifier une pyramide de Maslow conjoncturelle et étudier une comparaison entre ces deux priorisations des besoins humains. De même quels sont les moyens recherchés par les opérateurs de l'offre touristique française pour s'adapter à cette clientèle et répondre en France à l'obligation légale d'accessibilité<sup>9</sup> ? « Si le terme

<sup>2</sup> Viard Jean, *Court traité sur les vacances, les voyages et l'hospitalité des lieux*, La Tour d'Aigues, L'Aube, 2000. PP 27-28.

<sup>3</sup> Label national français Tourisme et Handicap promulgué par Michèle Demessine alors Ministre délégué au Tourisme, Paris, 2001.

<sup>4</sup> La loi du 11 février 2005 « pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées » désignée sous le nom de « loi Handicap du 11 Février 2005. »

<sup>5</sup> Article de Florence Donnarel du journal Libération du 13/11/2012 : A pied, à cheval ou en fauteuil... comment gérer ses vacances lorsque l'on est handicapé ? Tour d'horizon .Paris, 2012.

<sup>6</sup> Par destination, on entend le lieu où se rend un voyageur, ville, station, région ou pays vanté aux touristes par leurs caractéristiques uniques.

<sup>7</sup> Thèse de doctorat de Claude Blaho-Poncé. *Accessibilité, tourisme et handicap : pour une gouvernance des opportunités de l'accessibilité des territoires touristiques de demain à travers l'exemple du Languedoc Roussillon*. Perpignan Octobre 2010.

<sup>8</sup> Abraham Maslow décrit les cinq besoins humains fondamentaux sous la forme d'une pyramide qui porte son nom.

<sup>9</sup> Arrêté du 21 Mars 2007 fixant les dispositions prises pour l'application des articles R.111-19-8 et R.111-19-11 du code de la construction et de l'habitation, relatives à l'accessibilité pour les personnes handicapées des Etablissements recevant du public

obligation renvoie à la notion de contraintes, de coût et de surcoût, il y a matière à appréhender le sujet autrement, l'obligation d'accessibilité pouvant constituer une chance, un atout, un avantage aux multiples facettes.. »<sup>10</sup> Une des réponses appropriées serait la mise en œuvre dans les territoires touristiques de cette accessibilité à tout pour tous. Par contre, celle-ci ne peut se concevoir à minima et de manière fragmentée mais s'organiser autour de la construction d'offres de séjour plus globales pour ouvrir la voie à l'invention de nouvelles destinations touristiques pour tous que nous pourrions qualifier de durables. Il s'agit de reconsidérer l'approche traditionnelle de la pratique touristique qualifiée de « basique » par la mise en place d'activités touristiques combinées en forfait, ce qui implique une prise en compte de la variable accessibilité bien en amont dans la combinaison de cette offre complète.

## I. CONNAITRE POUR MIEUX ACCUEILLIR

Le fauteuil roulant, la canne blanche, le chien guide d'aveugle ... En matière de handicap, les stéréotypes sont tenaces et les idées reçues nombreuses. Ils constituent autant de freins à l'ouverture du monde du tourisme au handicap. La notion de handicap reste aujourd'hui encore très imprécise et elle est le plus souvent connotée de façon négative. Beaucoup de prestataires touristiques et d'institutionnels s'arrêtent à l'image du fauteuil roulant et n'envisagent le handicap que sous l'angle des restrictions et des contraintes qu'il est supposé impliquer notamment en terme d'accessibilité. Comment satisfaire toutes ces parties prenantes ? « Il s'avère que, si pendant bien longtemps les secteurs du tourisme et du handicap se sont ignorés faute d'avoir appris à se connaître vraiment, ils se trouvent désormais des intérêts communs. »<sup>11</sup>

La loi du 11 février 2005 d'égalité des droits et des chances, la citoyenneté et la participation des personnes en situation de handicap définit le handicap comme « toute limitation d'activité ou restriction de participation à la vie en société subie dans son environnement par une personne en raison d'une altération substantielle, durable ou définitive d'une ou plusieurs fonctions physiques, sensorielles, mentales, cognitives ou psychiques, d'un polyhandicap ou d'un trouble de santé invalidant ».

Cette loi a fait progresser la réglementation portant sur les travaux de mise en accessibilité pour l'ensemble des déficiences à l'attention des prestataires de tourisme et de loisirs selon leurs catégories d'appartenance. Que ce soit les Établissements Relevant du Public (ERP) ou les Installations Ouvertes au Public (IOP) un échéancier a fixé les obligations légales d'accessibilité à la date butoir de 2015. A l'heure où paraissent ces lignes, le nouveau

(ERP) et des Installations Ouvertes au Public (IOP) avant le 1er Janvier 2015.

<sup>10</sup> Cabinet Dumez.F., mission d'études /Enjeux et perspectives de la loi du 11 Février 2005 ,accessibilité des campings , CDT Charentes Maritimes , 2010.

<sup>11</sup> Ducher,I., Troubat, J.P. : revue Espaces N .161 , dossier Tourisme des handicapés ,article La Creuse se bat pour la liberté d'accéder partout ,pages 18-21, Paris , 1999.

gouvernement français<sup>12</sup> a maintenu le maintien de l'échéance d'accessibilité de 2015 assortie pour le bâti ancien d'un calendrier de réalisation du reste à faire avant et à partir de 2015 à remettre aux préfets de région.

Echéances	Mesures
1 <sup>er</sup> janvier 2011	<ul style="list-style-type: none"><li>• Obligation dans les ERP classés dans les 4 premières catégories</li><li>• Diagnostic d'accessibilité</li></ul>
2011 à 2015	<ul style="list-style-type: none"><li>• Réalisation des travaux</li><li>• Mesures dérogatoires</li></ul>
Janvier 2015	<ul style="list-style-type: none"><li>• Accessibilité à tout pour tous</li><li>• Pour le bâti ancien rédaction d'un calendrier de réalisation du reste à faire avant et à partir de 2015 à remettre aux préfets de région.</li></ul>

L'enjeu est important, il s'agit de concrétiser et de rendre vraiment effectif le droit de tous et de chacun à la participation, à l'usage des services publics, aux bénéfices des politiques publiques, et en ce qui nous concerne à l'accès aux vacances et aux loisirs. Le handicap léger ou lourd touche une personne sur six dans l'Union Européenne, soit environ 80 milliard de personnes et compte tenu du vieillissement de la population de l'UE ces chiffres sont voués à augmenter<sup>13</sup>. Au-delà des incantations humanistes « les réticences psychologiques à accueillir des clients pas comme les autres ont-elles été surmontées ? »<sup>14</sup>

### 1.1 Les 5 grandes familles de déficiences

Si les typologies de handicap sont forcément réductrices et renvoient elles-mêmes à des situations très variées, elles permettent toutefois de mesurer la grande diversité des manifestations du handicap. La figure du handicap (Compte R., 1999) renvoie à cet autre à la fois si différent et si semblable à soi, inconnu menaçant qui fascine et effraie. Car nul n'est à l'abri du handicap. Par accident ou par maladie, il peut advenir à tout moment. Et dès qu'il s'installe, le statut de la personne en est modifié.







On retiendra cinq grandes familles de déficiences auxquelles se rajoutent les maladies invalidantes

<sup>12</sup> Rapport d'information N ° 635 des Sénatrices, Claire-Lise CAMPION et Isabelle DEBRE de la commission sénatoriale pour le contrôle de l'application des lois sur l'application de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005, pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées , juillet 2012, Paris .,

<sup>13</sup> Article Accessibilité, initiatives européennes de La Gazette Officielle du Tourisme N° 2143 .Paris Janvier 2012.

<sup>14</sup> Gagneux ,M., revue Espaces ,dossier Tourisme des handicapés : Faciliter la rencontre entre les touristes handicapés et les professionnels ? pages 22-23 , Paris , 1999.



Déficiences	Les troubles associés	Nombre de personnes concernées
<b>Les déficiences motrices</b> 	Atteinte partielle ou totale de la mobilité des membres supérieurs et/ou inférieurs (difficultés pour se déplacer, conserver ou changer une position, prendre et manipuler, effectuer certains gestes et même parfois pour s'exprimer, sans que les capacités intellectuelles soient altérées.	<b>8 millions de personnes</b> de la plus légère (rhumatisme, arthrose) à la plus lourde (hémiplégié, paraplégie, tétraplégie).
<b>Les déficiences visuelles</b> 	Cécité totale ou partielle, personnes mal voyantes avec correction.	<b>1 500 000 personnes</b> sont malvoyantes, dont 60 000 aveugles.
<b>Les déficiences auditives</b> 	Surdité totale ou partielle avec appareillage. Incapacité ou non à oraliser, utilisation de la langue des signes et la lecture sur les lèvres pour communiquer. La surdité peut avoir eu des incidences sur l'apprentissage de la lecture et de l'écriture.	Sur <b>6 millions de personnes</b> sourdes et malentendantes, 100 000 ont recours à la langue des signes.
<b>Les déficiences psychiques</b> 	Pathologies très variées (névrose, psychose, etc.). Malaise qui peut se traduire, à certains moments, par des comportements dérangeants pour les autres car éloignés des conduites convenues.	Statistiques manquantes.
<b>La déficience intellectuelle (ou handicap mental)</b> 	Difficulté à comprendre et une limitation dans la rapidité des fonctions mentales sur le plan de la compréhension, des connaissances et de la cognition. Incapacités grandes ou faibles pour perturber l'acquisition de la mémorisation des connaissances, l'attention, la communication, l'autonomie sociale et professionnelle, la stabilité émotionnelle et le comportement.	700 000 personnes (1 à 3 % de la population)
<b>Les maladies invalidantes</b> 	Des maladies digestives, respiratoires, parasitaires, infectieuses (hémophilie, sida, cancer, diabète, hyperthyroïdie...) entraînant des déficiences ou des contraintes plus ou moins importantes. Momentanées, permanentes ou évolutives. Près de la moitié des maladies invalidantes sont d'origine respiratoire ou cardio-vasculaire.	Statistiques manquantes.

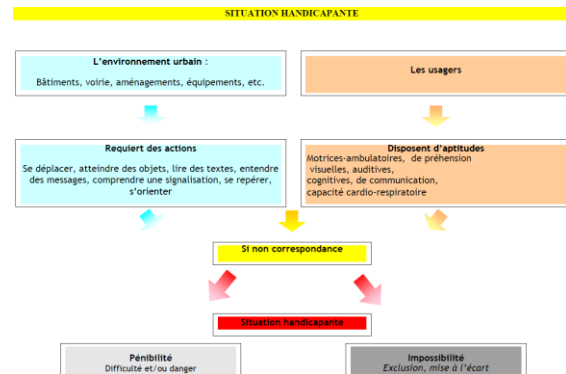
Mais « où commence le handicap et où finit-il ? »<sup>15</sup> s'interroge E.Tingry, quelle définition en donner ? Julia Kristeva quant à elle suggère : « la société se compose de modes d'être différents, et la vie se conjugue au pluriel<sup>16</sup>... » Il est vrai qu'une motricité réduite ne devient handicap que si l'environnement n'est pas aménagé, en sorte de permettre un libre passage au fauteuil roulant. La cécité n'est handicapante pour traverser une chaussée que si les feux tricolores ne sont pas équipés d'un système sonore.

L'environnement peut être perçu comme étant à l'origine du handicap parce qu'il est inadapté et qu'il fait obstacle à la pleine participation de certaines personnes aux activités sociales ordinaires, cet environnement qui ne permet pas à la personne différente de vivre son quotidien, d'être citoyenne.

Cette approche change profondément nos façons d'aborder et de concevoir la mise en accessibilité d'un territoire, d'un équipement et sa mise en tourisme.

## 1.2 Des déficiences aux situations handicapantes

Le CRID<sup>17</sup> a illustré le concept de situations de handicap répondant à des diversités d'aptitudes selon le schéma suivant :



L'évolution de la classification internationale des handicaps (CIDH 2) va intégrer la dimension sociale et déplacer ainsi l'effet de causalité qui n'est plus uniquement dans les caractéristiques de l'individu mais surtout dans les obstacles environnementaux culturels et sociaux. C'est dans l'interrelation entre l'individu et son environnement que se définit alors la gravité du handicap. La définition de l'Organisation Mondiale de la Santé<sup>18</sup> précisant : « le handicap est la résultante situationnelle d'un contexte socio-historique et d'une réduction de capacité eu égard à la norme statistique ». L'agent handicapant n'est pas situé dans le sujet handicapé, il est dans le contexte, dans l'environnement de ce sujet

## 2 Analyse du marché, des pratiques et besoins de la clientèle à besoin spécifique

Force est de constater que le contexte actuel du voyage pour les personnes en situation de handicap relève encore du « parcours du combattant ». Des études statistiques françaises ont illustré à quel point ce secteur est actuellement sous-estimé par les professionnels du tourisme. Ils méconnaissent le potentiel économique que ce marché représente au niveau national et européen « l'accessibilité aux personnes handicapées est considérée par les professionnels du tourisme comme une contrainte supplémentaire s'ajoutant aux contraintes administratives et techniques existantes. Par ailleurs, le manque de formation et de sensibilisation des professionnels (...) à l'accueil et aux besoins des personnes handicapées constitue un frein. Ces attitudes et l'inadaptation d'une large partie de l'offre soulignent encore la persistance d'une barrière psychologique et sociale entre clientèles touristiques valides et non valides, même si cette barrière tend à se réduire »<sup>19</sup>.

<sup>15</sup> Tingry, E., Handicaps : mieux vivre au quotidien ; recours, aides, solutions. Éditions Libro Santé n° 677, Paris, 2005.

<sup>16</sup> Kristeva Julia in « Lettre au Président de la République sur les citoyens en situation de handicap, à l'usage de ceux qui le sont et de ceux qui ne le sont pas », Paris, 2003.

<sup>17</sup> CRID : Consorci de Recurso i Documentació per à l'Autonomia personal. Italie 2004.

<sup>18</sup> CIDH / Classification Internationale des Déficiences, Incapacités, Handicaps, Paris, 1980.

<sup>19</sup> A.F.I.T. (Agence Française de l'Ingénierie Touristique), Tourisme et Handicaps : Etude de Marché de la Population Handicapée face à l'Offre Touristique Française, Guide de Savoir-Faire, Octobre 2001, p. 42.

Comment réapprendre à dépasser nos peurs, nos préjugés pour construire un tourisme pour tous ?

## 2.1 Un marché potentiel

Pour la France, les résultats de l'Enquête nationale Vie quotidienne et Santé de 2007, s'appuyant sur les nouveaux concepts définis par l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), sont éclairants : 9,8% de français se considèrent comme handicapés. A cela il faut ajouter les prévisions sur le vieillissement 30% des Français sont âgés de plus de 50 ans. Soit 19 millions de seniors « en 2050, une personne sur trois aura 60 ans ou plus, soit une hausse de 80% en 45 ans »<sup>20</sup> En 2020, un Français sur 4 aura plus de 55 ans. Aujourd'hui, selon le CREDOC, 38% des Français au-delà de 70 ans sont utilisateurs d'internet. 22% des personnes âgées recourent au moins à une aide technique ou un aménagement de logement (Enquête HID)<sup>21</sup>.

Pour l'Europe, les chiffres selon l'étude du cabinet Touch Ross<sup>22</sup> de 1993 s'élève à près de 11 % de la population totale européenne auxquels devait s'ajouter 3 % de handicapés temporaires. Par ailleurs, la population européenne physiquement handicapée, financièrement solvable et apte à voyager est estimée à environ 36 millions. Les personnes handicapées qui voyagent habituellement sont estimées à 5 millions.

L'amélioration des conditions d'accès des personnes en situation de handicap au tourisme s'impose aujourd'hui comme une exigence citoyenne mais aussi comme une nécessité d'intérêt stratégique pour l'industrie touristique française.

## 2.2 Les attentes de cette clientèle

Comment les personnes handicapées envisagent-elles leurs vacances ? Partir, d'accord mais reste la préparation, l'organisation du voyage ; se poser les bonnes questions et y trouver les réponses. Le secteur professionnel a obligation de bien cerner les attentes de cette clientèle pour s'adapter efficacement. La 1ère étude de marché concrète sur cette clientèle date de 2001, elle a été conduite par l'ex Afit<sup>23</sup>. Les résultats révèlent que sur l'échantillon interrogé la moitié déclare des durées de séjour de 2 semaines et plus, le budget par semaine oscillant entre 300 € et 600 € pour plus de la moitié, plus de 600 € pour un tiers. Les obstacles au voyage soulevés sont de l'ordre de la santé et de la condition physique, d'un besoin d'accompagnement, de l'adaptation des lieux, d'un manque d'information et de l'appréhension que peut générer un séjour touristique. Quant aux souhaits, ils sont légitimes en

terme d'intégration, de pouvoir voyager dans les mêmes conditions que les valides, avec des prestations adaptées. Le recours à un besoin d'informations fiables est primordial avec soit un recours à des spécialistes, ou à des personnes de connaissance, le plus souvent sont privilégiées les pratiques de départ en famille. Les critères de choix de la destination sont centrés sur le facteur accessibilité avec une attente forte pour un personnel d'accueil formé.

Tout particulièrement ce besoin d'accessibilité nous a interpellés. Il nous a semblé utile de mieux définir selon les travaux du psychologue Abraham Maslow les leviers de la motivation du touriste handicapé et comment ce besoin fondamental serait priorisé par rapport à la hiérarchie des besoins classiques ? D'après Maslow, les premiers besoins partent des besoins primaires « Avoir » pour culminer vers des besoins plus secondaires « Être ». Alors quand vient l'heure de décider du contour, de la destination et de la couleur que va prendre le séjour de vacances, quelle sera l'influence de ces besoins sur le choix de la destination pour un touriste handicapé ? Réduira-t-il son choix aux seuls lieux accessibles ? Quelles vont être les particularités organisationnelles et managériales à suivre pour adapter les prestations touristiques à ce public ?

## 3 L'expression des besoins humains et les motivations des touristes handicapés.

On le sait, le vacancier va choisir sa destination touristique en fonction de plusieurs critères .C. Pagnon Maudet précise « Nul ne prendra de décision sans problème à résoudre ! Une décision d'achat touristique est toujours motivée , fruit d'un processus mental complexe , lui-même résultat combiné de plusieurs facteurs : d'autres choix économiques faits par les futurs clients , de leurs groupes sociaux d'appartenance et de référence , de l'effort marketing des entreprises touristiques , de la recherche personnelle de chacun, du risque éventuel perçu par le touriste , du prix et des frais annexes... »<sup>24</sup> Les paramètres psychologiques, culturels et sociaux sont à étudier pour comprendre ce qui motive les comportements humains.

### 3.1 La théorie fondamentale des besoins de Maslow

Les travaux de Maslow<sup>25</sup> servent de référence en la matière. A partir d'observations cliniques, ce psychologue a défini une hiérarchie de l'ensemble des besoins de l'être humain qu'il présente sous la forme d'une pyramide à cinq niveaux. Ces différents besoins sont hiérarchisés dans la mesure où un besoin supérieur ne peut pas vraiment être satisfait si les besoins précédents ne le sont pas. Tant que les besoins inférieurs n'ont pas été comblés, aucun besoin supérieur ne peut apparaître.

<sup>20</sup> In Chicanes N 93, le journal du CAUE de l'Hérault, Dossier Accessibilité des espaces publics, encore un effort Juillet 2012, Montpellier

<sup>21</sup> Dossier N° 7 Les enjeux de l'accessibilité des Cahiers de la Communication publique. Paris. Juillet 2012

<sup>22</sup> A.F.I.T. (Agence Française de l'Ingénierie Touristique), *Tourisme et Handicaps : Etude de Marché de la Population Handicapée face à l'Offre Touristique Française, Guide de Savoir- Faire, Octobre 2001, p. 34.*

<sup>23</sup> Ibidem p 64 à 78 *Tourisme & Handicap : Etude de Marché de la Population Handicapée face à l'Offre Touristique Française, Guide de Savoir- Faire, Octobre 2001,*

<sup>24</sup> Pagnon Maudet, C., *Stratégies de création d'entreprise hôtelière touristique : 8 étapes pour réussir.* Pages62 à 66 : les facteurs de choix de votre futur client, Ellipses, Paris, 2007.

<sup>25</sup> A. Maslow, *vers une psychologie de l'Être*, Paris, Fayard, 1989

Maslow reconnaît en conséquence l'existence de cinq catégories de besoins à satisfaire s'organisant de façon hiérarchique et culminant vers la réalisation et l'accomplissement, c'est-à-dire le besoin inné de l'être humain d'exploiter pleinement son potentiel, de s'épanouir. A partir de cette pyramide centrée sur l'individu, son histoire, son rapport à la société, comment croiser cette approche avec les besoins d'une personne handicapée ? Quelle va être la corrélation entre besoin primaire d'accessibilité, besoin de sécurité et besoin d'appartenance ?

Comment combler ce besoin d'appartenance et d'estime de soi si le besoin primaire d'accessibilité ne peut être comblé ?

Schéma 1 : La pyramide de Maslow



Source : A. Maslow, Vers une psychologie de l'Etre, Paris, Fayard, 1989

La hiérarchie des besoins définie par Maslow n'est pas à appliquer de façon rigide. La mise en pratique doit prendre en compte les besoins propres de chaque individu car les liens entre les différents niveaux de besoins et leur intensité varient en fonction des personnes.

- Au plus bas de la pyramide se trouvent les besoins fondamentaux de la vie (besoins physiologiques): ce sont les besoins primaires tels que ceux de nourriture, de repos, d'exercice, se reproduire ... Ces besoins priment sur tout autre type de besoin et deviennent vite, s'ils ne sont pas comblés, une préoccupation essentielle de survie. Par contre, une fois satisfaits, ils ne constituent plus des facteurs déterminants du comportement.
- Au-dessus se placent les besoins psychologiques (besoins de sécurité) : quand les besoins physiologiques sont assouvis, les besoins de sécurité émergent. Ils consistent en tout moyen ou outil propre à protéger l'individu contre le danger ou la menace comme la sécurité, la protection ou la stabilité affective.
- Puis viennent les besoins sociaux (besoins d'appartenance) à ce degré supérieur apparaissent les besoins d'amitié, d'affiliation et d'amour, le désir de nouer des relations.

Ce besoin incite les gens à se regrouper en associations, à appartenir à des groupes, avoir un réseau de contacts, à collaborer avec des individus qui les entourent. La personne qui a beaucoup voyagé pourra ressentir ce sentiment d'appartenance à être citoyen du monde, pour laquelle le monde n'a pas de frontière et qui prend l'avion de façon presque routinière. Il existe ainsi de nombreuses associations, voire sites web, où nombre de voyageurs partagent avec détail leurs expériences, conseils, demandes.

- Juste au-dessus se trouvent les besoins liés à l'estime de soi : ces besoins sont satisfaits quand, d'une part, on ressent un sentiment de fierté, et quand d'autre part, on bénéficie de la reconnaissance de ses pairs. Ces besoins sont de deux types : d'abord ceux qui concernent l'estime de soi, c'est-à-dire les besoins de confiance en soi, d'indépendance, d'épanouissement, de compétence et de savoir ; ensuite, les besoins qui touchent à la reconnaissance de sa compétence par les autres. Cette reconnaissance peut se manifester par la considération, le respect, la valorisation. A l'inverse des autres, les besoins d'estime sont insatiables, l'individu recherchant inlassablement à les satisfaire.
- Et enfin au sommet de la pyramide se trouve le besoin de réalisation de soi : Il s'agit du besoin qu'éprouve l'individu à réaliser ses aspirations, à se perfectionner et à créer, au sens le plus large du terme. Besoin de spiritualité, d'idéaux.

Sa recherche porte sur toute une série de facteurs psychologiques qui vont déterminer en partie nos besoins et d'où découleront nos comportements. C'est pourquoi dans le champ de l'activité touristique la connaissance de cette hiérarchie des besoins paraît utile pour élaborer des contenus de prestations correspondant aux attentes du futur client, handicapé ou non. Pour un touriste ordinaire, il semblerait que les besoins physiologiques incontournables (faim, soif, sommeil,...) se placeraient au bas de la pyramide. Comment satisfaire ses besoins d'hébergement, de restauration ? Le touriste recherchera en 1er chef une solution confortable pour dormir, se restaurer. Lorsque ces besoins basiques sont pratiquement satisfaits, d'autres types de besoins peuvent émerger : besoins de sécurité qui va correspondre aux normes de classement, à la qualité attendue des prestations. Viendront ensuite les besoins complémentaires d'appartenance si le déplacement s'effectue en famille ou en groupe, besoins d'estime si la chambre réservée est dans un hôtel classé ou prestigieux. Les besoins de réalisation de soi seront assouvis si cette location intervient durant un voyage particulièrement épanouissant et porteur de réalisation personnelle qui permette de développer son potentiel de façon la plus créative possible. En quoi cette hiérarchie des besoins du touriste ordinaire va se différencier des besoins du touriste handicapé ?



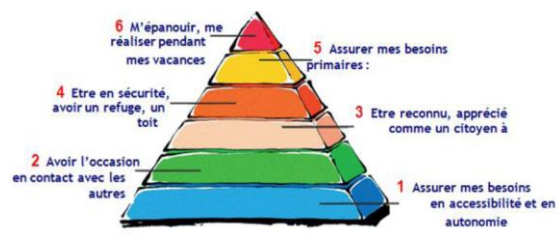
### 3.2 La priorisation des besoins des personnes handicapées et l'adaptation conjoncturelle de la pyramide de Maslow

Partant de cette hiérarchie des besoins humains et de son ajustement à la consommation touristique ordinaire, nous nous sommes interrogés sur la priorisation des besoins d'un touriste handicapé. Si un besoin supérieur ne peut être pleinement satisfait qu'après la satisfaction des besoins primaires décrits dans la pyramide, comment concilier pour un touriste handicapé désir de vacances et départ en vacances ? Quelle devrait-être la place du facteur accessibilité dans la mise en tourisme des territoires ?

#### 3.2.1 La pyramide de Maslow adaptée

Les résultats ci-dessous d'un sondage que nous avons exploité en 2009<sup>26</sup> pour appréhender l'évaluation des besoins primaires des personnes en situation de handicap et les besoins secondaires ainsi que leur positionnement par rapport à la pyramide de base, sont éclairants.

Schéma 2: Pyramide de Maslow adaptée



Source : Analyse effectuée par l'auteur

Dans cette approche, le besoin basique d'accessibilité est à satisfaire en 1<sup>er</sup> chef avant de chercher à combler tout autre besoin plus élaboré. Il va s'agir pour déclencher l'acte de consommation touristique de pouvoir y accéder en toute liberté et toute autonomie, ne pas être découragé par les difficultés d'accès de toute sorte. Par contre pour les personnes handicapées les besoins d'appartenance et d'estime doivent être comblés avant ceux de sécurité et des besoins physiologiques. Leur besoin d'intégration pleine et entière dans la société et la société des loisirs doit être satisfait avant les besoins primaires. Replacée dans ce contexte et précisée quant à cette problématique, la question de la pleine citoyenneté et de la mise en oeuvre de moyens techniques ou humains pour permettre à toute personne en situation de handicap de se déplacer plus librement, d'avoir la possibilité de participer pleinement à la vie collective en milieu ordinaire des vacances et des loisirs est soulevée.

Comment obtenir la mise en oeuvre réaliste de cette accessibilité généralisée ? « ...l'accessibilité requiert la mise en oeuvre des éléments complémentaires, nécessaires à toute personne en incapacité

permanente ou temporaire pour se déplacer et accéder librement et en sécurité au cadre de vie ainsi qu'à tous les lieux, services, produits et activités. La société, en s'inscrivant dans cette démarche d'accessibilité, fait progresser également la qualité de vie de tous ses membres »<sup>27</sup>.

#### 3.2.2 La mise en perspective de la théorie des besoins

L'attractivité d'une destination pour les touristes handicapés va donc dépendre de l'aptitude du territoire à mieux répondre aux besoins basiques du client handicapé et de s'assurer du degré d'accessibilité des lieux et espaces publics. Il s'agit selon le rapport de Michel Gagneux (1999) sur l'offre touristique dédiée aux personnes handicapées de structurer une offre réellement adaptée, « la difficile traduction des normes légales d'accessibilité dans les faits, la prédominance d'une accessibilité conçue a minima, les lacunes de l'information et la réticence de nombre d'opérateurs à communiquer en ce domaine, peuvent être interprétées comme les symptômes d'une certaine frilosité de notre société toute entière vis-à-vis de personnes handicapées, perçues comme différentes, voire dérangeantes. » (Gagneux, 1999, p.10) Il reste encore à démontrer la plus value du principe d'accessibilité généralisée et convaincre les décideurs de l'utilité de poursuivre ces démarches, dans une logique d'extension et de généralisation. En s'intéressant à l'accessibilité pour tous, une amélioration du confort pour tous les publics est engagée « des cheminements plus fluides, une signalétique simple et efficace des supports d'information adaptés à toutes les connaissances et langages sont autant de paramètres qui accroissent la qualité de visite à tous les usagers »<sup>28</sup>.

Les destinations touristiques, quelles qu'elles soient pourraient se saisir de cette problématique dans le cadre de leur politique de développement territorial. Le défi réside à élargir la notion d'accessibilité en dépassant l'accès physique du lieu et éviter l'écueil d'une mise en accessibilité fragmentée et juxtaposée. L'enjeu de la mise en accessibilité répond à une véritable demande sociale, il est trop réducteur pour une personne en situation de handicap de choisir sa destination en fonction des conditions d'accessibilité des lieux et non de satisfaire son envie de découvrir un lieu, une destination de vacances. Il lui est encore souvent impossible de choisir tout simplement un ensemble d'offres qu'elles soient récréatives, patrimoniales, culturelles ou sportives. Pourquoi le touriste handicapé ne peut faire dans son environnement de vacances les activités qui relèvent de ses choix ? Nous savons que les aménagements conçus pour faciliter les déplacements des personnes souffrant de déficiences participent à l'amélioration de la qualité d'usage d'un site touristique. Les nouvelles offres touristiques devront répondre à cette aspiration précise, formulée par les touristes handicapés mais très loin d'être prise en compte dans l'offre généraliste des vacances. Un nouvel état d'esprit reste à acquérir pour structurer des destinations touristiques pour tous.

<sup>26</sup> Sondage réalisé en 2009 à l'attention de la clientèle handicapée sur le site du magazine en ligne : yanous.com .Le sondé devait classer les propositions que nous avons établies dans l'ordre de ses préférences de 1 à 5 .

<sup>27</sup> Charte Accessibilité de la délégation interministérielle à l'accessibilité, Paris, Avril 2006.

<sup>28</sup> Témoignage de Xavier Berthet-Handigo consultants, Edition Etat des lieux et Perspectives, Rhône Alpes Tourisme, Oct. 2011.

### Schéma 3 : Comparaison de la théorie des besoins



Source : Analyse effectuée par l'auteur.

La comparaison de deux hiérarchisations des cinq besoins fondamentaux dessine le portrait du touriste handicapé. Il désire en 1er la mise en accessibilité des lieux, des équipements et des services pour choisir sa destination touristique et ainsi se sentir en sécurité avant d'être correctement logé et nourri comme le demanderait le touriste ordinaire. Il désire avant tout l'autonomie pour se sentir intégré dans le monde des vacances. Il exigera de pouvoir faire comme les autres vacanciers et ainsi se sentir reconnu. S'il positionne en quatre les besoins basiques (hébergement, nourriture), il sera sensible à un accueil de qualité et une écoute attentive à ses besoins spécifiques. Il pourra finalement s'épanouir et s'accomplir comme tout un chacun. Le modèle classique d'une offre touristique standard nécessite d'évoluer et de s'adapter à une offre plus composite, plus accessible et individualisée.

Nous voyons que l'accès aux vacances et aux loisirs des personnes handicapées en toute autonomie reste encore à construire. Il est nécessaire de porter une réflexion sur l'environnement du site accessible, et donc adopter une approche plus territoriale, en effet structurer une offre touristique de qualité à l'égard des personnes à mobilité réduite ne peut pas se limiter à un lieu, même si celui-ci est labellisé Tourisme et Handicap. Marie Prost Coletta, déléguée interministérielle à l'accessibilité va plus loin « la demande de réponses facilitant la vie quotidienne étant en progression constante pourquoi accepter de supporter des efforts inutiles quand une meilleure conception peut adoucir la vie quotidienne ? »<sup>29</sup>

Si des voies de progrès se sont ouvertes grâce à la qualification de l'offre touristique et de loisirs par le label national Tourisme et Handicap, véritable outil de promotion pour les professionnels du tourisme, la question qui reste posée est à quoi peut servir un hôtel accessible et ou labellisé pour tel ou tel type de handicap, dans un environnement où rien n'est accessible ? La Gazette du Tourisme<sup>30</sup> préconise ainsi un concept plus évolutif de tourisme adapté « il faut élargir le concept de site labellisé Tourisme & Handicap à la notion de territoire adapté permettant d'assurer cette chaîne globale de l'accessibilité. C'est

une nouvelle vision du développement touristique et de l'accueil des clientèles à besoin spécifique qui peut être porté par une région, un bassin touristique, un groupement de communes ou station touristique ».

Le gouvernement français a d'ailleurs décidé de mettre en place un nouveau label, *Destination pour tous*<sup>31</sup>, dédié à identifier des territoires touristiques adaptés. L'objectif est de favoriser la structuration d'une offre globale permettant aux touristes à mobilité réduite de mieux appréhender l'accessibilité générale du lieu de leur séjour. Il s'agit là d'un véritable outil pour structurer au cœur d'une zone géographique donnée l'ensemble de l'offre touristique locale et rendre accessible l'ensemble des maillons de la chaîne touristique : activités de loisirs, hébergements, restauration, voiries, services, espaces publics et cheminement pour répondre de manière cohérente et globale aux attentes de la clientèle à besoin spécifique.

L'influence de l'accessibilité pour le choix d'une destination touristique potentielle est prédominante pour un touriste handicapé. C'est la condition fondamentale pour faciliter et satisfaire son départ en vacances. Voilà une raison forte pour mieux aborder le marché du Tourisme et handicap. Notre analyse a mis en exergue les motivations principales de cette clientèle basée sur un certain nombre de critères facilitant leur départ. A partir de la corrélation entre accessibilité, environnement et motivations de cette clientèle se dessine de nouvelles logiques de consommation, de nouveaux enjeux auxquels les territoires vont devoir faire face pour répondre aux souhaits de voyager du prospect handicapé. Caccamo et Solonandrasana ont repérés deux comportements typiques des clientèles touristiques « : les comportements routiniers sur lesquels s'appuient les prestataires touristiques pour proposer leur offre généraliste et les comportements pionniers qui annoncent les formes nouvelles du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration de demain, à observer pour pouvoir anticiper »<sup>32</sup> En ce sens, l'élargissement du champ des possibles en matière d'accessibilité s'avérera propice au développement d'une mise en tourisme innovante des territoires. Il reste à impulser et garantir la prise en considération de la problématique de l'accessibilité généralisée pour concilier le désir de vacances et le départ en vacances des personnes handicapées. Le levier de l'accessibilité est le levier essentiel dans le choix de la destination touristique pour le touriste handicapé. Simplement pour développer ce plein accès aux vacances et aux loisirs il reste à structurer une offre de séjour globale à l'égard des personnes à mobilité réduite. Une attention aiguisée sera portée à une approche territoriale plus large. La qualité de l'offre touristique renvoie à la qualité des prestations touristiques bien évidemment, mais plus globalement à la qualité de l'accueil, de l'usage de ce lieu, des produits proposés, des transports, de la signalétique et de l'information et plus généralement de la qualité du service rendu. L'ensemble des services d'un territoire, espaces publics ou privés qui marquent l'identité d'une destination sont impactées par cette nouvelle composante. L'offre de séjour accessible sera plurielle

<sup>29</sup> Magazine Technicités du 23/10/2012N° 237 : Tribune de Marie Prost Coletta : Pour la conception universelle ou accessibilité universelle : Quoi qu'il en soit, de la qualité de vie pour tous. Paris, 2012.

<sup>30</sup> Gazette du Tourisme N° 1831 du 04/01/2006, Paris, 2006.

<sup>31</sup> Nouveau label de territoire lancé en Avril 2011 par le Secrétaire d'état au tourisme et la ministre de la Santé.

<sup>32</sup> Caccamo, J.L., Solonandrasana, B., L'innovation dans l'industrie touristique, L'Harmattan, 2003.



et composite, plus complexe à assembler, associant des offres de base, des produits et des services annexes. A ce titre, l'accessibilité aux sites touristiques, l'accessibilité à la nature de l'activité ou de la découverte, la facilité de se déplacer dans le lieu fera partie intégrante de l'offre touristique adaptée et constituera pour le client handicapé un des facteurs déterminants de l'attractivité d'une destination. Le principe d'accessibilité universelle appliquée au champ du tourisme réinvente nos façons de concevoir les stratégies touristiques, répond à une exigence de qualité d'usage pour tous, notamment avec l'allongement de la durée de vie. Au-delà d'un changement de regard sur la personne handicapée, on assiste à une redéfinition de la qualité du service et de l'accueil à apporter, une valeur ajoutée incontournable qui permet de dépasser les spécificités de chaque individu pour permettre à tous d'avoir la même qualité de service et de confort d'usage dans les destinations touristiques.

### **Bibliographie OUVRAGES ET ARTICLES**

Association pour la communication institutionnelle , Cahiers N°7 : Les enjeux de l'accessibilité , Paris , 2012.

Abric, P.C. *Pratiques sociales et représentations*. Paris: PUF, 1994.

Atout France.

- *Tourisme & Handicap : Etude de Marché de la Population Handicapée face à l'Offre Touristique Française, Guide de Savoir- Faire, Octobre 2001,*

- *Adapter l'offre touristique aux handicaps. Etude de marché: la population des personnes en situation de handicap et l'offre touristique française*. Paris: Guide de savoir-faire N°32, 2009.

Bataillou, C. ; Scheou, B., *Tourisme et développement. Regards croisés*, Presses Universitaires de Perpignan, Perpignan, 2007.

Bataillou, C., *Voyages : raison et pratiques*, Presses Universitaires de Perpignan, Perpignan, 2007.

Brouard, C. *Le handicap en chiffres*. Paris: Centre Technique National d'Etudes et de Recherches sur les Handicaps et les Inadaptations, février 2004.

Claude Blaho Poncé .Thèse de doctorat : Accessibilité, tourisme et handicap : pour une gouvernance des opportunités de l'accessibilité des territoires touristiques de demain à travers l'exemple du Languedoc Roussillon.Perpignan , Octobre 2010.

Cacomo, J.L., et B. Solonandrasana. *Innovations dans l'industrie touristique : enjeux et stratégies, 2ème édition*. Paris: L'Harmattan, 2006.

Camberlain, P. *Politiques et dispositifs du handicap en France*. 2008: Editions Dunod, Paris.

Compte, Roy. *La figure du handicap. Analyse d'une construction sociale et politique*. Université Paul Valéry, Montpellier III: Thèse de doctorat en sociologie, 2005.

Criscuolo, J. *Vivre avec son handicap : Combat pour la vie*. Lyon: Chronique sociale, 1995.

Dumez, F., et B. Mason. *Tourisme et Handicaps, la chaîne de l'offre touristique pour le droit aux vacances pour tous* , CNT , 2003.

Furnion, L. *Le Tourisme des personnes handicapées: une adaptation nécessaire*. Paris: Editions CTNERHI, Collection jeunes auteurs, 2001.

Gagneux, M. *Tourisme et handicap, l'offre touristique*. Paris: La Documentation française, 1999.

Goffman, E. *Stigmate : les usages sociaux du handicap*. Normandie: Les Editions de minuit, 1996.

Gohet, P. «Préface.» Dans *Accessibilité pour tous : La nouvelle réglementation*, de S. Kompany. Editions du Puits Fleuri, 2008.

Grosbois, L.R. *Handicap physique et construction, concevoir, adapter et réaliser pour tous*. Paris: Le Moniteur, 2004.

Kristeva, Julia. *Lettre au Président de la République sur les citoyens en situation de handicap, à l'usage de ceux qui le sont et de ceux qui ne le sont pas*. Paris, 2003.

Maslow, A. *Vers une psychologie de l'Etre*. Paris: Fayard, 1989.

Ministère de l'écologie, de l'énergie, du Développement durable et de la mer. *Guide technique Bâtir accessible, un enjeu pour tous*. Paris, octobre 2009.

Ministère de la Santé et des solidarités. *Définition de l'accessibilité : une démarche interministérielle*. Paris, 2006.

Mouchtouris, A. *Mixité sociale et égalité des chances*. Perpignan: Presses universitaires de Perpignan, 2008.  
Origet de Cluzeau, C., et P. Vicerat. *Le tourisme des années 2010 : La mise en futur de l'offre*. Paris: CNT, 2000.

Pagnon Maudet, C. *Stratégies de création d'entreprise hôtelière et touristique, 8 étapes pour réussir*, Editions Ellipse, 2008.

Tingry, E., *Handicaps : mieux vivre au quotidien ; recours, aides, solutions* .Éditions Libro Santé n° 677, Paris, 2005.