CAFÉ RENCONTRE – 15/02/2023 à NYONS 9h30-12h

Accueil à la Maison des Huiles d'Olive et Olives de France – Olive et Sens

Les participants *(dans l'ordre de signature de la feuille de présence)* :

Jean-Claude et Béatrice BRUS à CONDORCET
Meublé Gîte de la Dame
Jc.brus@orange.fr – gitedeladame@gmail.com

Stéphanie MANCIP à VINSOBRES
Meublés et Conciergerie
ltdc.stéphanie@orange.fr

Robert MANU à NYONS
Meublé le Romarin
r_manu@orange.fr

Sandy HERELIER – Cave des Coteaux de Saint Maurice à SAINT MAURICE S/EYGUES
Cave coopérative viticole
contact@cavesaintmaurice.fr

Margriet RAVENSBERGEN à Mirabel aux Baronnies
Gîte le Rêve Provençal et création de sites internet
margriet@reve-provencal.com

Estelle LIELY – PENSER A SOI à Vinsobres
Massages bien-être chez elles ou à domicile
eliely@penser-a-soi.fr

Nathalie DONZET à VILLEPERDRIX
Gîte d'Angèle (gîte d'étape)
gite.angele@gmail.com

André et Jeanne-Marie BRUNEEL à NYONS
Meublé Villa Magnolia
bruneel.andre@orange.fr

Martine GUIGNIER à MIRABEL AUX BARONNIES
Meublés l'Heure Bleue
martine@lheure-bleue.eu

Violaine TROLLAT – Domaine du Chêne Vert à MIRABEL AUX BARONNIES
Producteur viticole et oléicole
pierre.trollat@orange.fr

Océane DUREAU – Domaine ROCHEVILLE à Nyons
Producteur viticole et oléicole
domainerocheville@orange.fr

Delphine RAGONOT – Association Traits et Trilles à PUYMERAS
Artiste et Art-thérapeute & meublé
vertebrebis@hotmail.fr

Jean-Luc CRUCIFIX à NYONS
Meublé et Président de @Soft
lepontias.nyons@gmail.com

Dominique THOUROUDE – Domaine de Provensol à VENTEROL
Domaine viticole et chambres d'hôtes
thouroude.provensol@orange.fr

Pour l'Office de Tourisme des Baronnies en Drôme Provençale :

- **Christian TEULADE**, Président – cteulade@sfr.fr
- **Rémi GUYOT,** Directeur - direction@baronnies-tourisme.com
- **Sophie KOPER**, responsable pôle marketing, éditions, presse/numérique & commercialisation – sophie@baronnies-tourisme.com
- **Nathalie EGEA :** responsable pôle partenaires et qualification des hébergements **–** nathalie@baronnies-tourisme.com

Excusée :
Emilie VERDIER – BULLES D'OLIVE à Nyons
Hébergements insolites

Intervenante :
Françoise ALAZARD,
Adjointe de Direction & Responsable pôle Offre – Aménaement - Développement
Agence d'Attractivité de la Drôme à VALENCE
falazard@drome-attractivite.com

* * * * * * * * * * *

Rémi GUYOT ouvre la séance et, après un tour de table de présentation des différents participants, laisse la parole à Françoise ALAZARD.

Après un rappel de la définition du handicap, ses 5 grandes catégories et leurs caractéristiques, quelques données chiffrées et la règlementation en vigueur, Françoise ALAZARD présente la marque nationale « Tourisme et Handicap », son utilité, les structures concernées et la démarche.

L'intégralité de la présentation est jointe à ce compte rendu.

Françoise ALAZARD est à la disposition de toute personne intéressée par la démarche et souhaitant davantage d'information sur ce sujet.

Nathalie EGEA rappelle aux hébergeurs présents l'importance de tenir à jour leur calendrier de disponibilités sur le site internet de l'Office de Tourisme.

Certains hébergeurs font remarquer que cette mise à jour est chronophage puisqu'ils gèrent déjà plusieurs calendriers sur différentes plateformes. Ils souhaiteraient que le site internet de l'office intègre un calendrier partagé avec les autres places de marché.

A l'heure actuelle, ce n'est pas possible car cela nécessiterait un développement trop coûteux.
Rémi GUYOT indique qu'un nouveau site internet, commun aux 5 offices de tourisme de la Drôme Provençale, est en cours de conception et devrait voir le jour début 2024. Ce nouveau site internet disposera d'un nouvel outil de réservation multicanal.

Il indique également qu'il faut prendre en compte le changement de comportement des touristes suite à la crise sanitaire et qu'il appartient aux professionnels du tourisme de s'adapter.
Depuis 2017, nous avons constaté une forte hausse de fréquentation des pages « hébergements » de notre site internet, notamment sur les ailes de saison.
Notre clientèle privilégiée est celle de proximité, à moins de 2 heures de route ; il faut impérativement créer du lien et fidéliser cette clientèle qui est en capacité de venir sur notre territoire plusieurs fois par an.
Nous allons donc effectuer en 2023 un travail de campagnes spécifiques. Notre guide des hébergements ne sera pas imprimé en 2023 mais uniquement disponible en format numérique. Le budget habituellement alloué à l'édition de ce guide sera reporté sur le financement de campagnes de promotion ciblées et numériques, sur des périodes spécifiques (Le Bon Coin, le Petit Futé).

Cela nous permettra également de récupérer de la data.

Autre chiffre : 1,5 million de personnes touchées sur Facebook en 2022 (chiffre multiplié par 6 depuis l'ouverture du compte de l'OT).

Sophie KOPER présente le plan d'action 2023 :

5 accueils blogueurs : 3 en collaboration avec Destination Drôme Provençale et 2 pour la promotion de notre destination

Participation aux salons :
- Randonneur (mars à Lyon),
- Idées week-end (fin mars/début Avril à Nice) : promotion et vente de nos box séjours
- Roc d'Azur (octobre à Fréjus) : VTT

Jean-Luc CRUCIFIX demande à ce que les opérations de promotion visent les 4 saisons et non pas 3, l'hiver étant une saison attrayant pour les visiteurs.
Rémi GUYOT indique que, pour l'instant, nous manquons d'offres sur la période d'hiver, notamment en restauration ; c'est ce qui ressort incontestablement des avis clients. Toutefois la promotion de cette saison n'est pas abandonnée, cela se fera progressivement.

Commercialisation :
Les brochures groupes et individuels (box) sont en cours de finalisation.Une action de prospection des autocaristes de la région et des territoires limitrophes sera également menée ainsi qu'un éductour à l'attention des agences réceptives.

L'offre « bougez, baladez curieux » est en cours de finalisation. Un QR code sera mis à disposition des prestataires intéressés pour qu'ils puissent promouvoir le programme … et nos autres offres.

Développement des bornes Kalkin : il s'agira d'écrans tactiles permettant la diffusion de l'offre touristique 24h/24, notamment en dehors des heures d'ouverture de nos bureaux d'accueil.
Cet outil nous permettra également de récolter de la donnée sur les attentes des visiteurs.

Dominique THOUROUDE rappelle que le client veut désormais un accueil personnalisé, ce qui nécessite de lui consacrer davantage de temps.
Remi GUYOT indique que l'office de tourisme aura prochainement à sa disposition un nouvel outil « roadbook » permettant de personnaliser au maximum l'accueil client, en vis-à-vis ou à distance.

Rémi GUYOT informe enfin les participants que les villes de Nyons, Buis et Montbrun les Bains ont obtenu en novembre 2022 le Label Famille Plus.
Ce label vise à valoriser l'offre à destination des familles et permet d'adapter l'offre en fonction de l'âge des enfants.
Pour les prestataires intéressés par la démarche, un rendez-vous sera proposé courant Mars avec l'auditrice qui a examiné notre dossier.
Pour toute information supplémentaire sur le label Famille Plus, la référence à contacter à l'Office de Tourisme est Mylène SAVOYE : mylene@baronnies-tourisme.com.

Rémi GUYOT termine la réunion en indiquant qu'une date sera proposée en avril-mai pour un prochain café-rencontre.
Pour une meilleure organisation de cette réunion, il demande si les participants d'aujourd'hui souhaiteraient voir aborder certains thèmes. En l'absence de réponse immédiate, il sera alors proposé, lors de l'inscription différentes thématiques qui pourront être abordés lors de la prochaine séance.

Rémi GUYOT remercie les participants de leur participation et leur implication et clôture la réunion.

TOURISME & HANDICAP

DRÔME
C'EST MA NATURE

RENCONTRE BARONNIES EN DROME PROVENCALE

TOURISME & HANDICAP

15 février 2023

Agence de d'Attractivité de la Drôme
8, Rue Baudin - CS 40531 - 26004 Valence Cedex
Tél. +33 (0)4 75 82 19 26 - E-mail : info@ladrometourisme.com

Une définition

Définition du handicap :

« Constitue un handicap, 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 » Source : *Loi du 11 février 2005, art. 14*

Une classification des handicaps est établie à l'aide de **5 grandes catégories** :

- le handicap **moteur**,
- le handicap **sensoriel** (visuel, auditif),
- le handicap **psychique** (pathologies perturbant la personnalité),
- le handicap **mental** (déficiences intellectuelles)
- et les **maladies invalidantes**.

Source : Définition-Classification des handicaps, CIH et OMS.

De manière générale, le terme handicap désigne l'incapacité d'une personne à vivre et à agir dans son environnement en raison de déficiences physiques, mentales, ou sensorielles.

Il se traduit la plupart du temps par des difficultés de déplacement, d'expression ou de compréhension chez la personne atteinte.

Ce qui crée la situation de handicap au final, c'est bien **un environnement inadapté et non plus la déficience elle-même**. C'est pourquoi aujourd'hui nous parlons de « personne en situation de handicap ».

Cette dimension sociale et environnementale du handicap a été confirmée et officialisée en 2005 avec la loi « pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées ».

Source : https://informations.handicap.fr/art-definition-du-handicap-874-6028.php

Quelques données chiffrées

Il ne faut pas oublier qu'un handicap n'est pas toujours visible !

<u>Combien de personnes handicapées en France</u> ?

40% de la population en France confrontée à une situation de handicap de façon temporaire ou permanente.

12 millions le nombre de personnes handicapées en France, dont **80% ont un handicap invisible** : un trouble non détectable de prime abord mais qui a un fort impact sur la vie des personnes comme une maladie chronique telle que Parkinson.

Le handicap ne concerne donc pas seulement les personnes à mobilité réduite.

Quelques données chiffrées

L'INSEE estime que :

- 13,4 % des Français ont une déficience motrice ;
- 11,4 % sont atteints d'une déficience sensorielle (perte partielle ou totale d'un sens) ;
- 9,8 % souffrent d'une déficience organique (liée aux organes vitaux) ;
- 6,6 % sont atteints d'une déficience intellectuelle ou mentale ;
- 2 à 3 % de la population utilise un fauteuil roulant.

… et pour le tourisme ?

La clientèle en situation de handicap représente un marché captif et à fort potentiel : 70 % des personnes handicapées non dépendantes partent en vacances au moins 1 fois par an.

Ce besoin en matière d'adaptation de l'offre suppose une organisation permettant de mettre à la disposition de tous une chaîne de services accessible à chacun.

… et pour le tourisme ?

La clientèle en situation de handicap se montre généralement fidèle, dès lors qu'elle peut bénéficier de prestations adaptées. Les personnes effectuent alors des séjours plus longs, privilégient le littoral et résident de préférence en hébergement marchand.

Une clientèle qui…

- se révèle très fidèle si elle est satisfaite !
- génère 2,5 accompagnateurs
- séjourne en majorité en famille ou en couple (le 2ème mode de séjour est le voyage en groupe, avec une association spécialisée)
- plébiscite les destinations phares traditionnelles (Rhône-Alpes est la 2ème destination prisée pour un séjour en France)
- souhaite en majorité voyager dans les mêmes conditions que les valides.

… et pour le tourisme ?

Fréquence de départ élevée dès lors que les personnes en situation de handicap ont effectivement la possibilité de partir en vacances.

50% des personnes interviewées sont des multi partants selon cette étude.

38% ne partent qu'une seule fois par an.

Fréquence des départs significativement liée au type de handicap : Les déficients visuels et auditifs partent plus régulièrement (52% à 65% de multi-partants) que les déficients moteurs (42% de multi-partants). Cela s'explique essentiellement par un plus fort besoin en termes d'accompagnement et/ou de transport spécifique : le taux de multi-partants chute en effet à 36% pour les personnes ayant besoin d'un transport adapté.

Plus des deux tiers des séjours en France, hors de la région de résidence. Seuls 8 % des partants restent dans un périmètre géographique de proximité (région, département).

Durée des séjours : plutôt une ou deux semaines. 50% des partants effectuent des séjours longs, de deux semaines minimum.

43% des partants privilégient le bord de mer. Les autres séjours se répartissent à parts égales entre les destinations de montagne, rurales et urbaines (57% au total pour ces trois destinations), comme pour la clientèle valide.

Forte exigence quant à la possibilité de partir aux périodes traditionnelles de vacances, notamment estivales.

L'hôtel, avec 27% des séjours, et la location de meublés (20%) devancent l'hébergement privé (résidence secondaire, famille, amis).

Source : Chiffres clés Ministère du tourisme 2008 - Etude Atout France - 21 juin 2010 « Etude de marché : la population des personnes en situation de handicap et l'off re touristique française »

La Réglementation
La Loi n°2005-102 du 11 février 2005

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.

Texte disponible intégralement sur le site internet : http://www.legifrance.gouv.fr

Cette loi pose le principe de l'accessibilité pour l'ensemble des handicaps, et non pour le seul handicap physique. Le texte de loi a intentionnellement cité les divers types de handicaps : moteur, visuel, auditif, mental, psychique.

La Réglementation
La Loi n°2005-102 du 11 février 2005

La Loi n° 2005-102 du 11 février 2005

L'article 2 de cette loi propose une définition du handicap :

« Constitue un handicap, 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. (Art. L. 114.) »

La Réglementation
La Loi n°2005-102 du 11 février 2005

3 principes essentiels :

1/ Le principe de l'accessibilité pour l'ensemble des handicaps et non pour le seul handicap physique, traditionnellement visé lorsque le thème de l'accessibilité était abordé. Le texte de loi a intentionnellement cité les principaux types de handicaps.

2/ Le principe de la chaîne déplacement

La chaîne du déplacement qui comprend le cadre bâti, la voirie, les aménagements des espaces publics, les systèmes de transport et leur intermodalité doit être organisée pour permettre son accessibilité dans sa totalité.

3/ Le principe de la chaîne d'accessibilité

L'article 41 annonce que les dispositions architecturales, les aménagements et équipements intérieurs et extérieurs des locaux d'habitation, qu'ils soient la propriété de personnes privées ou publiques, des Etablissements Recevant du Public, des Installations Ouvertes au Public et des lieux de travail doivent être accessibles à tous, notamment aux personnes atteintes de handicap, quel que soit le type de handicap (physique, sensoriel, cognitif, mental ou psychique) (Art.L.111-7).

Les caractéristiques principales par déficience

<u>La déficience auditive</u> se traduit par une incapacité à entendre normalement.

Personne sourde : personne éprouvant une absence totale de perception des sons.

Personne malentendante : personne ayant une surdité partielle.

Les caractéristiques principales par déficience

<u>La déficience mentale</u> peut se définir comme l'ensemble des pathologies découlant de la psychiatrie.

Pour le tourisme, la population susceptible d'être intéressée est constituée principalement par les déficients légers dont le niveau d'attention correspond à un enfant celui d'un enfant de 5 à 8 ans.

Les caractéristiques principales par déficience

La Déficience motrice

se traduit par une incapacité totale ou partielle à se déplacer debout.

Il est primordial de considérer la personne handicapée comme une personne à part entière, adulte et intelligente.

Eléments de communication

- ✓ Aller vers celle-ci sans aucune hésitation et ne pas voir le fauteuil roulant ou les éventuels appareillages comme un obstacle à la communication
- ✓ Ne pas hésiter non plus à saluer oralement et physiquement la personne : tendre la main pour dire bonjour n'est pas interdit
- ✓ S'asseoir afin de ne pas trop dominer la personne et être à sa hauteur afin de communiquer plus facilement.

Les caractéristiques principales par déficience

La déficience visuelle

Le handicap Visuel ne se résume pas à la cécité totale, il existe également les troubles de la vision.

En effet, en règle générale, cela se manifeste par une impossibilité de voir, cependant, certaines personnes distinguent les ombres et/ou la lumière.

Les caractéristiques principales par déficience

Les autres déficiences

Les maladies invalidantes

Toutes les maladies respiratoires, digestives, parasitaires, infectieuses (diabète, hémophilie, sida, cancer, hyperthyroïdie...) peuvent entraîner des déficiences ou des contraintes plus ou moins importantes. Elles peuvent être momentanées, permanentes ou évolutives.

Près de la moitié des maladies invalidantes sont d'origine respiratoire ou cardio-vasculaire.

Le handicap psychique

Aucune définition exhaustive n'est possible, d'autant que la terminologie psychiatrique (névrose, psychose...) est seulement maîtrisée par les psychiatres. Néanmoins on peut retenir que les personnes atteintes de difficultés d'ordre psychique souffrent d'un malaise qui peut se traduire, à certains moments, par des comportements déroutants pour les autres, car éloignés des conduites convenues et habituelles.

DRÔME
C'EST MA NATURE

La marque nationale Tourisme & Handicap

TOURISME & HANDICAP

TOURISME & HANDICAP

La marque nationale Tourisme & Handicap

Propriété de l'Etat, elle a été déposée à l'Institut national de la propriété intellectuelle, le 12 février 2003 en tant que **marque collective simple**.

Elle a pour objectif d'apporter une information objective et homogène sur l'accessibilité des sites et des équipements touristiques.

Elle prend en compte les quatre familles de handicaps (auditif, mental, moteur et visuel) et vise à développer une offre touristique adaptée et intégrée à l'offre généraliste.

Elle participe ainsi à la sensibilisation des professionnels du secteur à l'accueil de ces publics et à la mise en œuvre de la loi du **11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées.**

La marque nationale Tourisme & Handicap

Quelques chiffres 2021…

Répartition des sites par nombre de déficiences :

2	18%	20% en 2020
3	25%	26% en 2020
4	56%	54% en 2020

Répartition des sites par type de déficience :

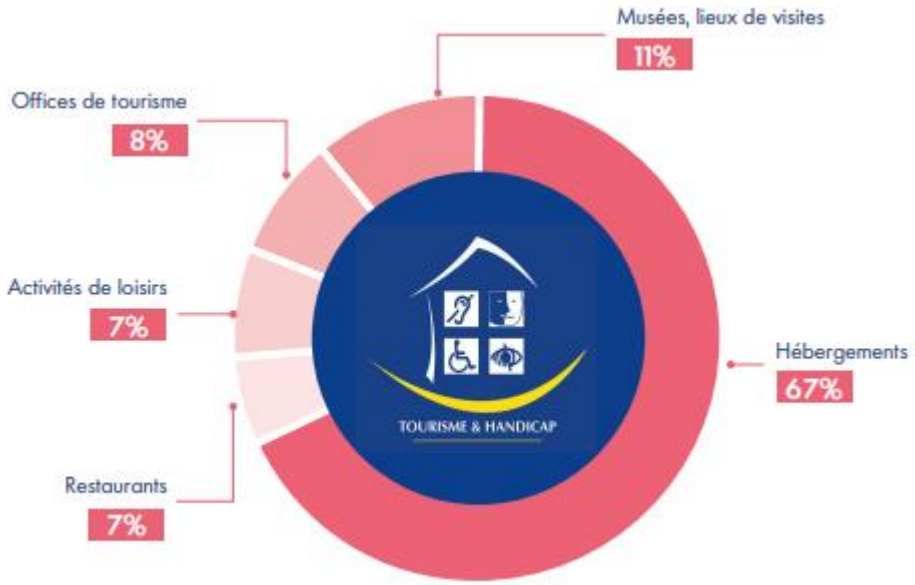
	92%	89% en 2020
	97%	95% en 2020
	80%	78% en 2020
	69%	65% en 2020

Répartition des sites par catégorie :		2022	2020
HT	**Hébergements** (campings, chambres d'hôtes, gîtes, hébergements insolites, hôtels, résidences de tourisme, villages de vacances)	54,27%	55,09%
IT	**Structures d'information touristique** (maisons des parcs naturels nationaux/régionaux, maisons du tourisme, offices de tourisme, syndicats d'initiative)	14,45%	13,65%
LR	**Loisirs** (artisanat, bases de loisirs, bien-être, casinos, centres équestres, centres culturels, cinémas, circuits de randonnée, parcs d'attractions, piscines et centres aquatiques, plages, pontons de pêche, théâtres, petits trains touristiques)	11,77%	11,69%
RT	**Restauration** (bars, brasseries, pubs, restaurants, salons de thé)	5,36%	5,95%
VE	**Lieux de visite** (aquariums, caveaux de dégustation etboutiques du terroir, châteaux, fermes pédagogiques, grottes, médiathèques, musées, parcs animaliers, parcs et jardins, visites guidées)	14,14%	13,62%

Source : Tourisme & Handicaps – Dossier de presse 2022

La marque nationale Tourisme & Handicap

En Région Auvergne - Rhône-Alpes, 425 établissements, dont 53 % pour les 4 déficiences, sont porteurs d'une marque nationale du tourisme et couvrent toute la chaîne d'accueil touristique : hébergement, restauration, lieux de visite, points d'informations, activités sportives et de loisirs...



Source : Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme – Chiffres clés 2022

La marque nationale Tourisme & Handicap

Une démarche volontaire

La marque garantit la **qualité d'accueil** et permet de passer du " **Pouvoir accueillir** " que valide la loi, au " **Vouloir accueillir** " qui émane d'une **démarche volontaire** de la part du prestataire.

En effet, la marque constitue la **reconnaissance de la volonté** d'un professionnel du tourisme d'apporter une réponse à la demande à titre individuel, des personnes handicapées de **choisir leurs vacances et leurs loisirs en toute liberté, sécurité et autonomie.**

La marque Tourisme & Handicap

La marque, pourquoi ?

La marque nationale s'inscrit dans la démarche d'intégration des personnes en situation de handicap en termes d'accueil et d'accessibilité, avec deux objectifs :

- Apporter une information fiable, homogène, descriptive, et objective de l'accessibilité des sites, des hébergements et des équipements touristiques en tenant compte de tous les types de handicaps ;
- Développer une offre touristique adaptée et intégrée à l'offre généraliste.

La marque nationale Tourisme & Handicap

Quels avantages concurrentiels ?

- **Une reconnaissance** des aménagements réalisés en matière d'accessibilité et d'accueil des clientèles spécifiques

- **La mise en avant d'un avantage concurrentiel** important sur les plans régional, national, européen et international

- **L'arrivée d'une nouvelle clientèle au pouvoir d'achat non négligeable**

La marque nationale Tourisme & Handicap

Pour qui ?

Destinée à la clientèle à besoins spécifiques afin qu'elle bénéficie de :

- **La garantie** d'un accueil personnalisé et l'accès à une prestation entièrement adaptée.
- **L'accès à une information fiable**, homogène et objective sur l'accessibilité d'un lieu en fonction du handicap (moteur, visuel, auditif et mental) grâce à quatre pictogrammes.
- **L'émergence de produits et de services touristiques** réellement accessibles, ouverts à tous.
- **Un accès à l'information** permettant un maximum d'autonomie.

La marque nationale Tourisme & Handicap

Pour quelles structures ?

- **Hébergements** : hôtels, villages de vacances, chambres d'hôtes, meublés de tourisme, gites de groupe, campings, …
- **Restaurants** : restaurants, fermes auberges, …
- **Sites touristiques** : monuments, musées, salles d'exposition, châteaux, sites remarquables, jardins, …
- **Sites de loisirs** : parcs à thèmes, salles de spectacles, piscines, bases de loisirs, salles de sports, …
- **Sites proposant des activités sportives ou de pleine nature**
- **Offices de Tourisme**

La marque nationale Tourisme & Handicap

Comment ?

1ère étape : Informations générales auprès de Drôme-Attractivité ou d'Auvergne - Rhône-Alpes Tourisme.
Vous pouvez également consulter les cahiers des charges Tourisme & Handicap

2ème étape : Rendez-vous sur l'application AMNT : Obtenir la marque Tourisme & Handicap pour déposer votre candidature en ligne.

La marque nationale Tourisme & Handicap

3ème étape : Une **visite d'évaluation** du sites ou de l'équipement touristique est effectuée par un **binôme d'évaluateurs** issus du monde du tourisme et du handicap sur la base de critères précis et évolutifs réunis dans des cahiers des charges, tous les cinq ans. Les évaluateurs sont rigoureusement formés afin d'examiner la conformité de vos prestations au regard du règlement d'usage

L'évaluation est réalisée pour les quatre familles de handicaps (auditif, mental, moteur et visuel). **L'attribution de la marque porte au minimum sur 2 pictogrammes**.

Elle est entièrement GRATUITE.

4ème étape : Le dossier est ensuite soumis à une **Commission territoriale** présidée par l'ART Auvergne-Rhône-Alpes.

La marque nationale Tourisme & Handicap

La **promotion des établissements porteurs de la marque** est assurée par l'Etat et l'association Tourisme et handicap aux niveaux national et international, et localement par les partenaires territoriaux T&H via leurs actions de communication, documents d'information et sites internet.

En tant que prestataires labellisés, vous êtes invités à **promouvoir votre engagement** et à participer à des manifestations locales organisées par les Offices de Tourisme ou d'autres acteurs du tourisme (exemple : journées annuelles Tourisme & Handicap dans toute la France).

La marque nationale Tourisme & Handicap

Pour en savoir plus …

Sites internet :

www.tourisme-handicap.gouv.fr/fr/tourisme-handicap-tourisme-pour-tous
https://tourisme-handicaps.org/les-marques-nationales/tourisme-handicap/th-documents-essentiels/
https://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/marque-tourisme-handicap-les-grilles-de-labellisation-2022/

Merci pour votre écoute …

Contact : Françoise ALAZARD – Tél 04 75 82 19 37
E-Mail : **falazard@drome-attractivite.com**

AGENCE D'ATTRACTIVITE DE LA DROME
8 rue Baudin – CS 40531 - 26004 Valence cedex
Tél. : +33 (0)4 75 82 19 37 - www.drome-attractivite.com