

Cahier des charges de la marque d'Etat

Destination pour tous

Janvier 2018



Amiens, Balaruc-les-Bains et Bordeaux : trois territoires labellisés Destination pour tous

Sommaire

Préambule.....	3
1. Gestion et gouvernance nationale de la marque	5
1.1. Modalités de gestion de la marque	5
1.2. La Commission nationale « Destination pour tous »	5
1.2.1. Composition	5
1.2.2. Modalités de fonctionnement.....	6
2. Critères d'attribution de la marque	7
2.1. Principes généraux.....	7
2.2. Définition du territoire éligible, audit et gouvernance du projet par le territoire	8
2.2.1. Définition du territoire éligible.....	8
2.2.2. Audit de la destination, de l'offre touristique et des services à la vie quotidienne	9
2.2.3. La gouvernance du projet.....	9
3. Offre touristique et de services de la destination	10
3.1. Prestations touristiques, de loisir et de répit	11
3.2. Prestations « services de la vie quotidienne »	12
4. Accessibilité de la destination et de l'offre touristique et de services à la vie quotidienne	14
4.1. Accessibilité de la destination.....	14
4.2. Accessibilité de l'offre touristique et de services à la vie quotidienne.....	14
5. La dynamique de la politique locale de sensibilisation-implication des acteurs locaux et de communication.....	15
5.1. La dynamique de la politique locale de sensibilisation et d'implication des acteurs locaux.....	15
5.2. La dynamique de la politique locale de communication	15
6. Les engagements après la labellisation	16
7. La communication des territoires labellisés	16
8. Usage de la marque d'Etat « Destination pour tous »	16
9. Conditions de renouvellement ou de retrait de la marque	17
10. Eléments constitutifs du dossier de candidature	17
Annexe 1 : Référentiel non exhaustif de l'audit de la destination, de l'offre touristique et des services à la vie quotidienne.....	20
Annexe 2 : Liste des prestations touristiques au travers des 5 catégories T&H	25
Annexe 3 : Prestations de services de la vie quotidienne : commerces de proximité, services de soins et d'accompagnement et services ouverts au public.....	26

Préambule

L'objectif de la marque « **Destination pour tous** » est de valoriser une destination touristique permettant un séjour prolongé inclusif pour tous, habitants du territoire ou visiteurs extérieurs, tenant compte de toutes les situations de handicap, notamment le handicap physique, sensoriel, cognitif, mental ou psychique, le polyhandicap et le trouble de santé invalidant mais également la perte d'autonomie liée à l'âge, les entraves au déplacement liées à la situation familiale, et proposant des activités ou prestations touristiques prenant en compte l'ensemble des demandes et des besoins des vacanciers en matière de répit, de loisirs, de culture et d'accompagnement, notamment dans les aspects de la vie quotidienne et les déplacements.

La marque Destination pour tous a vocation à accroître, à la fois, la fréquentation touristique et la notoriété du territoire dans le champ du tourisme pour tous mais aussi à fédérer l'ensemble des composants de la chaîne de déplacement pour l'ensemble des usagers à l'intérieur du territoire.

La marque a fait l'objet d'un dépôt à l'Institut national de la propriété industrielle.

Pour se voir décerner la marque, le territoire candidat proposant la destination touristique développe une politique d'accessibilité universelle volontariste qui se définit par la conjonction des deux principes que sont l'accès à tout pour tous et la conception universelle au sens de la convention internationale sur la protection et la promotion des droits et de la dignité des personnes handicapées du 7 mars 2007 de l'Organisation des Nations Unies, et dont les axes essentiels sont :

1. **la construction d'une offre touristique développée dans le cadre d'une démarche de « mise en tourisme » adaptée** selon les besoins et les demandes exprimées par chacun des publics, quelle que soit leur situation particulière, notamment familiale, leur statut d'aidé ou d'aidant, et les particularités du territoire, circonscrit à un seul lieu ou composé de plusieurs lieux (c'est-à-dire d'un territoire en archipel sous réserve que l'ensemble forme un réseau); pour ce faire, le territoire consulte notamment les organismes représentatifs des publics concernés, les syndicats professionnels du secteur, les services techniques des collectivités locales, les administrations en charge de ces sujets, etc. ;
2. **la mise en accessibilité des établissements recevant du public, des transports publics, des bâtiments d'habitation et de la voirie ;**
3. **le développement d'une offre d'accompagnement adapté tout au long du séjour pour l'accès aux prestations touristiques et activités de loisirs, les services de la vie quotidienne et les déplacements, la culture et le commerce**, qui ne doit toutefois pas se substituer à une offre globale accessible en autonomie ;
4. **le développement d'une démarche intégrant et valorisant les nouveaux services ou techniques innovants, notamment en matière de communication et de services de substitution.**

La destination touristique doit répondre à la définition suivante : périmètre territorial proposant l'accès à une offre de tourisme et de loisirs cohérente, variée et adaptée en

fonction des publics accueillis, ainsi que l'ensemble des services d'aide accessible et d'accompagnement adapté.

Le périmètre, qui ne correspond pas nécessairement à une délimitation administrative, doit prouver son identité touristique.

Ce périmètre territorial accessible peut être limité à un quartier, une commune, une intercommunalité ou se structurer en réseau sur plusieurs intercommunalités. L'offre touristique est proportionnelle à la fréquentation touristique du territoire et la chaîne de déplacement en son sein garanti, sans obstacle et de manière équitable, que chaque point d'intérêt touristique peut être atteint à la fois par un mode de transport collectif et/ou un mode de transport individuel, et se situe à une distance acceptable pour permettre un aller-retour dans la journée.

La définition du territoire est précisée au point 2.1 du cahier des charges.

Quelle que soit la taille du territoire candidat, la marque implique un portage politique du projet et la mise en synergie au niveau local de tous les acteurs publics et privés.

La marque est délivrée pour une durée de cinq ans.

Dans une démarche de progrès, les territoires labellisés s'engagent, selon une programmation détaillée, à mener des actions sur la durée de la labellisation pour renforcer l'offre existante et répondre aux exigences de l'ordonnance n° 2014-1090 du 26 septembre 2014 relative à la mise en accessibilité des établissements recevant du public, des transports publics, des bâtiments d'habitation et de la voirie pour les personnes handicapées, modifiée par la loi n° 2015-988 du 5 août 2015 en portant ratification. Les territoires candidats présentent leur projet dans le cadre d'un appel à candidatures lancé par les ministères en charge de la gestion de la marque.

Afin d'obtenir la marque, les territoires candidats doivent satisfaire :

- **aux conditions d'attribution précisées ci-après,**
- **et faire acte de candidature en présentant un dossier de candidature conformément au point 10 ci-après.**

Un Guide méthodologique d'accompagnement des territoires dans leur démarche de labellisation Destination pour tous est mis à disposition des territoires.

Le cahier des charges, le guide méthodologique et le modèle de dossier de candidature sont téléchargeables à partir du site :

- de la DGE : site des marques nationales du tourisme :

www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme.

- de la DGCS :

<http://solidarites-sante.gouv.fr/ministere/organisation/directions/article/dgcs-direction-generale-de-la-cohesion-sociale>

1. Gestion et gouvernance nationale de la marque

1.1. Modalités de gestion de la marque

La gestion de la marque « Destination pour tous » est assurée par les ministres chargés des personnes handicapées et du tourisme représentés respectivement par la Direction Générale de la Cohésion Sociale (DGCS) et par la Direction Générale des Entreprises (DGE) qui coprésident la commission nationale « Destination pour tous ».

Les deux ministères en charge de la gestion de la marque, en lien avec ministère en charge de l'accessibilité de la chaîne de déplacement pour ce qui concerne l'accessibilité de la destination, accompagneront le territoire dans la démarche de labellisation.

1.2. La Commission nationale « Destination pour tous »

1.2.1. Composition

La Commission nationale est composée de quatre collèges. Les membres des trois premiers collèges statuent avec voix délibérative, ceux du quatrième collège siègent avec voix consultative.

Le premier collège regroupe les représentants des administrations concernées. Il est composé de la manière suivante :

- 1 représentant du ministre chargé des personnes handicapées,
- 1 représentant du ministre chargé du tourisme,
- 1 représentant du ministre chargé de l'accessibilité de la chaîne de déplacement,
- 1 représentant du ministre chargé de la culture,
- 1 représentant du ministre chargé du sport,
- 1 représentant du ministre chargé des collectivités locales,
- 1 représentant du secrétaire général du comité interministériel du handicap.

Le deuxième collège regroupe des représentants des personnes handicapées. En sont membres les associations et formation suivantes : l'Association des paralysés de France (APF), l'Union Nationale des associations de parents, de personnes handicapées mentales et de leurs amis (UNAPEI), l'Union nationale pour l'insertion sociale des déficients auditifs (UNISDA), la Confédération française pour la promotion sociale des aveugles et des amblyopes (CFPSAA), l'Union nationale des amis et familles de malades psychiques (UNAFAM), l'association française des aidants et la formation Personnes âgées et retraitées du Haut conseil de la famille, de l'enfance et de l'âge (HCFEA).

Le troisième collège regroupe les territoires et les acteurs économiques. En sont membres les organismes suivants : l'Association des maires de France (AMF), le Réseau des agences départementales Tourisme et Territoires (T&T), la Fédération nationale des comités régionaux du tourisme (Destination Région), les Offices de tourisme de France (OTF), les Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie France (CCI France), l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH) et la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA).

Le quatrième collège est composé de deux à six personnalités qualifiées susceptibles de collaborer à la gestion de la marque en raison de leurs compétences ou expériences particulières, nommées à parité par le ministre chargé des personnes handicapées et le

ministère chargé du tourisme, le cas échéant sur proposition des autres ministères membres de la commission nationale.

1.2.2. Modalités de fonctionnement

La Commission nationale est chargée :

- d'examiner la recevabilité des candidatures des territoires au regard du présent cahier des charges ;
- d'entendre les candidats jugés recevables et de leur indiquer la démarche à mettre en œuvre pas à pas afin de lever les éventuels freins au développement du projet ;
- de délivrer la marque « Destination pour tous ».

Une partie des compétences de la Commission nationale peut être déléguée à une formation restreinte de cette même Commission.

La Commission nationale adopte son règlement intérieur qui précise ses modalités de fonctionnement, les conditions de création de la formation restreinte et les modalités de désignation de ses membres et les conditions d'examen des candidatures.

Les territoires sont invités à venir présenter leur dossier devant la Commission nationale afin notamment de détailler :

- le niveau d'accessibilité du territoire et les efforts à engager pour l'améliorer le cas échéant,
- la construction de l'offre touristique,
- les modalités de cette offre et la stratégie de son développement,
- les conditions de mise en œuvre auprès des publics,
- la stratégie de valorisation et de promotion dans l'hypothèse de labellisation de la destination,
- les éventuels freins rencontrés au plan local.

Au terme de cette présentation, la Commission nationale leur indique :

- la démarche collaborative à suivre étape par étape de développement
- les interlocuteurs et partenaires à solliciter au plan local
- l'éventuel calendrier à mettre en place en vue de la visite complémentaire sur place des administrations compétentes le cas échéant.

La Commission nationale peut préconiser que le territoire organise un séjour test de la destination touristique qu'il propose. La Commission définit le périmètre et les modalités du séjour test, organisé gracieusement par le territoire au bénéfice des publics concernés. Il donne lieu à un questionnaire-type de satisfaction.

La Commission nationale délibère pour l'attribution de la marque au vu des éléments complémentaires apportés par le territoire et des résultats du questionnaire-type de satisfaction rempli suite au séjour test le cas échéant.

Elle apprécie souverainement les conditions de mise en œuvre des exigences du cahier des charges.

Le territoire s'engage à mettre en place une « écoute client » qui doit permettre aux publics accueillis de faire part de leurs remarques à l'issue d'un séjour afin de veiller au maintien de

la qualité de l'offre proposée et à son amélioration pendant toute la durée d'attribution de la marque.

2. Critères d'attribution de la marque

2.1. Principes généraux

Le dossier, qui propose une destination touristique pour tous, habitants du territoire ou visiteurs extérieurs, tenant compte de toutes les situations de handicap, notamment le handicap physique, sensoriel, cognitif, mental ou psychique, le polyhandicap et le trouble de santé invalidant mais également la perte d'autonomie liée à l'âge, les entraves au déplacement liées à la situation décline, pour les quatre familles de handicap auditif, mental, moteur et visuel, l'offre proposée selon des critères et des niveaux d'amélioration progressive. Il démontre un engagement volontaire en faveur de l'accessibilité universelle.

Les critères d'attribution sont les suivants :

1. Définition du territoire

- offre touristique-loisirs-répît
- prestations de service de la vie quotidienne

2. Gouvernance, sensibilisation des acteurs locaux, communication (dont numérique)

3. Accessibilité :

- des prestations touristiques
- des déplacements collectifs
- des déplacements à pieds
- des services d'accompagnement et d'aide à la personne (offre sanitaire et médicosociale)

Le dossier expose la démarche retenue pour construire le projet avec les associations et organismes représentant les publics concernés.

A chacun des 3 critères correspond un nombre de points : de 0 à 250 points pour la définition du territoire éligible, de 0 à 250 points pour la gouvernance et de 0 à 500 points pour l'accessibilité de la destination. Le nombre total de points pour les 3 critères est de 1000.

Chaque critère doit obtenir a minima un nombre de points égal à la moitié du nombre maximum, soit 125/250 et 250/500. L'obtention d'un 0 à l'une ou l'autre des rubriques d'un critère est éliminatoire.

Toute candidature ayant obtenu moins de 501 points est jugée irrecevable.

Seules les candidatures recueillant un total compris entre 501 et 1 000 points répartis sur les 3 critères sont éligibles à la marque.

L'attribution de la marque DPT se fait dans le cadre d'une démarche de progrès. La labellisation est graduée en fonction de la conformité des réponses aux 3 critères :

- De 901 à 1000 points : Or
- De 701 à 900 points : Argent
- De 501 à 700 points : Bronze

Bronze

Argent

Or

Le territoire poursuit la démarche de progression suite à l'obtention de la marque.

Dans le cadre de son obligation d'apporter une information fiable et objective sur l'accessibilité de la destination et de l'offre touristique et de services, le territoire informe les publics sur le niveau de labellisation obtenue.

2.2. Définition du territoire éligible, audit et gouvernance du projet par le territoire

2.2.1. Définition du territoire éligible

La marque « Destination pour tous » garantit que la destination touristique proposée dans le territoire intègre les besoins de loisirs, de répit et d'accompagnement de tous les publics dans le cadre d'une démarche concertée avec les associations ou organismes représentant les personnes handicapées pour tous les types de handicap, notamment physique, sensoriel, cognitif, mental ou psychique, d'associations ou organismes représentant les personnes âgées, les familles, les Chambres de Commerce et d'Industrie, les syndicats professionnels du secteur, les administrations et les élus.

La candidature à la marque « Destination pour tous » requiert du territoire un engagement à moyen et long terme, implique que ce dernier développe une politique de communication adaptée à l'ensemble des publics, et sensibilise l'ensemble des acteurs locaux dont il impulse et suit l'engagement dans le développement de la destination touristique.

Chaque destination touristique doit répondre à la définition suivante : périmètre territorial proposant l'accès à une offre de tourisme et de loisir cohérente, elle-même variée et adaptée en fonction des publics accueillis, ainsi que l'ensemble des services d'aide accessible et d'accompagnement adapté.

Le périmètre, qui ne correspond pas nécessairement à une délimitation administrative, peut être un espace circonscrit à un seul lieu ou composé de plusieurs lieux, c'est à dire d'un territoire en archipel sous réserve que l'ensemble forme un réseau : la chaîne de déplacement assure une continuité territoriale équitable et sans obstacles. Ainsi chaque point d'intérêt touristique de la destination doit être atteignable, à la fois, par un mode de transport collectif et par un mode de transport individuel et être à une distance permettant un aller-retour sur la journée.

La limite du territoire touristique est donc modulable en fonction de la cohérence de l'offre touristique et de services accessible, de sa mise en réseau et de la distance/temps qui sépare les lieux accueillant les activités touristiques.

Quel que soit ce périmètre, le territoire doit prouver son identité touristique.

Exemples :

- **une collectivité de petite taille**, dépourvue d'infrastructure de transport, mais au sein de laquelle existe une offre de répit aidant/aidé complétée d'une offre touristique adaptée, dès lors que les prestations proposées intègrent un accompagnement adapté des vacanciers ;
- **un territoire au fort patrimoine historique dont la mise en accessibilité relève des dérogations** prévues à l'article L. 111-7-3 du code de la construction et de

l'habitation, mais valorisant une activité culturelle, sportive ou de découverte, intégrant un accompagnement adapté des vacanciers ;

- **une métropole**, par nature pôle régional d'attractivité économique et patrimoniale, développant une offre touristique adaptée en vue notamment d'accueillir des groupes de vacanciers à besoins spécifiques ;
- un parc naturel régional [...]

Le territoire précise la mention du ou des type(s) de destination (campagne, mer, montagne, tourisme urbain...) et indique les activités proposées

2.2.2. Audit de la destination, de l'offre touristique et des services à la vie quotidienne

Le territoire doit accompagner sa candidature d'un audit externe qui s'assure que la destination touristique permet un séjour prolongé inclusif pour tous, habitants du territoire ou visiteurs extérieurs, tenant compte de toutes les situations de handicap, notamment le handicap physique, sensoriel, cognitif, mental ou psychique, le polyhandicap et le trouble de santé invalidant mais également la perte d'autonomie liée à l'âge, les entraves au déplacement liées à la situation familiale, et proposant des activités ou prestations touristiques prenant en compte l'ensemble des demandes et des besoins des vacanciers en matière de répit, de loisirs, de culture et d'accompagnement, notamment dans les aspects de la vie quotidienne et les déplacements

L'audit est réalisé par un cabinet d'expertise indépendant au choix du candidat. Le coût de cette expertise est à la charge du territoire candidat à la marque.

L'audit doit s'assurer de l'accessibilité de la destination (prestations touristiques, déplacements collectifs, déplacements à pieds et des services d'accompagnement et d'aide à la personne. Dans ce cadre, l'audit portera sur l'accessibilité du cadre bâti, des transports et de la voirie.

L'audit est illustré d'exemples concrets et de témoignages représentatifs. Dans le cadre de sa mission, le cabinet d'audit est invité à réaliser des visites mystères des principaux parcours touristiques.

Un référentiel non exhaustif des éléments de l'audit figure en annexe 1 du présent cahier des charges.

2.2.3. La gouvernance du projet

La candidature à la marque DPT doit être organisée par le territoire comme un projet de mise en synergie des différents acteurs privés et publics du territoire: acteurs du secteur touristique et du secteur marchand, associations de personnes en situation de handicap, services publics, autorités organisatrices de transports et autorités en charge de la voirie, etc.

Le projet est porté par une autorité unique et pertinente du territoire, directeur de projet, qui en assure la gouvernance politique et technique (exemple : un élu ou une personne ayant légitimité sur le territoire).

Le directeur de projet définit un mode de gouvernance représentatif et adapté à la taille du territoire.

Quelle que soit la taille du territoire, un comité de pilotage est mis en place. Il regroupe notamment, sous l'autorité de l'élu ou de la personnalité désignée, les services de l'Etat concernés, les représentants des différents acteurs engagés dans la démarche et associe notamment les professionnels du tourisme et du secteur marchand et leurs fédérations, le ou les offices de tourisme, les associations représentatives des personnes handicapées ou des personnes âgées ou des familles, la ou les Chambres de Commerce et d'Industrie et/ou les chambres d'agriculture, les services en charge de la voirie et des transports, les comités régionaux et les agences de développement touristique.

Le suivi et la gestion du projet sont confiés à un chef de projet mandaté par le territoire pour gérer le projet.

Le chef de projet, qui anime les différentes instances de travail sous les instructions du comité de pilotage, est l'interlocuteur de la Commission nationale de la marque Destination pour tous pendant toute la période d'instruction et sur l'ensemble de la période de labellisation. Il peut solliciter, en tant que de besoin, les ministères en charge de la marque pour toute question dont notamment une expertise sur la candidature.

Le mode de gouvernance a vocation à continuer à fonctionner après attribution de la marque dans le cadre de la démarche de progrès.

3. Offre touristique et de services de la destination

L'Offre touristique et de services de la destination, s'inscrivant dans la définition du périmètre définie au point 2.2.1, comprend, d'une part, les prestations touristiques, de loisirs et de répit et, d'autre part, les prestations de services.

Les prestations constitutives de l'offre touristique et de services de la destination doivent :

- **être représentatives du territoire et proportionnelles à la fréquentation touristique**, et à la densité du territoire et significative en termes de prestations et services ;
- **s'inscrire dans une démarche de revitalisation des centres bourg et d'innovation** notamment avec le numérique (équipements, outils, création de produits...);
- **prendre en compte la dimension « tourisme pour tous »** : accessibilité financière de l'offre et ouverture au plus grand nombre (partenariats, acceptation de chèques vacances ou autres offres adaptées prévues pour certaines clientèles ayant des difficultés d'accès aux vacances, etc...).

Le cas échéant, l'offre touristique et de services peut prendre en compte les prestations proposées dans un rayon de vingt minutes de trajet automobile, dans des conditions de circulation habituelle au sein du territoire concerné.

Le cas échéant, le territoire peut développer une offre d'accompagnement adapté et ciblé tout au long du séjour pour l'accès aux prestations touristiques et activités de loisirs, les services de la vie quotidienne et les déplacements, la culture et le commerce, qui ne doit toutefois pas se substituer à une offre globale accessible en autonomie.

Le territoire est invité à développer une démarche intégrant et valorisant les nouveaux services ou techniques innovants, notamment en matière de communication et de services de substitution.

3.1. Prestations touristiques, de loisir et de répit

Le projet met en évidence le potentiel d'activités touristiques, de loisirs ou et de répit de la destination, déclinées pour chaque famille de handicap auditif, mental ou psychique, moteur et visuel en s'assurant d'une répartition homogène par rapport à l'offre globale.

Le projet met en évidence la permanence de l'offre durant toute l'année (saison touristique ou non), quelles que soient les conditions climatiques, ainsi que les activités de repli (telles que : salle de spectacles, cinéma, médiathèque, boulodrome, bowling, tennis, piscine, etc...) de même que la capacité du territoire à déployer des modalités d'accueil de groupes de vacanciers à besoins spécifiques.

Que ce soit pour les activités touristiques, de loisirs ou de répit, le projet présente un panel de prix permettant de garantir l'accessibilité financière de l'offre, représentative des différentes gammes de prix existantes.

S'agissant de l'innovation, notamment en lien avec le numérique, le projet détaille l'offre innovante pour chacune des prestations touristiques, de loisirs, de répit, d'hébergement et de restauration, culturelles ou liées à la vie quotidienne (téléachat, livraison à domicile, etc...) Le projet présente également l'état de l'accessibilité des sites internet et des services d'information en ligne ou l'engagement du territoire dans la démarche de labellisation e-accessible.

La candidature Destination Pour Tous s'inscrit dans la démarche du Tourisme Accessible également représentée par la marque Tourisme & Handicap (T&H). Le projet valorise les prestations touristiques, de répit et de loisirs au travers des 5 catégories d'activités labellisables Tourisme & Handicap : Hébergement, Information touristique, Loisir, Restauration et Visite.

Par ailleurs, le projet valorise, autant que possible, les acquis des démarches « qualité » portées par le ministère en charge du tourisme : les territoire bénéficiant d'un contrat de structuration de pôles touristiques territoriaux (SPôTT), le tourisme thermal, le tourisme fluvial, les communes classées stations de tourisme, les hébergements touristiques classés par étoile (hôtels, campings, parcs résidentiels de loisirs, résidences de tourisme, villages de vacances et meublés de tourisme), les prestations marquées Qualité Tourisme etc. **Le territoire peut également valoriser** les dispositifs tels que Villes Amies des Aînés, Villes et Pays d'Art et d'Histoire, villes fleuries, l'obtention éventuelle du Prix « Patrimoine pour tous » etc.

Il met également en exergue les dispositifs innovants déployés dans son périmètre, et proposant aux personnes handicapées et à leurs aidants/accompagnants des solutions de vacances et de répit, par exemple :

- Un village de vacances proposant des séjours en famille, avec les aidants familiaux, dans un cadre adapté et proposant des activités elles-mêmes adaptées aux besoins des uns et des autres ;
- Un établissement social ou médicosocial organisant l'accueil temporaire de personnes handicapées ou de personnes âgées et proposant concomitamment un séjour de vacances pour leurs proches aidants (article L. 312-1 VI du code de l'action sociale et des familles).

Dans le cadre de la valorisation de la destination, le territoire propose au moins le regroupement dans une offre, entièrement accessible, de produits et services complémentaires à des conditions tarifaires avantageuses. Cette offre peut être mise en place et commercialisée en partenariat avec l'Office de Tourisme, une agence de voyage réceptive, le CDT ou le CRT. Elle peut être proposée à la journée, en court, moyen ou long séjour.

La liste des prestations par catégorie T&H est présentée en annexe 2 du présent CDC.

Le cas échéant, le projet propose des prestations supplémentaires.

Le projet présente une offre de prestation, pour chacune des 5 catégories, représentative et proportionnelle à la fréquentation touristique et à la densité du territoire.

Dans la perspective d'accroître la notoriété du territoire dans le champ du tourisme, le projet précise, autant que possible, la/les thématique(s) touristique(s) caractérisant la destination.

Le projet présente une offre d'hébergements « classés » (a minima deux niveaux catégoriels différents) représentative et proportionnelle à la taille et à la densité du territoire.

S'agissant des territoires qui, de par leur nature, ne disposeraient majoritairement que d'une offre d'hébergement en périphérie, la liaison en transports collectifs accessibles entre le territoire et cette offre d'hébergement périphérique doit être obligatoirement garantie.

Le projet doit compter parmi ses objectifs opérationnels l'augmentation de la fréquentation touristique par tous.

3.2. Prestations « services de la vie quotidienne »

Le territoire candidat démontre sa capacité à offrir une gamme complète de services de la vie quotidienne (commerces, services ouverts au public, services de soins et d'accompagnement) permettant ainsi de passer un séjour de qualité. La liste des prestations est détaillée en annexe 3.

S'agissant des commerces et services ouverts au public, le projet met en évidence :

- **le potentiel de services de la destination autour de son (ou de ses) attractivité(s) principale(s) et complémentaires**, déclinées pour chaque famille de handicap auditif, mental ou psychique, moteur et visuel en s'assurant d'une répartition homogène par rapport à l'offre globale,
- **la permanence des services** durant toute l'année (saison touristique ou non) et détaille l'offre innovante (notamment avec le numérique) pour chacun des services,
- **la démarche de revitalisation des centres bourg.**

Le projet présente, également pour ces services, l'état de l'accessibilité des sites internet et des services d'information en ligne ou l'engagement du territoire dans la démarche de labellisation e-accessible.

S'agissant des services de soins et d'accompagnement, l'offre de soin garantit obligatoirement au jour de la labellisation l'accès aux soins de médecine générale, aux soins infirmiers et aux soins de kinésithérapie. L'accès à une pharmacie d'officine doit également être garanti dans les mêmes conditions d'organisation.

Le porteur de projet veille régulièrement à ce que les professionnels de santé soient sensibilisés à l'accueil de publics en situation de handicap, notamment le handicap physique, sensoriel, cognitif, mental ou psychique, le polyhandicap et le trouble de santé invalidant ou en perte d'autonomie liée à l'âge.

Les services d'aide à domicile sont en nombre suffisant et interviennent :

- tous les jours y compris les samedis et dimanches,
- sur toutes les amplitudes horaires,
- avec une capacité d'adaptation à la demande spécifique.

Les services d'aides à domicile, dont les personnels sont sensibilisés à la diversité des situations spécifiques, mettent en œuvre en amont des séjours une communication adaptées à la parfaite compréhension des besoins des visiteurs.

Dans un rayon de 20 minutes de trajet automobile autour de la destination touristique, dans les conditions de circulation habituelles du territoire concerné, le projet prévoit la présence d'un professionnel de santé au sens de l'article L. 162-47 du code de la sécurité sociale durant les périodes touristiques ou la présence d'une offre de soins au sens de l'article L. 6121-1 du code de la santé publique.

Il prévoit également la formalisation d'un plan d'évacuation par des moyens disponibles de transports de malades ou de blessés vers un établissement de santé autorisé à exercer l'activité de médecine d'urgence.

Le projet prévoit l'information du public sur les questions liées à l'organisation des services de garde médicale et pharmaceutique, les professionnels de santé disponibles ainsi que sur l'accessibilité des cabinets médicaux et des commerces ainsi que sa diffusion adaptée.

S'agissant de la démarche d'innovation notamment avec le numérique, le projet détaille l'offre innovante relative aux services de la vie quotidienne.

4. Accessibilité de la destination et de l'offre touristique et de services à la vie quotidienne

L'ensemble des prestations proposées sont conformes aux exigences de l'ordonnance n° 2014-1090 du 26 septembre 2014 relative à la mise en accessibilité des établissements recevant du public, des transports publics, des bâtiments d'habitation et de la voirie pour les personnes handicapées, modifiée par la loi n° 2015-988 du 5 août 2015 en portant ratification.

4.1. Accessibilité de la destination

Le projet doit garantir aux publics en situation de handicap, notamment le handicap physique, sensoriel, cognitif, mental ou psychique, le polyhandicap et le trouble de santé invalidant ou en perte d'autonomie liée à l'âge, ainsi qu'à leurs aidants ou accompagnateurs, l'accessibilité des infrastructures et des services, une qualité d'usage et de services tant à l'entrée sur le territoire que durant le séjour et pour le départ.

Lorsque le service de transport fait l'objet d'un schéma directeur d'accessibilité- Agenda d'accessibilité programmée (SDA-Ad'Ap) en cours, le territoire est à même de proposer un accompagnement adapté des vacanciers leur garantissant l'accessibilité de la destination.

Il en est de même pour la destination touristique dépourvue d'infrastructure de transport.

Le projet valorise de nouveaux services/offre accessible innovante – notamment numériques - ainsi que des moyens alternatifs et de substitution.

4.2. Accessibilité de l'offre touristique et de services à la vie quotidienne

Lorsque l'offre touristique ou de services fait l'objet d'un agenda d'accessibilité programmée (Ad'AP) ou d'une mesure de dérogation, le territoire est à même de proposer un accompagnement adapté des vacanciers leur garantissant l'accessibilité à cette offre.

Il développe des moyens de substitution intégrant les pistes créatives favorisant l'accessibilité pour les publics ayant des besoins spécifiques, temporaires ou permanents (équipements, outils, création de produits, dimensions multi- sensorielles de présentation de l'offre touristique du territoire, développement d'outils numériques innovants, etc.).

Le territoire propose un quota de prestations accessibles par catégorie d'établissement recevant du public, précisé au regard du nombre et des catégories de prestations de l'offre globale du territoire, qui garantisse l'accueil adapté des publics mentionnés au point 3.1, notamment les familles avec enfant ou les personnes accompagnées de leur aidant ainsi que des modalités d'accueil diversifiées.

L'ensemble de la chaîne de déplacement est garanti en toutes circonstances, soit par le fonctionnement du réseau de transport public, soit par tout moyen d'accompagnement individualisé à des coûts équivalents pour tous.

Afin d'être labellisé, le projet doit répondre aux exigences détaillées dans l'appel à candidature.

5. La dynamique de la politique locale de sensibilisation-implication des acteurs locaux et de communication

5.1. La dynamique de la politique locale de sensibilisation et d'implication des acteurs locaux

Un plan de sensibilisation et de formation des acteurs locaux (acteurs du tourisme, du secteur marchand, de la voirie et des transports, etc.) doit être élaboré afin de :

- faire connaître les enjeux et objectifs de l'obtention de la marque Destination pour tous,
- mobiliser autour de l'objectif d'accessibilité universelle,
- fédérer les professionnels des différents secteurs dans la démarche,
- conduire à l'appropriation, par l'ensemble des professionnels, des attentes et besoins spécifiques de leurs publics, ainsi que des moyens opérationnels et techniques à mettre en œuvre pour garantir un accueil de qualité, adapté à chacun.

Une présentation détaillée des outils de sensibilisation – implication envisagés (en intégrant notamment les nouveaux services ou techniques innovants) et le calendrier retenu pour leur déploiement, en indiquant les modalités tant aux plans quantitatif que qualitatif, sont joints au dossier de candidature.

Les associations et organismes représentant les personnes handicapées, les personnes âgées et les familles, les Chambres de Commerce et d'Industrie ainsi que les services territoriaux des secteurs du tourisme (CRT, ADT/CDT, Office de tourisme...) et de la culture sont associés à la démarche.

Un bilan qualitatif et quantitatif des actions de formation est effectué par le territoire candidat, qui le verse au dossier de demande de renouvellement de la labellisation.

5.2. La dynamique de la politique locale de communication

Le territoire candidat développe une politique de communication cohérente afin de garantir une information des personnes handicapées ou à mobilité réduite adaptée selon les besoins et les demandes exprimées par chacun des publics, quelle que soit leur situation particulière, notamment familiale, leur statut d'aidé ou d'aidant, en amont de leur séjour et sur place, sur l'offre existante au sein du territoire (site internet, plaquettes d'information, etc...).

Les outils de communication (sites internet, plaquettes, etc.) informent de façon précise sur les conditions d'accessibilité du territoire. Ces outils sont eux-mêmes rendus accessibles aux différents types de handicap pour lesquels la marque est demandée (exemples : site internet conforme aux prescriptions du référentiel général d'accessibilité pour les administrations, traduction en langue des signes française (LSF) des vidéos et informations sonores, sous-titrage, applications smartphone permettant la géolocalisation des équipements, réalisation de plaquettes, outils adaptés aux personnes déficientes mentales, documents faciles à lire et à comprendre, documents rédigés en « Facile à Lire et à Comprendre » (FALC).)

Le territoire est invité à développer une offre innovante en intégrant et valorisant les nouveaux services ou techniques innovants.

Une présentation détaillée des outils de communication envisagés pour l'accueil et l'information des publics ainsi que pour la promotion de l'ensemble des prestations attendues de la destination, ainsi que le calendrier et les modalités de leur déploiement sont joints au dossier de candidature.

Le territoire présente, en liaison avec les professionnels du tourisme, sa stratégie de valorisation et de promotion de la destination dans l'hypothèse où sa candidature est lauréate de la marque Destination pour tous.

6. Les engagements après la labellisation

La marque DPT a pour objectif d'apporter une information fiable et objective sur l'accessibilité de la destination et de l'offre touristique et de services. C'est pourquoi l'attention du territoire est appelée sur son obligation d'information fiable et objective sur le niveau de labellisation obtenue.

En vue du renouvellement de la marque, le territoire s'engage à poursuivre le développement de la destination touristique dans une démarche de progrès, notamment par :

- la diversification et l'innovation de la proposition touristique et des outils et technologies qui l'accompagnent,
- le renforcement de la politique locale impliquant l'ensemble des acteurs,
- la diversification et la consolidation du réseau des professionnels et acteurs impliqués,
- l'extension progressive aux plans quantitatifs, qualitatifs et géographiques de la destination touristique et du réseau de transport et des modes d'accompagnement permettant d'accéder à l'offre de tourisme, de loisirs ou de répit,
- la construction de partenariats notamment avec d'autres territoires labellisés DPT ou des porteurs de projets innovants.

7. La communication des territoires labellisés

Les « destinations pour tous » lauréates bénéficient d'actions de communication sur les sites des ministères chargés des personnes handicapées et du tourisme, afin de faire connaître au grand public l'offre touristique et pourront être associées aux actions organisées au niveau national, européen ou international.

8. Usage de la marque d'Etat « Destination pour tous »

Seuls les territoires qui ont obtenu la marque « Destination pour tous » peuvent utiliser la marque déposée correspondante.

Les modalités d'utilisation de la Marque par le territoire et les Acteurs locaux sont définies dans le Règlement d'usage.

Lorsque le territoire obtient la marque « Destination pour tous », l'ensemble des établissements, collectivités ou institutions participant au projet peuvent se prévaloir de la marque « Destination pour tous ».

9. Conditions de renouvellement ou de retrait de la marque

La demande de renouvellement de la labellisation est formulée auprès des ministres chargés des personnes handicapées et du tourisme dans les douze mois précédant la date d'expiration de la labellisation en cours.

Le dossier de renouvellement est constitué conformément au point 11 du présent cahier des charges.

Il est complété du bilan circonstancié quantitatif, qualitatif et financier des prestations touristiques, de répit et de loisirs proposés depuis l'obtention de la marque.

Le bilan présente les activités et réalisations opérées et traduit la logique de développement de l'offre accessible du territoire dans l'intérêt des publics accueillis.

Ce bilan précise, a minima :

Le nombre global de vacanciers concernés, le nombre total de jours de vacances, le nombre global de séjours touristiques organisés et les prestations qui ont été proposées, détaillant le ou les lieux de séjour, sa durée, la composition des groupes de personnes accueillies ;

- les ressources humaines mobilisées ;
- les actions de sensibilisation-implication déployées et le nombre de bénéficiaires ;
- un comparatif entre les périodes N et N-1 ;
- la perception / sensibilité/ satisfaction du public accueilli sur les séjours réalisés (retour des questionnaires de satisfaction) ;
- une analyse de la fidélisation des publics concernés ;
- une mise en perspective des évolutions, l'évolution prévisible des activités, les éléments marquants autour de l'activité.

Le territoire peut ajouter tout élément susceptible d'enrichir le bilan.

Il est tenu compte du bilan des dernières années écoulées lors de l'examen de la demande de renouvellement de la marque.

10. Eléments constitutifs du dossier de candidature

Pour candidater, le territoire complète un dossier de candidature simplifié.

Le dossier de candidature doit présenter l'offre touristique construite dans le cadre des points 2.2.1, 3, 4, 5 et 6 du présent CDC.

Le territoire doit notamment mettre en évidence :

- la pertinence du mode de gouvernance au regard du périmètre de la destination,
- que l'offre touristique est « proportionnelle » à la fréquentation touristique,

- dans la mesure du possible, une offre touristique qui valorise les acquis de la démarche « qualité » portée par le ministère en charge du tourisme,
- que l'offre de prestations et services est « significative » au regard du territoire,
- l'accessibilité de la destination et de l'offre touristique et de services à la vie quotidienne
- le développement d'une démarche valorisant les nouveaux services ou techniques innovants,
- les moyens de communication à destination des personnes handicapées,
- les moyens d'écoute, d'analyse et de traitement de « l'écoute client »,
- sa stratégie de valorisation et de promotion dans l'hypothèse où la destination est lauréate de la marque Destination pour tous,
- les engagements « post-labellisation » du territoire.

Le dossier de candidature comporte les éléments suivants:

1. la présentation du périmètre retenu : la délimitation du périmètre retenu doit être précise et consacrée au moyen de documents cartographiques ;
2. l'audit de l'accessibilité de la destination établi selon le référentiel présenté en annexe 1 du présent Cahier des charges ;
3. l'avis de la (ou des) commissions communales ou intercommunales pour l'accessibilité prévues à l'article L. 2143-3 du code général des collectivités territoriales ;
4. la nature de la destination : campagne, mer, montagne, tourisme urbain ;
5. l'offre touristique, de loisirs et de répit ;
6. l'offre de commerces, de services ouverts au public, de services de soins et d'accompagnement ;
7. le nombre de lits accessibles pour le handicap moteur, qui doit être précisé au regard du nombre total de lits dans l'offre globale ;
8. la présentation du mode de gouvernance : autorité en charge du dossier, référent désigné, composition du comité de pilotage ;
9. la politique de sensibilisation et d'implication des acteurs locaux ;
10. la politique de communication ;
11. la stratégie du territoire pour valoriser et promouvoir la destination (notamment post-labellisation) ;
12. la présentation des programmations détaillées par catégorie sur les 5 ans de labellisation ;
13. la présentation du plan de sensibilisation et de formation des professionnels accueillant des personnes handicapées et du calendrier de mise en œuvre ;
14. l'acte d'engagement signé par chacun des acteurs locaux partenaires du territoire candidat ;
15. la méthodologie de l'écoute client.

Le territoire pourra apporter tout élément supplémentaire notamment cartographique susceptible d'enrichir sa candidature.

Un Guide méthodologique est à disposition des territoires pour les aider dans leur démarche de candidature.

CRITERES, sous-critères		Nombre de points par critère
1er	Définition du territoire éligible	0 à 250
	1.1 Offre touristique - loisir - répit	
	1.2 Prestations de service de la vie quotidienne	
2ème	Gouvernance	0 à 250
	2.1 Dynamique de la politique de sensibilisation et d'implication des acteurs locaux	
	2.2 Dynamique de la politique de communication	
3ème	Accessibilité de la destination	0 à 500
	3.1 Accessibilité des prestations touristiques	
	3.2 Accessibilité des déplacements collectifs	
	3.3 Accessibilité des déplacements à pieds	
	3.4 Accessibilité des services d'accompagnement et d'aide à la personne (offre sanitaire et médicosociale)	

Annexe 1 : Référentiel non exhaustif de l'audit de la destination, de l'offre touristique et des services à la vie quotidienne

L'audit doit porter sur les différents éléments constitutifs de la chaîne du déplacement au regard des toutes les déficiences reconnues par la loi de février 2005: la voirie et les espaces publics, les ERP, les services de transport. Pour information, vous pouvez consulter le site : www.accessibilite.gouv.fr

1. La voirie et les espaces publics

La voirie et les espaces publics sont aux interfaces avec le cadre bâti et les services de transport. Ils doivent permettre aux usagers venus sur le territoire labellisé « DPT » de cheminer et circuler dans la plus grande autonomie possible en tenant compte des impossibilités techniques avérées (ITA) qui peuvent, entre autres, être dues à la topographie.

1.1. En ce qui concerne les cheminements piétons, les points essentiels à auditer sont :

- La qualité des sols – non meubles, non glissants, stabilisés, non réfléchissant permettant à des personnes mal-marchantes, des personnes en fauteuil roulant, des personnes âgées se déplaçant notamment avec l'aide d'un déambulateur, des personnes se déplaçant à l'aide d'une ou deux cannes, des personnes avec poussette ou enfants en bas âges, des personnes avec des bagages encombrants, des personnes ayant des troubles de la vision, des personnes atteintes de déficience mentale, etc.
- Les pentes – essayer de palier à une topographie importante par des plans inclinés inférieurs à 5 %, des paliers de repos si le dénivelé est supérieur à 4 %, éventuellement équipés de garde-corps. Les dérogations pour ITA permettent de s'affranchir de certains de ces seuils.
- Le profil en travers – garanti une largeur de cheminement de 1,40 mètre avec un dévers pour l'évacuation des eaux pluviales d'un maximum de 2 % pour ne pas gêner les personnes en fauteuil ou les personnes mal-marchantes ou âgées.
- Les traversées piétonnes – doivent être équipées d'abaissés de trottoirs pour garantir la sécurité des personnes âgées, des personnes en fauteuil, des personnes mal-marchantes, des personnes aveugles ou malvoyantes, des personnes avec poussettes ou bagages encombrants, etc. Une bande d'éveil de vigilance conforme à la norme NF P98-351 signale aux personnes aveugles ou malvoyantes, aux personnes déficientes mentales et aux enfants un danger immédiat.
- Les ressauts – si des ressauts sont présents sur le cheminement piéton, ils doivent être à bords arrondis ou munis de chanfreins pour ne pas être un risque de chute pour les personnes âgées, les personnes avec enfants en bas âge, les personnes mal-marchantes, les personnes en fauteuil, les personnes aveugles ou malvoyantes et ne pas être supérieurs à 2 cm. Cette hauteur peut atteindre 4 cm lorsque les ressauts sont aménagés en chanfrein « à un pour trois ».
- Les escaliers – leur largeur varie de 1,20 m à 1,40 m en fonction de leur situation. La hauteur maximale des marches est 16 cm, celle du giron de marche 28 cm et les nez des

première et dernière marches sont visibles par un contraste. Ils sont équipés de mains courantes (rampes) et de bandes d'éveil de vigilance conformes à la norme NF P98-351.

- Le cheminement libre de tout obstacle – il ne doit rien y avoir sur le cheminement des usagers piétons. Toutefois, lorsque cela n'est pas possible, les éléments présents (mobiliers urbains, panneaux de signalisation, etc.) doivent pouvoir être détectés à la canne suffisamment tôt par les personnes aveugles pour éviter le heurt. Pour ce faire, ces éléments doivent être conformes à l'abaque de détection d'obstacles. Les panneaux et autres obstacles en porte-à-faux doivent avoir une hauteur minimale de 2,20 m. S'ils sont en saillie de plus de 15 cm sur le cheminement, un rappel au sol alertera la personne se déplaçant à l'aide d'une canne.
- Les feux de circulation – tous les feux de circulation (R 12 et R 25) doivent être sonorisés et déclenchés sur demande des usagers par la télécommande à fréquence universelle.
- Les trous et fentes – diamètre ou largeur inférieur à 2 cm.
- Les systèmes d'information et la signalétique – ils doivent être compris par les personnes déficientes mentales, les personnes déficientes visuelles, les personnes âgées, etc. Il est utile d'avoir recours au Facile à lire et comprendre (FALC), au braille, au relief positif, aux grands caractères, aux pictogrammes, etc.
- Les bancs et autres mobiliers de repos – la pénibilité est réglementairement fixée à 200 m. Ces mobiliers doivent être conformes à la norme NF P99-610.

1.2. En ce qui concerne l'intermodalité :

- Le stationnement réservé – 2 % des places de stationnement doivent être adaptées aux personnes handicapées. Il est important que ces emplacements soient situés au plus près des sites générateurs de déplacement (services publics, commerces, centres médicaux, etc.) et, dans le cadre de DPT, au plus près des lieux d'activités principales du territoire.
- Les cheminements dégradés – une voirie vit au rythme des adaptations nécessaires liées à la vie du territoire. Elle fait l'objet de travaux la concernant directement ou de travaux sur les réseaux enfouis sous elle. Quelles que soient les causes ou les raisons, il est primordial de garantir la sécurité des usagers durant cette phase. Plusieurs outils sont aujourd'hui à la disposition des gestionnaires voirie et de la maîtrise d'ouvrage :
 - le manuel du chef de chantier édité par le Cerema qui fournit des exemples de cheminement dégradé et les propositions de solutions pour garantir la sécurité des piétons,
 - des balises sonores mobiles qui orientent les déficients visuels munis d'une télécommande à fréquence universelle,
 - des systèmes collaboratifs en permanence actualisés par les usagers et qui donnent des informations en temps réels aux déficients visuels qui se déplacent à l'aide de leur téléphone mobile et de ces applications.

Tous ces items peuvent faire l'objet de dérogation pour ITA lorsque les situations l'exigent. Ainsi, un territoire peut être conforme à la réglementation tout en n'étant pas parfaitement accessible.

2. Les services de transport

2.1. En ce qui concerne les transports collectifs :

- Les points d'arrêt de véhicules de transport collectif – cette interface voirie/transport est la garantie d'une continuité dans la chaîne du déplacement si elle est bien traitée et permet l'accostage des matériels roulant sans lacune verticale ou horizontale, permettant ainsi la montée et descente de tous les usagers qu'ils soient âgés, mal-marchant, se déplaçant à l'aide d'un fauteuil roulant ou bien d'une ou deux cannes ou bien encore en s'aidant d'un déambulateur. C'est aussi une aide précieuse pour les personnes avec voiture d'enfant ou bagages.
- L'information voyageur – visuelle et sonore, elle permet à l'ensemble des usagers, tant au point d'arrêt que dans les matériels roulants, ferrés ou guidés d'informer le voyageur de l'arrêt et de la destination finale. C'est une aide importante pour les personnes déficientes mentales, handicapées psychiques, âgées, aveugles ou malvoyantes, sourdes ou malentendantes, ou pour les personnes ne maîtrisant pas l'écrit ou la langue française. C'est aussi une aide pour tous les usagers valides qui peuvent être distraits.
- Les gares – elles sont pour la plupart des usagers, le point d'entrée sur le territoire. Ce sont des établissements recevant du public (ERP) et elles doivent donc pouvoir permettre l'accès au territoire depuis le matériel roulant (train) jusqu'à l'espace public dont la gestion incombe au territoire et à l'éventuelle intermodalité avec les services de transport collectif (bus, car, tramway, etc.) ou privé (taxi, co-voiturage, etc.) ou aux modes doux (vélo). Même si l'accessibilité aux utilisateurs de fauteuil roulant n'est pas encore réalisée -train non-accessible, gare non-accessible-, l'accessibilité aux autres usagers doit rester la règle. En effet, l'accessibilité aux personnes aveugles ou malvoyantes, aux personnes sourdes ou malentendantes, aux personnes déficientes mentales ou aux personnes handicapées psychiques, sans omettre les personnes âgées est possible à l'aide d'outils simples et peu onéreux. Il s'agit essentiellement :
 - de signalétique au sol podotactile et contrastées,
 - de signalétique en gros caractères contrastés et en relief positif, en FALC et à base de pictogrammes de préférence normalisés,
 - d'information sonorisée en langage facile à comprendre,
 - de boucle à induction magnétique (BIM) aux guichets d'accueil, lorsqu'il y en a.

2.2. En ce qui concerne les services de transport à la demande et les services de substitution :

Destinés aux personnes déficientes mentales ou aux personnes se déplaçant en fauteuil, ils doivent garantir aux utilisateurs une qualité de service identique à ce qui est pratiqué dans les services de transport collectif et le coût pour le visiteur du territoire doit être le même que pour le résident. Toutefois, il peut être demandé aux utilisateurs de préparer à l'avance leur déplacement et d'en avertir le gestionnaire un ou plusieurs jours à l'avance pour permettre une gestion optimale des matériels et garantir le meilleur niveau de qualité de service.

3. Le cadre bâti : services à la vie quotidienne, culture, sports et loisirs

Il s'agit de s'assurer que les visiteurs, sur le territoire labellisé, puissent accéder aux ERP et aux prestations délivrées par ces ERP qui sont situés sur le périmètre « DPT » et qui font partie des prestations touristiques de la destination : établissements hôteliers et de

restauration, campings, commerces et services de la vie quotidiennes, musées, médiathèques, piscines, théâtres, installations sportives, etc.

3.1. Il est donc nécessaire :

- De repérer l'entrée ou les entrées à l'aide d'une signalétique visuelle et sonore (BIM).
- De repérer le point d'accueil (à l'aide de bande de guidage au sol ou d'une BIM par exemple).
- De se repérer dans l'espace par :
 - des cheminements horizontaux (à l'aide d'une signalétique adaptée aux personnes déficientes mentales, déficientes visuelles, ne maîtrisant pas la langue française, à l'aide du FALC, de pictogrammes de préférence normalisés, de gros caractères en relief positif et contrastés, etc.),
 - des cheminements verticaux (ascenseurs, élévateurs, plans inclinés, etc.).
- D'accéder aux prestations délivrées dans ces ERP soit de manière autonome, soit par l'intermédiaire d'un accompagnement sur site ou via une interface (tablette, robot, téléphone, audio-guide, etc.).

Il peut y avoir des impossibilités techniques avérées (ITA) ne permettant pas l'accessibilité à tout ou partie du cadre bâti. Dans ce cas, des services de substitution doivent être proposés : une médiation culturelle peut permettre une approche via, par exemple, un film diffusé dans un espace accessible et montrant les éléments qui ne peuvent être approchés ; le robot télécommandé par l'utilisateur depuis un lieu accessible peut également permettre une visite virtuelle d'un bâtiment inaccessible.

Comme pour la voirie et les transports, une impossibilité technique avérée (ITA) sur une problématique spécifique (handicap moteur par exemple) ne permet pas de déroger aux autres familles de handicap. Nous serons là dans l'offre modulable d'un territoire candidat à « DPT ». La communication que le territoire organisera pour informer les visiteurs devra être très précise sur ce point.

3.2. Offre touristique et référentiel Tourisme & Handicap :

La candidature Destination pour tous, qui doit s'inscrire dans la démarche du Tourisme Accessible, valorise l'ensemble des prestations touristiques Tourisme & Handicap (T&H) de la destination.



La Marque Tourisme & Handicap, portée par la Direction Générale des Entreprises (DGE) au sein du ministère en charge du Tourisme, a pour objectif de développer une offre touristique adaptée, réellement ouverte à tous en donnant le choix à la personne en situation de handicap : auditif, mental, moteur ou visuel (chaque famille de handicap est symbolisée par un pictogramme) de partir en autonomie, seule ou en famille. Les activités susceptibles d'obtenir la Marque regroupées en 5 catégories (hébergement, information touristique, loisir, restauration et visite) sont détaillées en annexe 2.

Les informations relatives à T&H sont disponibles sur le site des Marques Nationales du Tourisme de la DGE à l'adresse suivante :

<https://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme>



La Marque T&H constitue un facteur d'identification de l'accessibilité dans le secteur du tourisme. L'attribution à un candidat touristique de la Marque pour les 4 familles de handicap est un indicateur des efforts réalisés par le gestionnaire de l'établissement pour **non seulement, se conformer aux obligations** posées par la loi du 11 février 2005 **mais aussi, le cas échéant, aller au-delà de ce cadre législatif et réglementaire.** C'est ainsi que la Marque propose un « mieux-disant » quant à l'accueil et aux prestations de services proposées aux personnes handicapées.

T&H, qui permet ainsi de passer du « pouvoir accueillir » que valide la loi au « vouloir accueillir », s'inscrit naturellement dans la construction d'une offre touristique par un territoire engagé dans une démarche d'accessibilité universelle.

L'audit recensera l'offre touristique labellisée T&H déclinée pour chaque famille de handicap auditif, mental ou psychique, moteur et visuel **en détaillant pour chacune des 5 catégories (hébergement, information touristique, loisir, restauration et visite).** En ce qui concerne l'offre touristique non labellisée, l'audit précisera l'état de l'accessibilité au regard des obligations réglementaires en matière d'accessibilité du cadre bâti.

S'agissant des hébergements, l'audit recensera:

- **les hébergements non labellisés T&H et mentionnés comme « accessibles »** au regard des exigences réglementaires du code de la construction et de l'habitation,
- le nombre de lits accessibles pour le handicap moteur au regard du nombre total de lits dans l'offre globale.

L'audit s'assurera que, dans chaque catégorie, le panel de prestations labellisées ou recensées accessibles, permet de garantir à la personne handicapée **la possibilité d'un choix entre différentes structures adaptées à son handicap.**

Annexe 2 : Liste des prestations touristiques au travers des 5 catégories T&H

- 1) **Hébergement** : Auberge de jeunesse – Centre international de séjours, Bateau avec hébergement, Bulle, Cabane dans les arbres, Cabane flottante, Camping, Centre de vacances, Chambre d'hôtes, Gîte de groupe/meublé de tourisme >15 personnes, Habitat troglodyte, Hôtel, Lodge, Meublé de tourisme non ERP < 15 personnes, Nid, Résidence de tourisme, Roulotte, Tipi, Village de vacances, Yourte.
Si l'offre d'hébergement est majoritairement répartie en dehors du territoire, la liaison en transports collectifs accessibles entre le territoire et cette offre d'hébergement doit être obligatoirement garantie.
- 2) **Information touristique** : Agence de développement touristique (ADT) / Comité départemental du tourisme (CDT) et Comité régional du tourisme (CRT), Maison du tourisme, Office de tourisme.
- 3) **Loisir** : Activités de remise en forme –Spa , Artisanat créatif /atelier, Attelage, Aviron, Base nautique, Bateau à moteur électrique, Bowling, Canoë-kayak, Casino, Centre aquatique, Centre équestre, Centre de congrès/cinéma, théâtre..., Chemin/Sentier pédestre et de randonnée, Cinéma, Croisière fluviale, Golf, Jardin, Montgolfière, Parachutisme en tandem, Parapente, Parc naturel et réserve naturelle, Parc d'attractions, Plage, Poste ou Ponton de pêche, lieux de diffusion du spectacle vivant (Salle de spectacle, Théâtre, concerts), musées, monuments, lieux de pratiques artistiques et culturelle, Thermes, Trains touristiques, Voile.
- 4) **Restauration** : Auberge, Bar, brasserie, salon de thé, sandwicherie, snack, Bistro, Crêperie, Pizzeria, Restaurant.
- 5) **Visite** : musées, monuments, Abbaye, Aquarium, Bibliothèque (si ouverte aux touristes), Biscuiterie, Cave, Château, Dégustation, Ecomusée, Ferme pédagogique, Fortification, Fromagerie, Galerie/exposition, Grotte ou Gouffre, Lieux de cultes (basilique, cathédrale, église, mosquée, synagogue, temple...), Médiathèque (si ouverte aux touristes), Monument, Moulin, Musée, Observatoire, Parc animalier, Parc ornithologique, Parc zoologique, Pont, Site archéologique, Vignoble, Visite guidée.

Cette liste, en vigueur au 14 septembre 2017, est susceptible de se développer.

Annexe 3 : Prestations de services de la vie quotidienne : commerces de proximité, services de soins et d'accompagnement et services ouverts au public

- 1) **Commerces de proximité** : commerces alimentaires, équipements de la personne, santé – culture – loisirs, services aux particuliers, automobiles, autres.
 - Commerces alimentaires : magasins alimentaires (alimentation générale, supérette, supermarché...), boulangerie, boucherie, (dans certains types de territoires - ex : territoires ruraux étendus- peuvent être également référencés les services de livraison à domicile, étant entendu que l'objectif reste prioritairement l'accessibilité des commerces existants sur le territoire.
 - Equipements de la personne : habillement et équipements spécialisés (ski, randonnée, activités nautiques, habillement/chaussures hommes, femmes et enfants...
 - Santé, culture et loisirs : pharmacie d'officine, location d'aides techniques, librairie, papeterie, presse, souvenir, optique...
 - Services aux particuliers : points internet, laverie automatique, pressing (l'accessibilité de points internet devra être garantie. Ils pourront prendre la forme de boutique ou café internet, ou à défaut, de bornes internet en libre-service dans des locaux publics (mairie, office de tourisme, bibliothèque...).
 - Automobile : vente de carburants, réparation...
 - Autres.
- 2) **Services de soins et d'accompagnement** : services de soins et services d'aides et d'accompagnement :
 - Services de soin : services d'urgences hospitalières, médecins généralistes, laboratoires de biologie médicale, infirmiers, kinésithérapeutes, orthodontistes,
 - Services d'aide et d'accompagnement : services d'aide à domicile, autres services à la personne, notamment distributeurs de matériel médical ou paramédical
- 3) **Services ouverts au public** :
 - Offices de tourisme/syndicat d'initiative/point d'information touristique (les services de l'office de tourisme/syndicat d'initiative devront être labellisés "Tourisme & Handicap" pour les familles de handicap sur lesquelles le territoire candidate (ou démarche de labellisation engagée : dossier déposé et examiné par la Commission régionale). Si le territoire ne comporte pas d'office ou syndicat, un lieu d'information touristique devra être accessible (cheminement, bâtiment et services).
 - Commissariat/gendarmerie,
 - La Poste et boîtes aux lettres,
 - Services bancaires, Distributeurs automatiques,
 - Cabines téléphoniques,
 - Toilettes publiques,
 - Autres.