



SARLAB

Analyse et recueil des envies et aspirations des personnes en situation de handicap en matière de loisirs

Développement de partenariat permettant l'accès aux activités de loisirs dans une perspective inclusive

L'organisation du recours au bénévolat pour élargir les possibilités d'activités de loisirs personnalisées



INTRODUCTION

Qui ne voudrait pas monter au sommet d'une pyramide pour contempler de là-haut l'histoire des hommes ? N'en va-t-il pas de même pour les pyramides d'Egypte ou pour la Pyramide de Maslow ? Par quoi passe le besoin de s'accomplir ? Est-ce que l'accès à la culture et aux loisirs, dans notre société de consommation, de communication et d'images n'est pas atteindre ces sommets du besoin d'appartenance, du besoin d'estime et du besoin d'accomplissement de soi ? Si on est tenté de répondre oui à cette dernière question, on se prend à comprendre l'intérêt et l'utilité d'un projet comme le projet **SARLAB : SARre Loisirs Accompagnement Bénévole**.

Le projet part d'un constat, dressé par APF France handicap, à partir de l'activité de sa délégation en Moselle, celui de la perte de vitalité d'un de ses territoires, celui de Moselle-Est, celui du pays de Sarreguemines et de ses environs. Depuis que l'association a dû renoncer à assurer elle-même les transports et/ou organisation de loisirs de ses adhérents, bénéficiaires, sympathisants ou bénévoles, les adhésions et l'accès aux lieux de loisirs et de culture ont décliné de façon inquiétante. Car le mouvement d'**APF France handicap** n'a pas l'ambition de s'occuper du handicap, mais bien d'aider, dans toutes ses dimensions à la vie des personnes en situation de handicap. L'isolement et les difficultés d'accès sont les doubles peines infligées à nombre de personnes en situation de handicap. Plus le territoire est peu dense, mal desservi, avec peu de ressources à offrir aux personnes, plus cette dimension est sensible et peut-être même cruelle.

Saisissant l'opportunité d'appel à projet de la part de la **CNSA** et la possibilité de partenariats co-porteurs du projet sur le territoire est mosellan, le directeur territorial des actions associatives du territoire Nord Lorraine d'APF France handicap s'est porté volontaire d'une action d'innovation qui a permis d'augmenter la compréhension de la situation, à travers le partenariat avec l'Université de Lorraine, de créer du lien social, dans le partenariat avec l'**AFEV** et ses étudiants

accompagnateurs bénévoles, et proposer une nouvelle matrice de mobilisation conjointe de personnes en situation de handicap et de bénévoles pour un accès facilité et/ou accompagné aux ressources culturelles et de loisir d'un territoire dans un certaine précarité, avec la désindustrialisation de la fin du siècle dernier et le vieillissement général de la population.

Dans son déroulement, le projet n'a pas pu toujours respecter les échéances fixées initialement et la réalisation de certains objectifs n'est pas toujours à la hauteur des ambitions affichées au départ. Le management du projet lui-même¹ a dû affronter des circonstances contraires qui seront évoquées çà et là dans la suite de ce rapport.

Pourtant, dans sa conduite, dans ses résultats, et même dans ses difficultés, le projet **SARLAB** connaît bien des réussites et il est porteur d'avenir car il constitue la matrice d'actions futures tout en ayant permis d'identifier les points d'appui et les points de fragilité d'une action de ce type où la quadrature du cercle *situation de handicap / isolement social / accessibilité des lieux de loisirs et de culture / accompagnement bénévole* t commencer à rouler rond.

¹ *Le porteur de projet pour APF France handicap, M Claude MILLERAND, Directeur territorial des actions associatives Nord Lorraine, est, à ce jour encore, toujours indisponible à ses missions et c'est le coordinateur territorial des actions associatives, embauché depuis mars 2019 pour palier fonctionnellement à son absence qui assure la charge de la rédaction de ce dernier rapport.*

1. Le porteur de projet et ses partenaires

Pour cela APF France handicap s'appuie sur ses partenaires :

L'Université de Lorraine qui propose de procéder sur deux temps :

→ Temps 1 - 2017

Comprendre les envies et aspirations en matière de loisirs

→ Temps 2 - 2018

Identifier les leviers pour développer la co-production de loisirs inclusifs

L'AFEV (Association de la Fondation Etudiante pour la Ville) qui se structure autour de 3 grands axes :

→ Mettre à disposition du projet son expertise en matière de jeunesse, d'engagement de la jeunesse, de vie étudiante et connaissance de l'Université de Lorraine,

→ Accompagner la mobilisation et la formation des étudiants bénévoles,

→ Piloter les démarches avec l'Université de Lorraine pour impulser un dynamique de reconnaissance et de valorisation de l'engagement au sein des parcours universitaires.

Ces 3 acteurs forment le comité de pilotage du projet SARLAB.

Les partenaires financiers :



2. La démarche du projet

Comment et à quelles conditions la pratique d'activités de loisirs peut favoriser l'accès aux droits des personnes en situation de handicap dans la perspective d'une société inclusive ?

C'est avec l'ambition de proposer des réponses opérationnelles à cette question que l'APF est nommé porteur du projet SARLAB.

Rappel du calendrier prévisionnel initial de l'action :

calendrier	sept-16	oct-16	nov-16	déc-16	janv-17	févr-17	mars-17	avr-17	mai-17	juin-17
Recherche Action	présentation démarche aux prescripteurs	Lancement et réalisation des enquêtes								Restitution des résultats
Bénévoles	stratégie de recrutement des étudiants	Formation des bénévoles APF groupe Joëlettes par AFEV	Formation des étudiants volontaires par les bénévoles APF	Début des accompagnements Loisirs par les étudiants en fonction de la demande					Evenement convivial	
Loisirs	Analyse de l'offre				réservation inscription participation					Service de proximité Validation de SARLAB
Outils	Fiches /analyse de l'offre						construction du site SARLAB selon cahier des charges			
Démarche	Mise en place du processus d'évaluation									Copil3
Gouvernance	Mise ne place du COPIL présentation et règles de fonctionnement		Copil1			Copil2				

calendrier	sept-17		oct-17		nov-17		déc-17		janv-18		févr-18		mars-18		avr-18		mai-18		juin-18			
Bénévoles	recrutement 2 ^{ème} phase		Accompagnements et formation avec groupe Joëlettes avec une possibilité d'une séquence par mois selon les retours d'expérience.																Rapport Final			
Loisirs	Poursuite du travail sur les offres et possibilités de loisirs selon les demandes																		Résultats et perspectives			
Outils	Formalisation des axes opérationnels à partir de la démarche d'évaluation								Élaboration Argumentaire pour la recherche de fonds												Elaboration du cahier des charges pour la poursuite de SAR LAB Convention à l'occasion de Metiss'AGE d'intemporelle.)	
Démarche			Construction du modèle économique						Recherche des financements privés et publics /pérennisation													
Gouvernance	Copil4					Copil5					Copil6											

Le calendrier est réajusté après le rapport d'étape année 1. C'est notamment les arrêts maladie du DT2A, porteur de projet, qui a entraîné des retards et des reports dans l'animation et l'exécution du projet. C'est ainsi que la seconde campagne d'accompagnements étudiants bénévoles au 3 trimestre 2018 n'a pas pu être lancée faute de coordinations et que la recherche de pérennisation du dispositif, programmée au dernier trimestre 2018, ne sera réellement mise en œuvre qu'après la livraison de ce rapport, quand la situation de management des actions associatives Nord Lorraine d'APF France handicap sera stabilisée.

1ER TRIMESRE 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Lancement sur le territoire : <ul style="list-style-type: none"> ○ De la recherche Action ○ Du recensement de l'offre de service ○ De la campagne de recherche des PSH
05/2017	<ul style="list-style-type: none"> • Suite recherche (1er livrable) : • Constat des difficultés pour trouver des PSH intéressées, réorientation • Début des difficultés RH • Interruption du recensement de l'offre de loisirs
06/2017	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'un dispositif palliatif pour le RH • Lancement de la nouvelle campagne de recherche PSH
09/2017	<ul style="list-style-type: none"> • Réussite de la nouvelle campagne de recherche PSH • Réinvestissement des partenaires locaux
10/2017	<ul style="list-style-type: none"> • Lancement de la campagne de recherche d'étudiants volontaires sur les établissements d'enseignement supérieur de Sarreguemines. • Stabilisation du nombre de PSH intéressées
11-12/2017	<ul style="list-style-type: none"> ○ Lancement formations d'accompagnateurs. En partenariats avec le groupe bénévoles des Joëlettes D'APF France handicap Moselle ○ Lancement du couplage des participants étudiants et PSH ○ Lancement des accompagnements au loisirs

1ER TRIMESTRE 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Suite des accompagnements • Reprise du recensement loisirs, porté par la volontaire en service civique missionnée par APF France handicap
2EME TRIMESTRE 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Suite des accompagnements • Exploitation du recensement loisirs et début de réalisation du site
4EME TRIMESTRE 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Nouvel arrêt du DT2A • Finalisation de la recherche
1ER SEMESTRE 2019	<ul style="list-style-type: none"> • Finalisation et mise en service du site • Recherche de pérennisation du dispositif

2.1 Le rappel des objectifs initiaux

En répondant à l'appel à projet de la **CNSA**, le projet **SARLAB** veut développer une Recherche Action sur le territoire de Moselle Est. Sur ce territoire, l'érosion des adhésions à APF (100 de moins sur 10 ans), des activités et de la représentation de l'APF est sensible. C'est par exemple l'arrêt de la possibilité de transport et d'accompagnement, en véhicule adapté, par les personnels ou bénévoles de l'association qui en est un des facteurs. Cela montre à quel point, pour les personnes en situation de handicap, mobilité, accompagnement et accessibilité sont intriqués et interdépendants. Puisque les formes plus anciennes de la prise en charge directe par l'APF, dans ses véhicules et avec ses propres ressources humaines, n'est plus possible, la question est alors comment mettre en relation autour d'activités de loisirs personnes en situation de handicap et accompagnateurs ? Il convient pour cela de partir de la compréhension des besoins particuliers de la population des personnes en situation de handicap dans un territoire rural et de proposer des modalités d'accompagnement nouvelles, en proximité et en partenariat, pour compenser les difficultés de l'isolement et de l'accessibilité aux loisirs de droit commun.

Le projet propose de procéder en étapes complémentaires pour :

- Selon l'axe 1 de l'appel à projet Fournir une meilleure compréhension des besoins en termes de loisirs pour les personnes en situation de handicap et notamment des plus fragilisés.
- Selon l'axe 2, Fédérer les acteurs concernés et intéressés à co-produire un système efficient pour construire des réponses adaptées, soit une obligation de réseau pour imaginer reconnaître et alimenter les possibilités de réponses.
- Selon l'axe 3, Mobiliser l'énergie disponible et des volontaires (bénévoles) chez la population jeune d'un territoire pour l'étude et l'accompagnement des personnes dans une dynamique inclusive de la pratique des loisirs.

Il s'agissait donc d'être facilitateur et accompagnateur de l'effectivité de l'accès aux loisirs dans un territoire

Dès la conception du projet, il est noté que l'innovation sociale recherchée ne peut être effective que si des accompagnements bénévoles sont produits, dans une

dynamique inclusive des personnes en situation de handicap. On y attend que le projet soit une expérimentation qui mette en œuvre

2.2 La démarche de projet et les ressources mobilisées.

2.2.1 La recherche portée par l'université de Lorraine

2.2.1.1 *Diagnostic* : compréhension des envies et aspirations des personnes en matière de loisirs

La consommation des personnes en situation de handicap les confronte à une situation de double impasse entre une offre standard qui crée la situation de handicap et une offre adaptée qui exclut et peut assigner à des représentations non-désirées

L'ambition de cette recherche réalisée dans le cadre du projet SARLAB est ainsi de réfléchir à des manières d'améliorer l'accès des personnes en situation de handicap à des activités de loisirs choisis qui échappent à la double impasse en étant une source d'encapacitation qui participe à l'autonomie et à l'individuation plutôt qu'à la stigmatisation.

2.2.1.2 *Etude de terrain*

Conduite d'entretien auprès de 6 PSH volontaires

Les personnes en situation de handicap habitant en Moselle Est ont des activités de loisirs variées. Les freins auxquels ils se heurtent sont en partie classiques (accessibilité, stigmatisation) et en partie spécifiques au loisir (information, occasion). Les difficultés à réaliser une activité de loisirs choisie en autonomie tendent à varier en fonction des ressources des individus notamment en termes de réseau social, d'argent, de compétences et de temps. L'accès aux loisirs apparaît également comme influencé par les trajectoires des personnes qui vont ainsi développer des rapports aux loisirs, au handicap et à l'autonomie différents.

Un enjeu consiste alors à parvenir à mettre en lien des personnes avec des activités correspondant à leurs goûts et qu'ils pourraient réaliser avec des personnes qu'ils ont choisies. Un autre enjeu est lié avec la question de l'autonomie du choix.

Favoriser le choix autonome = Créer une occasion de se questionner + Donner des outils pour formaliser ses envies + Avoir des connaissances sur les adaptations possibles

2.2.1.3 Les leviers pour développer la co-production de loisirs inclusifs

2.1.1.3.1 Revue de la littérature :

S'engager dans le bénévolat. Quels apports des travaux sur la co-production pour le bénévolat dans le cadre d'un loisir inclusif ? (cf. Annexe 5)

2.1.1.3.2 Enquête de terrain

(19 entretiens 21 personnes (JF1 + mari et Jf7 et compagnon))

L'enquête met en évidence une communauté temporaire, ponctuelle dans laquelle des personnes se retrouvent pour vivre un moment à part que tous participent à créer qu'ils soient traditionnellement considérés comme « bénévoles » ou « bénéficiaires ».

Ce dépassement d'un modèle de la charité unidirectionnel permet de construire un équilibre qui participe à la pérennité du groupe et au vécu des sorties comme des moments à part.

2.2.2 Le partenariat avec l'AFEV

2.2.2.1 Les potentiels d'engagement étudiant à Sarreguemines

Diagnostic de territoire : L'accompagnement bénévole produit par l'AFEV permet d'envisager de nouvelles formes de collaboration et de co-production de lien social, notamment sur un plan intergénérationnel, tout en favorisant l'insertion professionnelle des jeunes qui se constitueront un réseau, développeront des compétences et découvriront des actions de solidarité.

Peu habituée à intervenir sur des territoires à faible concentration d'étudiants, l'AFEV a décidé de réaliser un diagnostic sur les potentialités de mobilisation de la jeunesse sur le bassin de la commune de Sarreguemines. Cette étude, avec l'inventaires des lieux de formation étudiante et la prise de contact sur sites occupent le premier semestre 2017 pour l'enquête de terrain et le second semestre pour la mobilisation étudiante (les 13 novembre et 4 décembre 2017, deux réunions d'information sont tenues auprès des étudiants sarregueminois). Cette action de sensibilisation permet de mobiliser 11 bénévoles. Ceux-ci prennent ensuite contact, à partir de janvier 2018 avec 17 bénéficiaires potentiels d'accompagnements solidaires identifiés sur le secteur par le réseau d'APF France handicap sur le secteur. Le premier contact établi avec ces derniers vise à identifier leurs envies, plus que leurs besoins en termes d'accès à des activités de loisirs ou de culture. Pour donner une idée de l'éventail des sorties envisagées alors, citons les activités manuelles, le cinéma, L'information aux étudiants sur les lieux d'études supérieures à Sarreguemines a été organisée lors de deux réunions d'information ont été organisées fin 2017 , le 13 novembre de 16h30 à 18h30 et le 4 décembre de 18h00 à 19h30. Nombre de bénévoles engagés : 11 ; 17bénéficiaires potentiels identifiés.

2.2.3 La mobilisation d'APF France Handicap

APF France handicap, fort de ses 20 000 adhérents, sur l'ensemble du territoire national, n'a pas l'ambition de venir en aide, de l'extérieur de la situation de handicap aux personnes porteuses d'atteintes motrices qui limitent ou altèrent leur plein citoyenneté et inclusion sociale. Son propos est plus de rendre acteurs les personnes en situation de handicap de leur inclusion et des solidarités auxquelles ils ont droit que de les placer en situation de bénéficiaires, dépendants à tous crins d'une aide extérieure.

Le premier frein au lancement du projet selon le calendrier établi, tient du délai de réponse de certains partenaires financiers. Les retours tardifs du Lab'APF et de la Ville de Metz notamment, ont occasionnés des retards.

D'autre part, Claude MILLERAND, Directeur Territorial APF des Actions Associatives de Lorraine Nord a dû être remplacé dans son rôle de porteur du projet, du fait d'arrêt maladie. La Direction Régionale APF Grand Est a mis en place un intérim administratif et fonctionnel pour palier à cette absence et a pu également trouver appui avec l'engagement actif de certains bénévoles de la Délégation APF de Moselle, notamment du groupe des représentants des familles.

Mais la difficulté majeure rencontrée face au projet annoncé, tient de l'inadaptation de la rhétorique utilisée face aux personnes en situation de handicap susceptibles d'être concernées par le projet. Le Comité de pilotage du projet, composé de l'APF, de l'AFEV et de l'Université de Lorraine, s'est réuni 7 fois durant l'année 2017. Très rapidement, il s'est rendu compte que la personne en situation de handicap, nommée « Bénéficiaire » du projet n'arrivait pas à se projeter dans un projet d'accompagnement aux loisirs avec une personne méconnue. Le comité de pilotage a dû s'adapter et changer son discours de présentation afin de basculer d'un aspect consommateur à un aspect engagement commun. Les personnes en situation de handicap sollicitées sont donc dorénavant présentées comme « participants » au projet. Au même titre que les jeunes bénévoles.

Il s'est donc agi, tout au long du projet, de les trouver tout aussi volontaires et bénévoles que les autres partenaires pour expérimenter cette modalité de co-accompagnement dans la création d'accès aux ressources de loisirs et de culture

d'un territoire en souffrance. APF France handicap a ainsi réussi à mobiliser 17 personnes en situation de handicap, adhérentes ou non à l'association pour ce projet.

Ça n'a été qu'avec ce positionnement d'acteurs que nous avons pu trouver, que ce soit pour mener les interviews dans le cadre de la recherche universitaire, pour expérimenter l'accompagnement par des étudiants bénévoles de l'AFEV, ou pour poursuivre en ressources propres à l'APF cette expérimentation sur le terrain de la Moselle Est. Avant le repositionnement de cette forme d'action sociale, culturelle et solidaire sur ce pied d'égalité entre jeunes et plus vieux, entre valides et personnes handicapées motrices, même au sein de son réseau, APF France handicap, n'avait pas trouvé assez de volontaires pour mener à bien le projet. Le paradigme de l'assistanat n'était plus opérant, c'est la matrice de la solidarité intergénérationnelle et d'une relation gagnant/gagnant qui a imposé son efficience au projet SARLAB.

2.2.3.1 La mobilisation des PSH pour l'enquête

C'est à partir du réseau d'adhérents et de personnes en situation de handicap connues sur le secteur géographique que l'enquête universitaire a pu être menée. (cf. supra 2.2.1)

2.2.3.2 la mise en relation pour l'action des bénévoles de l'AFEV

De la même manière, c'est une mobilisation de même type qui a permis l'expérimentation de la constitution de binômes personne en situation de handicap / étudiant. La proposition "d'assistance" par des étudiants pour des sorties loisirs et culturelles, faite dans un premier temps, n'a pas été opérante. C'est le changement de paradigme, dans une proposition où chacun aidait l'autre, qui a permis le succès de l'expérimentation. Sans cette forme d'échange symbolique où chacun intervient à permettre l'inclusion de l'autre, dans la vie adulte et citoyenne, ou dans la vie culturelle d'un territoire, qui a été gagnant/gagnant. (cf. supra 2.2.2)

2.2.3.3 L'action sur le terrain avec une Volontaire service civique

L'objectif d'APF France handicap, après les phases préparatoires du projet, est donc pluriel :

- Recenser sur le territoire de Moselle Est les lieux de culture et de loisirs accessible, en vérifiant autant que possible cette accessibilité à l'aune d'un accompagnement en binôme PSH.
- Rendre ce référencement disponible sur une plateforme internet dédiée à l'adresse www.moselle-handicap.org)
- Proposer de mettre en relation personnes en situation de handicap et bénévoles
- Revitaliser un territoire de l'association en perte de vitalité, avec pour indice, une chute des adhésions préoccupante.

Pour réaliser ces objectifs, il fallait ajouter des moyens humains au projet, tout comme les étudiants de l'université de Lorraine ou ceux de l'AFEV l'avaient été précédemment. Le choix alors a été fait par le DT2A du recrutement d'une jeune femme volontaire en service civique, elle-même, en situation de handicap, et originaire du secteur.

Sans attache avec la délégation de Metz, ni soutien logistique, humain ou connaissance approfondie elle-même des réseaux et des personnes en situation de handicap du pays de Sarreguemines. Sa mission a été plus difficile que ce qui avait été imaginé d'abord. C'est l'isolement que le projet **SARLAB** lui-même voulait résoudre qui a contraint cette jeune volontaire à ne pouvoir complètement atteindre ses objectifs. Elle n'a donc pas fini son temps de civique au service d'APF France handicap. Ceci s'est produit pendant la période de vacance de direction à la tête du territoire Nord Lorraine d'APF France handicap.

2.2.3.4 Continuité de l'action par la CD2A et relais avec l'ESAT pour la construction du site.

L'intérim de direction assumée par le Directeur régional permet alors la mission (de janvier à mars 2019) de la chargée départementale du développement des actions

associatives basée à Metz de reprendre, après une période d'arrêt maladie de quelques mois sur le projet Sarlab. La professionnelle est alors responsable :

- De l'inspection d'accessibilité des différents ERP susceptibles d'offrir des occasions des loisirs ou de culture
- Du référencement sur le site www.moselle.handicap.org des ERP validés

2.2.3.5 Présentation du site www.moselle-handicap.org

La création du site internet est le fruit d'une collaboration avec l'ESAT de Saint Julien-lès-Metz, structure gérée par APF France handicap, employant des travailleurs en situation de handicap moteurs. En valorisant ainsi une proximité de territoire et une relation aidants/aidés, le projet Sarlab paraît ainsi plus cohérent, bien en phase avec son objet qui n'est pas de mettre les personnes en situation de handicap asymétrique basse, mais bien en position de partenaire et à égalité avec leur pairs valides. La sensibilité des personnels de l'ESAT à la question de l'accessibilité, dont l'accessibilité numérique est un des aspects, n'étant alors pas neutre dans l'apport qu'ils ont pu mettre au moment de la fabrication de l'outil internet. Une partie de la création du site a cependant dû être soustraite auprès d'une entreprise qui l'héberge dans ses serveurs et en assure la maintenance car cette partie "hard-ware" ne peut être mise en œuvre avec les ressources matérielles et humaines de l'ESAT. La collaboration a été étroite au moment de la conception du site et de son architecture. La mise à jour des informations, après vérification de l'accessibilité est maintenant le travail de la CD2A

Un regret cependant, au niveau du nom de domaine, le mot "**SARLAB**", acronyme du projet, était déjà déposé par d'autres entreprises ou projets des deux côtés de la frontière franco-allemande et c'est le nom actuel de domaine qui a été alors choisi.

Présentons-le rapidement :

- La page d'accueil :
 - S'ouvre sur une photographie de la dernière assemblée départementale APF France handicap, accueillie par la communauté

Emmaüs de Peltre (dont le responsable est très investi dans l'activité joëlettes portée par des bénévoles de la délégation de Moselle).

- Offre des boutons “Je participer” ou “Je découvre” qui basculent vers les propositions d'activités.
 - Présente une carte interactive du pays de Sarreguemines et environs où chaque balise renvoie à une présentation d'un site accessible (lien vers une page internet qui le présente)
 - Permet de se connecter aux pages Youtube, Facebook, Instagram, Twitter ou LinkedIn d'APF France handicap dont les contenus sont très régulièrement, quotidiennement au moins, mis à jour
 - Affiche les actualités culturelles en lien avec les structures répertoriées SARLAB.
- Les boutons “Je participe” ou “Je découvre” permettent d'explorer les ressources disponibles selon différents filtres :
 - Le filtre “activités” permet de sélectionner :
 - Pratiques sportives
 - Convivialité
 - Activité chez moi
 - Visite
 - Le filtre “Ville” permet d'afficher tous les lieux et activités accessibles sur la commune choisie.
 - Le filtre “Accessibilités” sélectionnent tout ceci en fonction du type de handicap :
 - Handicap moteur
 - Handicap sensoriel
 - Handicap cognitif
 - Handicap mental
 - Le filtre “Tarifs” permet de sélectionner les activités par fourchette de prix
 - Les partenaires du projet sont identifiés chacun par leur logo :
 - **AFEV**
 - **APF lab**
 - **CNSA**
 - **Université de Lorraine**

- **APF France handicap**
- Les coordonnées de la direction territoriale Nord Lorraine, dans les locaux de la délégation départementale de Metz ainsi qu'un lien de contact permet aux personnes intéressées de se renseigner ou d'interpeller la délégation pour un accompagnement.

2.4 les obstacles au projet et leur remédiation

2.4.1 La faiblesse de la représentation d'APF France handicap sur le territoire

L'érosion des adhésions, des activités bénévoles et d'une véritable présence physique régulière d'APF France handicap a été et demeure une difficulté que le déroulement du projet n'a pas permis de résoudre durablement. La fragilité d'une action ponctuelle, malgré la mobilisation, est de ne pas permettre de stabilisation durable d'un réseau solide. Cela s'est par exemple manifesté dans la difficulté, sans soutien de la direction, vacante pour cause d'arrêt, et des personnels de la délégation de Moselle, de la volontaire en service civile mobilisée par l'association, mais laissée bien seule pour continuer à porter l'action.

Après son départ, l'intérim de direction assurée par la direction régionale a permis de missionner, dès son retour de congés maladie, la chargée de développement des actions associatives de la délégation de Metz pour

- Explorer la richesse des sites et manifestations sur le territoire de Sarreguemines et environs
- Inspecter les installations et l'accessibilité des ERP,
- Vérifier l'intérêt culturel ou de loisir des sites visités, notamment en regard des différentes formes de handicap dont peuvent être porteurs les PSH
- Attester de la qualité de l'accueil
- Référencer sur le site www.moselle-handicap.org les sites visités et mettre à jour le calendrier des manifestations accessibles intéressantes.

2.4.2 le management de l'action

M Claude MILLERAND, DT2A d'**APF France handicap** sur le territoire Nord Lorraine (Départements de la Meuse (55) et de la Moselle (57)) a été logiquement désigné porteur de projet du projet **SARLAB** Son état de santé l'a contraint à de nombreux arrêts, répétitifs, parfois longs (le dernier en cours, depuis le dernier trimestre 2018, dure déjà depuis plus de 6 mois). On sait combien une navigation sans pilote peut être erratique et combien le poids institutionnel d'un directeur peut être déterminant dans la négociation avec les partenaires ou les autorités. La vacance, de fait et non

de gré, du porteur de projet a eu des effets délétères, non seulement pour SARLAB mais plus globalement en affaiblissant un temps tout le dynamisme associatif du territoire nord lorrain d'**APF France handicap**.

Constatant, de renouvellement d'arrêt en renouvellement d'arrêt, l'incapacité de M MILLERAND à reprendre ses fonctions, le directeur régional Grand Est, M Pierre SALACHAS a dans un premier temps assuré l'intérim de direction du territoire Nord Lorraine, pour permettre la continuité des missions des délégations départementales à Metz et Verdun. Il a ensuite missionné la chargée de développement des actions associatives sur le seul projet SARLAB au premier trimestre 20019 (à son retour d'un arrêt maladie long elle-aussi). Dès la fin 2018, M SALACHAS a également ouvert un recrutement, sur un poste en CDD à terme incertain, pour assurer l'intérim à temps plein de la direction des actions associatives nord-lorraines. Ce recrutement a débouché sur une solution interne à **APF France handicap**, le détachement 4 jours par semaine d'un personnel d'un SESSAD du territoire Nord Lorraine, sur une fonction de coordination des actions associatives (votre serviteur, auteur de ce rapport, mais absent au moment du lancement et du déroulé du projet). La prise de fonction sur cette mission est effective depuis le 1^e mars 2019.

3 méthodes et résultats de l'évaluation de l'action

3.1 Démarche d'évaluation mise en place

L'évaluation du Projet SARLAB repose sur la mesure des réalisations attendues au moment de son lancement par chacun des partenaires impliqués dans sa construction et son déroulement. Pour APF France handicap, il s'agit principalement d'évaluer en quoi le projet a atteint des objectifs, quantitativement et/ou qualitativement, de facilitation de l'accès aux ressources de loisirs et à l'accompagnement sur un territoire où les personnes en situation de handicap souffrent d'isolement. Il s'agit de mesurer les actions mises en œuvre et leurs impacts.

Nombre des informations qui le permettraient avec pertinence et fiabilité ont pu être collectées et conservées par M MILLERAND avant son arrêt maladie. Elles ne, pour la plupart, pas disponibles ni au niveau de la direction régionale Grand Est, ni au niveau de la délégation de Metz, bureau habituel du directeur territorial des actions associatives. Pour ce rapport, ce seront donc seulement des données fragmentaires qui permettront cette évaluation.

L'auteur du rapport n'a pas à sa disposition ni enquête de satisfaction ni entretien d'évaluation, auprès des bénéficiaires, des étudiants ou des professionnels impliqués dans l'action qui sont actuellement en arrêt ou ont quittés APF France handicap. C'est à travers l'étude des documents qui lui sont accessibles et dans le temps disponible négocié avec la CNSA qu'il s'efforce de ne trahir une évaluation honnête (à défaut d'objectivité que donne l'a posteriori d'un projet auquel on n'a pas participé directement et dont les critères et outils d'évaluation, n'ont pas été définis en amont pour en permettre une restitution optimale.

3.2 Résultats de l'évaluation

- La recherche universitaire conduite par l'université de Lorraine a permis aux jeunes chercheurs, sous la supervision de leurs professeurs, a permis de comprendre, tant par une revue de littérature savante que par la conduite d'entretiens auprès de personnes en situation de handicap qu'APF France handicap leur a permis de rencontrer, les conditions d'un co-production de l'accès à la culture et aux loisirs entre bénéficiaires et bénévoles.
 - Elle a confirmé que l'égale motivation et la reconnaissance mutuelle des acteurs étaient des leviers d'actions nécessaires pour ne pas s'inscrire dans le champ de la "bonne action", mais bien dans celui d'une dynamique inclusive et paritaire où les variables de l'âge ou de l'état d'autonomie physique avaient à s'ajuster pour être à la fois dans l'inter-générationnel et dans une forme d'équité de relation où ce sont des binomes qui sont confrontés à la question de l'accessibilité à des niveau de la pyramide des besoins de Maslow où la reconnaissance, le besoin d'appartenance et de réalisation de soi son si importants. (Pour le dire plus trivialement, aller au restaurant n'est pas se nourrir, c'est bien plus ...)
 - Cependant, les entretiens menés dans le cadre de la recherche, tendent à montrer que le besoin de mobilité ne s'exprime pas en priorité avec pour objet des sorties de loisirs ou de cultures. Dans bien des cas, ce sont d'autres besoins, plus fondamentaux qui les nécessitent. Il est donc généreux, mais naïfs, de penser que la situation de handicap se résout par l'accessibilité aux loisirs (l'emplâtre sur la jambe de bois), c'est d'abord la rupture de l'isolement et l'accès rendu équitable à des activités autrement inaccessibles qui fait acte, et acte de reconnaissance, de la personne en situation de handicap comme membre à part entière d'un territoire donné comme horizon habituel de vie.
- Le partenariat avec L'AFEV a permis de mobiliser sur l'action 9 étudiants qui se sont mis en relation pour des activités avec 13 bénéficiaires de leur accompagnement.

- Reste que la mobilisation de volontaires étudiants, dans un secteur peu dense en termes de lieux d'enseignements supérieurs, a dû nécessiter de l'association étudiante une activité sans précédent loin de sa base habituelle de Strasbourg.
- La fiche de volontariat des bénévoles étudiants prévoyait une période d'engagement jusqu'à fin 2019. L'action principale a été menée
- au premier semestre 2018, à partir d'une information au réseau étudiant de Sarreguemines fin 2017 (novembre et décembre).
L'ambition d'une action pérenne a pâti d'un manque de porteur de projet à la relance. Le dialogue régulier entre la délégation APF France handicap de Metz et la responsable de l'antenne strasbourgeoise de l'AFEV s'est rompu avec les arrêts de M MILLERAND et n'a pas pu être maintenu.
- APF France handicap, malgré les absences longues et nombreuses du DT2A porteur du projet, a trouvé les moyens de :
 - Mobiliser des personnes en situation de handicap, adhérentes ou non, pour permettre la réalisation de la recherche étudiante auprès de 19 d'entre-elles (seules ou en couple) et de l'action de solidarité des étudiants mobiliser par l'AFEV
 - Avec le jeune en service civique, et après son départ, à son retour d'arrêt maladie, avec la CD2A de la délégation de Moselle, inspecter et valider l'accessibilité sur le secteur de la Moselle Est une cinquantaine de lieux de loisirs et de culture
 - Mettre à disposition du grand public, et en particulier des personnes en situations de handicap, un site dédié à l'identification et à la description des activités proposées dans des lieux de loisirs et de culture accessibles.
 - Par cet outil, prendre contact avec APF France handicap, délégation de Moselle pour organiser des accompagnements vers ces lieux.

4 Bilan de l'action et suites données

4.1 Analyse critique du projet

Les situations de handicap sont intrinsèquement porteuses d'un risque d'isolement et d'exclusion. Le risque est majoré dans les territoires ruraux ou désindustrialisés. Il l'est davantage encore quand le maillage associatif qui peut venir en appui des personnes en situation de handicap se distend. C'est en première analyse, ces éléments qui ont conduit **APF France handicap** à répondre à l'appel à projet de la **CNSA**.

A l'intérieur en effet du territoire Nord Lorrain, autour de la ville de Sarreguemines, l'action de ce qu'on appelait il y a un an encore l'Association des paralysés de France était devenue quasi inexistante. La population, vieillissante, des bénévoles traditionnels de l'association, l'éloignement de la délégation de Metz, en charge des actions associatives sur tout le département (Sarreguemines est à 80 km de Metz, à 1 heure de voiture, et ses environs ne sont accessibles que par les réseaux secondaires) et l'abandon des transports jusque-là assumés par l'APF ont créé un manque à vivre et accentuer l'isolement des personnes en situation de handicap.

Recréer un maillage associatif, en partenariat avec l'Université de Lorraine, pour analyser le phénomène de la rupture de lien d'avec la cité, notamment dans ce qu'elle offre d'opportunités de rencontres, de divertissements et de culture, et avec une association recrutant ses bénévoles parmi la population étudiante pour mettre en œuvre des actions de solidarité, constitue alors un vrai challenge.

Si les partenariats ont bien fonctionné, ils n'ont pas permis, faute de réelle reconstruction et revitalisation du réseau d'adhérents et de bénévoles d'APF France handicap de créer un véritable mouvement en interne, et le territoire de la Moselle est resté encore mal couvert par l'association de handicapés moteurs avec ou sans troubles associés.

L'éloignement des villes universitaires, Strasbourg pour l'**AFEV**, Nancy et Metz pour l'université de Lorraine, principaux viviers pour les ressources humaines de nos partenaires a pu être un élément défavorable, révélateur de la nécessité, pour un projet de ce type et son succès, de proximité des bénévoles impliqués dans ce genre d'action.

Certes, la connaissance des ressources du territoire en termes d'activités et de sites de loisirs et de culture réellement accessible a réellement progressé et l'investissement du terrain, de la chargée de développement des actions associatives va permettre de définir une nouvelle stratégie pour rendre pérenne et efficace des actions associatives autour de Sarreguemines. Le site www.moselle-handicap.org constitue à ce titre une belle réussite quant à la mise à disposition en ligne d'une information valide quant à l'accessibilité, l'accueil et la pertinence de propositions de loisirs et de culture en regard de la situation de handicap.

Mais identifier l'accessibilité ne représente qu'une étape du processus complexe de l'accès réel des personnes en situation de handicap aux loisirs et à la culture. Le projet **SARLAB** révèle plusieurs points essentiels à ce processus d'accès :

- Dans la balance dépendance / autonomie, la prééminence de l'auto-détermination reste un facteur clé de l'adhésion des personnes à toute proposition d'accompagnement qu'on leur adresse.
- La priorité des personnes en situation de handicap, en regard de leurs ressources (l'AAH particulièrement) porte sur la gestion du quotidien et leur poste budgétaire loisirs/culture est souvent maigre.
- La question de l'accessibilité n'est pas séparable des questions de mobilité qui se posent spécifiquement aux personnes en situation de handicap (capacité ou non à se motoriser de façon autonome, disposition ou non d'un véhicule adapté, d'un permis de conduire, d'un accompagnateur ou même des ressources financières nécessaires, etc.)
- Tout accompagnement n'est véritablement constructeur de solidarité active que par l'existence, dans la conscience de chacun des acteurs de l'accompagnement, d'un bénéfice mutuel, parfois plus d'ordre symbolique, dans la reconnaissance de l'un par l'autre. C'est ce qu'on pourrait appeler d'une certaine manière la gratification de la gratuité et de la réciprocité.
- Sans tissu humain véritablement porteur, sans l'émergence d'un réseau suffisamment stable, avec des personnes identifiées et fiables, les coups d'épée dans l'eau ne produisent pas de vague de fond.

4.2 Suites données au projet

4.2.1 le développement du site www.moselle-handicap.org

L'outil informatique développé dans le cadre du Projet SARLAB permet donc la mise en ligne d'activités, de sites ou de manifestations accessibles aux personnes en situation de handicap, et pas seulement moteur. La Plateforme reste encore de diffusion assez restreinte.

- Son partage à plus grande échelle, notamment à l'attention d'autres associations ou services intervenants dans d'autres secteurs du handicap sur le même périmètre géographique est à mettre en œuvre rapidement. Il s'agit simplement de diffuser par courrier, postal ou électronique, le lien à d'autres et peu à peu, cette mise à disposition d'informations en ligne tissera sa toile.
- Un même travail d'identification et de validation de l'accessibilité loisirs/culture doit être réfléchi pour d'autres secteurs, soit au sein du territoire Nord Lorraine d'APF France handicap, soit en relais sur d'autres territoires français de l'association nationale. Il s'agit en fait d'une "matrice informationnelle" à citer en termes de réalisation remarquable au sein de tout le réseau APF France handicap, au travers des différents supports, papiers et numériques où l'association partage la vie du mouvement, des délégations et des établissements gérés.
- Cela met l'accessibilité numérique comme une des points de développement des accompagnements d'**APF France handicap** auprès de ses usagers, adhérents, bénévoles ou bénéficiaires.

4.2.2 La priorisation de recherche de solutions en partenariats locaux

En visant l'action sur un secteur géographique devenu fragile au plan de son activité associative militante et solidaire, APF France handicap espérait revoir son activité repartir et assurer correctement ses missions d'accueil, d'accompagnement, de représentation et de revendication dans l'est mosellan. Ce n'est pas tout à fait le cas. C'est peut-être que les ressources humaines mobilisées dans l'expérimentation SARLAB étaient trop distantes du secteur géographique sarregueminois (étudiants de l'AFEV impliqués, membre de la délégation de Moselle APF, directeur ou chargée de développement associatif), ou trop isolée, comme la volontaire service civique.

Priorité doit donc être donnée, au niveau d'APF France handicap au développement d'un réseau de bénévoles sur le secteur.

- En recherchant des échanges avec d'autres associations de l'Moselle Est capable de mobiliser, en local, des volontaires
- En revitalisant la politique de communication et d'adhésion à destination des personnes en situation de handicap sur le secteur (contact des anciens adhérents, appuis sur les établissements APF implantés localement, auprès des usagers et/ou de leur famille : une antenne CAMSP à Sarrebourg, un SESSAD à Freyming Merlebach, un IEM à Saint Avold, une MAS à Rorbach-Lès-Bitche)
- En développant des formes de présence de la délégation de Moselle sur ce secteur excentré du département, notamment par l'intermédiaire de l'action et des liens que le DT2A aura à déployer. L'assemblée générale départementale 2019 d'APF France handicap Moselle est, en ce sens, envisagée dans les locaux de la MAS de Rorbach-lès-Bitche

.5. Recommandations :

- *Un projet comme **SARLAB** ne peut pas être conçu comme une action en direction d'un public défavorisé. L'étude et le déroulement du projet révèlent que **le succès d'une telle aventure passe par l'empowerment de tous les acteurs en interaction**. La communication autour de ce type de projet doit insister sur l'autonomie des personnes en situation de handicap dans le choix des activités auxquelles elles veulent accéder, certes avec l'aide de bénévoles, mais surtout en pleine adhésion au projet d'activité.*
- *La proximité des porteurs de solution dans une action bénévole est un des critères de son succès, et l'éloignement relatif des jeunes bénévoles d'abord mobilisés dans SARLAB ou la faiblesse actuelle du réseau de bénévoles APF France handicap en Moselle Est accrédite cette hypothèse. **Toute solution qui n'est que technique, comme peut l'être un site internet, n'est pas suffisante à développer une action de solidarité réelle. Le développement d'un réseau humain de solidarité est toujours une gageure et une priorité. La présence et la relation des porteurs de projet sont alors les meilleurs avec le réseau bénévole qui se tisse peu à peu est alors un élément essentiel de la pérennisation d'une action.***

Annexe 1

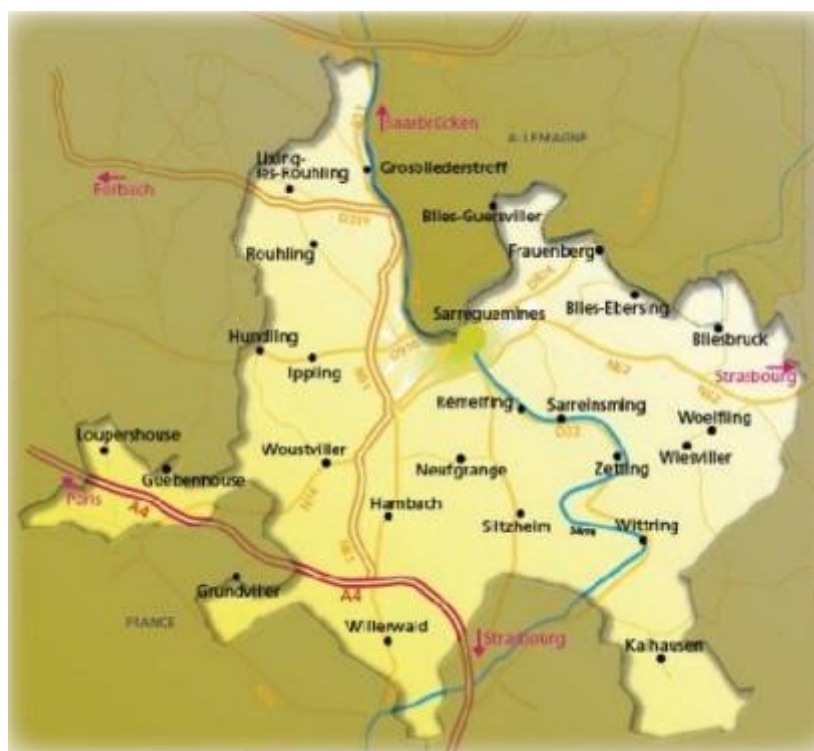
Localisation du territoire du projet SARLAB





Sarreguemines et environs, un territoire entre ruralité et métropolisation

Le territoire de la Communauté de Commune de Sarreguemines Confluence (CCSC) comprend environ 78 000 habitants répartis pour 23 000 d'entre eux au sein de la commune de Sarreguemines. Le reste des habitants réside dans des communes de moins de 5 000 habitants.



Carte de la Communauté de Commune de Sarreguemines Confluence (CCSC)

Cependant, ce territoire n'est pas aussi rural que ces chiffres peuvent le présenter. En effet, la commune de Sarreguemines et une partie de la CCSC jouxte la métropole et capitale du Land5

allemand de la Sarre : Sarrebruck. Ainsi, les 340 000 habitants de l'aire urbaine de la commune allemande permettent aux territoires de l'Est de la Moselle de bénéficier de ses attraits.

Sarreguemines est très bien desservie en termes d'infrastructures de transport – train, autoroute, etc. –, ce qui la place à 15 minutes de Sarrebruck, à 45 minutes de Metz et à 1 heure de Strasbourg.

Annexe 2

La page www.moselle-handicap.org

SARLAB SARRe,
Loisirs
Accompagnés
Bénévoléme

SUIVREZ-NOUS
    

MENU

 03 87 75 58 32



SARLAB (En Sarre, Loisirs Accompagnés Bénévoléme)

Un moment de détente ça vous tente ?

JE PARTICIPE

<http://www.moselle-handicap.org/fr/activites.html>



Les activités SARLAB

JE DÉCOUVRE

Nos actualités

Toutes les catégories

Activités SARLAB

05/04/2019

MUSEES DE

Activités SARLAB

02/04/2019

VACANCES PARC
SAINTE CROIX

Délégation

22/02/2019

FAIRE FACE MARS AVRIL
2019

Glossaire :

- **AAH** : Allocation aux Adultes Handicapés
- **AFEV** : Association de la Fondation Etudiante pour la Ville
- **APF France handicap** : L'Association des Paralysés de France est devenue après l'assemblée générale du Mouvement à Montpellier en Juin 2018 APF France handicap
- **CAMSP** : Centre d'Action Médico-Sociale Précoce
- **CD2A** : Chargé(e) de développement des actions associatives
- **CNSA** : Caisse Nationale pour la Solidarité et l'Autonomie
- **DI2A** : Directeur Inter-régional des Actions Associatives (Grand-Est et Bourgogne – Franche Comté pour notre périmètre)
- **DT2A** : Directeur Territorial des Actions Associatives
- **EA** : Entreprise Adaptée
- **ERP** : Etablissement Recevant du Public
- **ESAT** : Etablissements et Services d'Aide par le Travail
- **IEM** : Institut d'éducation Motrice
- **MAS** : Maison d'Accueil spécialisée
- **MDPH** : Maison Départementale pour les Personnes Handicapées.
- **SESSAD** : Service d'Education Spéciale et de Soins A Domicile



Fiche engagement bénévole

« SARLAB »

De janvier 2018 à décembre 2019

NOM :

Prénom :

Adresse :

Téléphone : Fixe :

Portable :

E mail :

Permis :

Véhiculé :

S'engage à être bénévole dans le cadre du projet SARLAB au sein de
l'Association de la Fondation Etudiante pour la Ville de Metz en partenariat
avec l'Association des Paralysés de France

La mission principale du bénévole

Accompagner 1 à 2 fois par mois des personnes en situation d'handicap moteur
dans des loisirs. (Ex : promenade, les courses, jeu de société etc...)

Les disponibilités

Lundi de à

Mardi de à

Mercredi de à

Jeudi de à

Vendredi de à

Samedi de à

Dimanche de à

Remarques diverses :

Signature :

Fait à Le

Améliorer l'accès des personnes en situation de handicap ou de perte d'autonomie à des activités de loisirs choisis

SARLAB (en SARre Loisirs Accompagnés Bénévolement)

Positionnement de la recherche action

© CEREFIGE-Université de Lorraine Mai 2017

Sommaire

Introduction

1. Consommation et situation de handicap : une double impasse ?

1.1. Une offre standard qui met en situation de handicap

1.2. Des offres « adaptées » qui séparent et véhiculent des représentations non désirées

1.3. La consommation des personnes en situation de handicap : une double impasse face à la stigmatisation

2. La nécessité de mieux reconnaître l'hétérogénéité de la population handicapée

2.1. La reconnaissance des spécificités des déficiences et du rapport à son handicap

2.2. La nécessité d'une meilleure prise en compte des ressources des individus

2.3. Le handicap et les situations d'intersectionnalités

3. Etudier la consommation de loisir

3.1. La consommation de loisir et ses enjeux

3.2. La consommation de loisir des personnes en situation de handicap

Conclusion

Bibliographie

Introduction

La consommation marchande occupe une place importante dans les sociétés occidentales contemporaines. Par-delà la simple réponse à des besoins fonctionnels, les produits et services constituent souvent de véritables ressources symboliques (Arnould et Thompson, 2005) qui participent à la structuration identitaire des individus. Plus largement encore, la consommation est un espace dans lequel les individus peuvent agir ou non en fonction de leurs aspirations ce qui en fait un lieu structurant du bien-être (Sen, 2012).

Les professionnels du marketing et plus largement les acteurs du monde marchand tendent à mettre en avant une représentation positive de la consommation. Ainsi sont véhiculés des discours représentant le marché comme un espace d'émancipation qui permet de donner accès à un réenchantement à des individus rendus cyniques par la fin des grands récits dans une société post-moderne (Firat et Venkatesh, 1995 ; Badot et Filser, 2007 ; Maffesoli 2007).

La réalité apparaît plus contrastée. Des courants de recherche plus critiques ou tournés davantage vers le bien-être des consommateurs s'attachent notamment à mettre en évidence la façon dont la consommation peut affecter négativement les individus (santé, risque, autonomie), susciter des tensions et s'établir dans des rapports de domination (Mick, 2006 ; Gorge et al., 2015). De telles perspectives permettent de rendre compte et de mieux comprendre différents phénomènes comme l'émergence de mouvements de consommateurs contestataires qui cherchent à résister à des marques voire à sortir du marché (Kozinets, 2002 ; Roux, 2007).

Malgré la place centrale occupée par la consommation, les « mythes directeurs » qui structurent les marchés tels que les impératifs de performance ou de rentabilité peuvent conduire à leur défaillance à répondre de façon satisfaisante pour tous. Cela peut conduire à ce que les consommateurs n'appartenant pas à un marché potentiel important, car n'étant pas assez nombreux ou pas assez solvables pour être une cible rentable du point de vue des offreurs, ne voient pas leurs besoins pris en compte, indépendamment de la valeur humaine ou sociale de leur demande (Lambin et de Moerloose, 2008, p 10). Ceci conduit à des phénomènes d'exclusion et de discrimination par exemple envers les plus pauvres (Gorge, 2014), les personnes en surpoids qui souhaitent suivre la mode (Scaraboto et Fischer, 2013) ou encore atteintes d'une maladie orpheline (Chalamon, 2010).

Les personnes en situation de handicap représentent une « minorité universelle » (Gardou, 2012) et sont surreprésentées dans les milieux sociaux les moins bien dotés (Mormiche, 2006), de ce fait bien que représentant un nombre globalement important de consommateurs, elles peuvent être perçues comme insuffisamment importantes du fait tant de la forte hétérogénéité de cette population que de son pouvoir d'achat.

Relativement peu de travaux en France se sont intéressés aux personnes en situation de handicap sous le prisme de leur consommation. Les quelques recherches publiées semblent par ailleurs davantage tournées vers la conception de l'offre en interrogeant, par exemple, la place de la personne en situation de handicap dans le processus d'innovation (Flin, 2006) ou la place des associations de personnes en situation de handicap dans la recherche (Rabeharisoa et Callon 2002).

Malgré l'existence du champ des disability studies, les travaux anglo-saxons sur la consommation demeurent également peu nombreux et apparaissent concentrés autour de quelques chercheurs parmi lesquels Stacey Menzel Baker, John J. Burnett et Carol Kaufman-Scarborough. Les thématiques abordées sont variées et portent autant sur l'influence d'un enfant handicapé sur les comportements de consommation de la famille (Mason et Pavia 2006, Pavia et Mason, 2012) que sur l'utilisation d'internet et l'attitude envers la publicité (Burnett, 2006 ; Burnett et Paul, 2006) en passant par les

spécificités du comportement du consommateur en situation de handicap (Childers et Kaufman-Scarborough, 2009). Les approches et préconisations de ces travaux, lorsqu'elles sont présentes, peuvent apparaître comme contrastées selon qu'elles s'orientent :

- vers une logique de segmentation de l'offre à destination des personnes en situation de handicap où l'on cherche à mettre en évidence les spécificités de ces consommateurs afin de mieux les cibler (Burnett 2006, 1996 ; Burnett et Baker, 2001 ; Burnett et Paul, 1996) ;
- vers la recherche d'une inclusion des consommateurs où l'on cherche à identifier les spécificités des consommateurs en situation de handicap afin de favoriser leur accès au marché (Baker 2006 ; Baker et al. 2002 ; Baker et Kaufman-Scarborough, 2001 ; Baker et al. 2001 ; Childers et Kaufman-Scarborough, 2009 ; Kaufman-Scarborough, 1999 ; Kaufman-Scarborough 2000 ; Mason et Pavia, 2006, 2012 ; Kaufman 1995 ; Bromley et Matthews, 2007).

Ces travaux principalement américains sont en partie nés suite à l'American Disability Act (ADA) de 1990 qui inscrit dans la loi l'interdiction de la discrimination du fait du handicap autant face à l'accès à l'emploi que dans les lieux publics ou commerciaux. Ces recherches s'intègrent aux travaux sur la vulnérabilité des consommateurs (Peñaloza 1995, Baker et al. 2005), vulnérabilité ici définie comme une perte d'autonomie ou un sentiment d'impuissance face au marché.

La question de l'accès à des loisirs choisis par les personnes en situation de handicap s'intègre donc dans des réflexions plus larges sur l'exclusion et la discrimination par la consommation. Afin de positionner cette recherche vis-à-vis de la littérature existante, nous reviendrons dans un premier temps sur les principaux apports des travaux sur la consommation des personnes en situation de handicap (1) avant de mettre en avant la nécessité pour ces travaux de mieux reconnaître l'hétérogénéité de la population handicapée (2). Nous positionnerons enfin ces réflexions vis-à-vis des spécificités de la consommation de loisirs (3).

1. Consommation et situation de handicap : une double impasse ?

Face à la consommation, les personnes en situation de handicap se trouvent souvent face à une offre standard qui participe à la création de la situation de handicap (1.1) et à une offre adaptée qui les assigne à l'identité de « consommateur handicapé » et à des représentations qui peuvent être négatives (1.2.). La consommation semble donc renvoyer à une double impasse vis-à-vis de la stigmatisation (1.3).

1.1. Une offre standard qui met en situation de handicap

L'approche sociale du handicap considère que la déficience n'est pas handicapante en soi mais que la situation de handicap est créée par un environnement inadapté (Winance, 2016). Appliquée à la consommation, une telle perspective permet de mettre l'accent sur les questions d'accès aux lieux de consommation et d'usages des produits.

Les tensions autour de l'accessibilité apparaissent dans une grande diversité de secteurs (grandes surfaces, domaine culturel, banque, voyages, transports, médical ...), à différents niveaux (marches, seuils, rayons, caisses, trottoirs, bacs à surgelés, parkings...) et sur la totalité du processus d'achat (de la réservation en ligne à l'usage final¹) (Kaufman, 1995 ; Kaufman-Scarborough ; 1999 ; Nau et al., 2013).

L'accessibilité apparaît comme un critère central dans les activités d'achats (courses, shopping...) et est de fait un élément structurant des choix de consommation des personnes en situation de handicap (Burnett, 1996). Ces difficultés impliquent souvent plus de planifications (Kaufman, 1995) et peuvent conduire les personnes en situation de handicap à être plus routinières et fidèles que d'autres consommateurs (Burnett et Baker, 2001). Les grandes surfaces, les grands centres commerciaux et les zones d'activités commerciales pourront être préférées aux petites boutiques de centre-ville car plus accessibles et pratiques (places réservées, moins de problèmes associés à des marches, largeur des rayons, diversité de l'offre sur un même lieu etc.). Pour autant, l'offre y est relativement standardisée et l'on n'y retrouve pas forcément les spécificités des offres et le même plaisir de flâner que dans les petites boutiques. Par-delà la question purement fonctionnelle,

La diversité des dispositifs à prendre en compte conduit parfois à des solutions qui ne sont pas accessibles « jusqu'au bout ». Un cinéma peut se déclarer accessible (rampes, places dédiées, toilettes accessibles...) mais ne pas avoir songé à ajouter la modalité « situation de handicap » dans son système de réservation en ligne. Une personne en situation de handicap peut réserver et payer une place sans avoir accès au film désiré si les places adaptées sont occupées (Nau et al., 2013).

L'accessibilité remet donc également en cause la spontanéité et le plaisir qui peut être associé à la consommation (Nau et al., 2013). Face à ces difficultés, les achats sur internet peuvent constituer une alternative en facilitant l'accès à une offre diversifiée (Childers et Kaufman-Scarborough, 2009). Cette solution est cependant à relativiser. D'une part, des problèmes peuvent être rencontrés face à des produits construits selon des standards inadaptés et nécessiter des tests avant achat. Un grand nombre de catégories de produits peuvent être concernées : essayer des vêtements, jauger de la praticité d'une table avec le fauteuil, évaluer la résistance des touches d'un clavier etc. D'autre part, les magasins sont également des lieux de sociabilité et considérer l'achat en ligne comme une solution peut participer à renforcer l'isolement de certaines personnes (Nau et al., 2016).

Les offres standards peuvent s'avérer inadaptées à la personne et participer à rendre le handicap saillant et déjouer « l'inattention civile » au travers d'une disconfirmation des attentes normatives

qui encadrent les interactions sociales (Goffman, 1975). De telles offres inadaptées peuvent participer à la discrimination et à la perte de statut en mettant les personnes en difficulté, en leur offrant une moindre qualité de service, en les obligeant à demander de l'aide voire en les excluant complètement. Ainsi une personne utilisant un fauteuil peut se trouver mise à l'écart lors de repas de famille car la hauteur de la table est inadaptée.

Le bricolage ou les détournements des usages prescrits peuvent constituer des réponses à l'inadaptation des objets. Ils apparaissent à ce titre de façon récurrente au domicile des personnes en situation de handicap ou sur internet au point de faire l'objet d'une rubrique dédiée « Trucs et astuces » dans le magazine de l'APF Faire Face et d'avoir conduit à un partenariat entre Leroy-Merlin et Handicap International autour d'un concours intitulé « les papas bricoleurs et les mamans astucieuses » qui recense les bricolages et prime les meilleurs d'entre eux. Ces bricolages peuvent être lus à partir de la typologie d'Akrich (1998) qui met en évidence la façon dont les utilisateurs ont souvent une appropriation active des biens qu'ils achètent. Elle distingue ainsi quatre types d'action (déplacement, adaptation, extension et détournement) selon que l'objet initial soit transformé ou non et que son usage prescrit soit détourné ou non.

1.2. Des offres « adaptées » qui séparent et véhiculent des représentations non désirées

Face à des offres « standards », le développement de produits et service spécifiquement dédiés aux personnes en situation de handicap peut apparaître comme une solution. Sans aborder les questions de prix et de qualité de l'adaptation qui peuvent être décriés (Nau et al., 2013), il apparaît cependant que de telles offres véhiculent souvent des représentations non désirées et participent à une séparation identitaire.

Les contraintes d'accessibilité fixées par la loi de 2005 pour les Établissement Recevant du Public (ERP) a régulièrement conduit à la mise en place d'accès spécifiques ou d'espaces réservés. Bien que plus fonctionnels, ces dispositifs participent à l'assignation public des personnes en situation de handicap à la catégorie des « Personnes à Mobilité Réduite » et peut conduire à dissocier l'individu de ses proches pour l'associer à des personnes en situation de handicap inconnues (par exemple, à un concert où il y a une plateforme dédiée) (Nau et al., 2016).

Ces adaptations peuvent également être l'occasion de l'objectivation de représentations non-désirables associées au stigmate. Ainsi diverses critiques ont été émises à l'encontre du logo «Personnes à Mobilité Réduite » qui connote une homogénéité de la population (Saillant et Fougereyrollas, 2007) et une certaine passivité ou encore envers les espaces suggérant le caractère asexué des individus par exemple (toilettes pour personnes en situation de handicap mixtes ou confondues avec celles des femmes). De façon analogue, le design des produits paramédicaux est souvent plus marqué par un souci de fonctionnalité et de sobriété que par la recherche d'un aspect esthétique, symbolique ou hédonique. Les matériaux et les couleurs sont souvent fortement associés au domaine médical ce qui participe à véhiculer des représentations non désirables et à assigner à une identité de « malade ».

1.3. La consommation des personnes en situation de handicap : une double impasse face à la stigmatisation ?

La consommation des personnes en situation de handicap peut être lue sous le prisme de la stigmatisation décrite par Link et Phelan (2001) autour de quatre critères :

- La distinction et l'étiquetage d'une différence. Parmi les nombreuses différences existant entre les êtres humains, seules certaines seront socialement saillantes.

- Un lien entre cet étiquetage et des représentations non-désirables.
- Une séparation identitaire conduisant à distinguer « eux » et « nous ».
- Une perte de statut et une discrimination qui affectent les interactions et mènent à une inégalité.

Une telle approche met les personnes en situation de handicap face à une double impasse dans leur rapport à la consommation.

Les offres standards tendent à être inadaptées donc à rendre le handicap saillant et à ne pas permettre aux personnes en situation de handicap d'être des consommateurs à part entière (étendue de choix, valeur d'usage, hédonisme etc.). D'autre part, les offres adaptées tendent à véhiculer des représentations non-désirées (passivité, monde médical etc.) et à participer à une séparation identitaire (assignation à des espaces dédiés).

Le principe de conception universelle apparaît alors comme une voie permettant de sortir de cette impasse en conciliant bien-être des personnes en situation de handicap, responsabilité sociétale des entreprises (RSE) et impératifs de rentabilité du marché. La finalité de cette démarche est de concevoir des produits utilisables par le plus grand nombre, atteint de déficit ou non. Ce faisant, elle permet d'éviter la stigmatisation et les coûts associés à l'absence d'offre ou aux produits dits « adaptés » en donnant accès à des produits standardisés. Si les bénéfices d'une telle démarche apparaissent comme évidents pour les consommateurs, elle peut s'avérer intéressante pour les entreprises par-delà les questions de RSE en ouvrant leur offre à de nouveaux clients potentiels (7,7 millions de personnes en France).

2. La nécessité de mieux reconnaître l'hétérogénéité de la population handicapée

La consommation est globalement un espace de stigmatisation pour les personnes en situation de handicap. Pour autant, cette population ne doit pas être considérée comme homogène. En effet, des différences en matière de déficiences (2.1.) ou de ressources des individus (2.2.) conduiront les personnes à rencontrer des problèmes différents et à y faire différemment face. Il convient alors d'être vigilant vis-à-vis de situations d'intersectionnalité où les sources de désavantage peuvent interagir et se cumuler (2.3.).

2.1. La reconnaissance des spécificités des déficiences et du rapport à son handicap Le modèle social met l'accent sur le rôle structurant de l'environnement dans la création de la situation de handicap.

Ceci ne doit cependant pas conduire à négliger les spécificités individuelles des personnes en situation de handicap notamment vis-à-vis de leur déficience. En effet, le modèle social est fondé sur une volonté politique de revendiquer une autonomie équivalente pour les personnes dites « valides » et les « personnes en situation de handicap », qui peut tendre à ne pas prendre suffisamment en compte les handicaps les plus lourds pour lesquels cette « norme » est inatteignable (Winance 2016). En marketing, les travaux réalisés sur la consommation des personnes en situation de handicap se contentent généralement de distinguer des grandes catégories de sources de handicap (moteur, visuel, mental plus rarement) (eg. Childers et Kaufman-Scarborough, 2009). Le handicap moteur est souvent considéré de façon plus ou moins implicite comme une catégorie homogène.

Ces différences pourraient dès lors être mieux prises en compte afin de comprendre plus finement les difficultés rencontrées ou non. Par exemple, les capacités motrices ont bien sûr un impact sur la stigmatisation et l'exclusion dont le consommateur en situation de handicap fera l'objet. Pour autant, il conviendrait de mieux prendre en compte d'autres caractéristiques susceptibles de varier d'un individu à l'autre et qui ne sont souvent pas étudiées alors qu'elles peuvent avoir un impact fort sur les difficultés rencontrées (fatigabilité, accès au langage...). De façon peut-être moins attendue, des tensions peuvent également naître de la non-visibilité du handicap lorsqu'il s'agit d'utiliser les dispositifs destinés aux personnes en situation de handicap (parking, caisse...) (Nau et al., 2016).

Enfin, à déficience équivalente et dans un même environnement, des personnes différentes pourront avoir une perception de l'accessibilité différente selon le rapport qu'ils entretiennent avec leur handicap (Darling et Heckert, 2010). Goodrich et Ramsey (2012) ont ainsi montré que le sentiment de fierté associé au handicap avait un impact positif sur l'accessibilité perçue alors qu'un sentiment d'exclusion lié au handicap l'impactait négativement.

2.2. La nécessité d'une meilleure prise en compte des ressources des individus

L'hétérogénéité de la population handicapée doit également être mieux prise en compte sous l'angle des ressources, notamment économiques et sociales, ainsi que des compétences dont disposent les individus. Souligner l'importance de ces facteurs peut apparaître comme trivial. Cependant, il apparaît que les travaux réalisés en marketing tendent à imputer une surdétermination des comportements au handicap en omettant souvent les autres caractéristiques de la personne.

La possession de ressources et de compétences va permettre aux consommateurs en situation de handicap de pouvoir faire plus facilement face aux difficultés rencontrées. Ainsi, les personnes les mieux dotées en ressources économiques feront plus facilement face que les autres aux difficultés rencontrées en tant que consommateurs. En effet, la situation de handicap implique souvent un surcoût, Sen (2012) parle de « handicap de conversion », pour parvenir à un espace de choix comparable à celui d'un consommateur dit « valide ». Ces frais supplémentaires peuvent se traduire aussi bien par le recours à un auxiliaire de vie qui accompagne dans les achats que par la capacité à payer des produits réalisés sur-mesure, qu'il s'agisse de vêtements ou de véhicules adaptés.

Si les ressources financières peuvent permettre de recourir à des aidants professionnels, ceux-ci peuvent être perçus comme intrusifs. Par ailleurs, lorsqu'il s'agit de déléguer l'achat, ils peuvent être uniquement capables de répondre aux besoins fonctionnels des répondants, les besoins expressifs ou hédoniques étant plus difficiles à formuler. Le capital social joue ici un rôle central car il permet de pouvoir recevoir l'aide de personnes avec qui une relation de confiance est tissée et qui connaissent intimement l'individu. Avoir un réseau social peut également permettre de trouver plus facilement des solutions aux problèmes rencontrés, par exemple en demandant de l'aide à un ami bricoleur lorsqu'il s'agit d'adapter un produit (Nau et al., 2013).

De façon analogue, les compétences acquises, qu'elles soient techniques ou relationnelles par exemple, permettront au consommateur en situation de handicap d'avoir plus d'autonomie dans ces choix de consommation. Savoir se servir d'un ordinateur et d'internet permet d'acheter et de consommer en ligne, être à l'aise dans les relations interpersonnelles, ou encore facilite la demande d'aide face à un environnement inadapté dans un espace de vente.

Ces diverses ressources et compétences, en permettant plus de liberté de choix, favorisent la construction de facettes identitaires alternatives à celle de « handicapé » auquel le marché tend à les assigner. En effet, face à l'impossibilité de n'avoir aucune identité, l'échec du développement d'une identité voulue conduit à un repli sur l'adoption d'une identité acquise (Dubar, 2010). Dès lors, en

l'absence d'autres projets identitaires, les consommateurs en situation de handicap peuvent se construire en intériorisant les représentations, notamment associées à la maladie, véhiculées par le marché.

2.3. Le handicap et les situations d'intersectionnalités

A rebours des situations où les personnes disposent de suffisamment de ressources pour lever les difficultés rencontrées, des personnes en situation de handicap cumulent les sources de difficultés. Dès lors, la déficience n'est qu'une source de handicap qui ne peut être comprise qu'en interaction avec d'autres facteurs et notamment les différents types de ressources à disposition. Une telle perspective semble d'autant plus importante que les analyses de l'enquête HID de l'INSEE en 1999 montrent que les déficiences sont surreprésentées dans les milieux populaires. L'écart avec les classes sociales supérieures se creuse encore davantage lorsque l'on s'intéresse à l'impact de la déficience dans la vie sociale en termes d'incapacités et de désavantages produits (Mormiche, 2006).

Pourtant, dans les travaux de recherche en marketing, le handicap tend à invisibiliser d'autres facteurs d'exclusions. La perspective de l'intersectionnalité permet alors d'attirer l'attention sur la façon dont le handicap et l'exclusion se construisent à l'intersection de ces différents facteurs. Les travaux sur les situations d'intersectionnalité nés des travaux de juristes féministes noires (Creenshaw, 1989 ; Collins, 1991) partent d'un constat proche en relevant que les femmes noires étaient discriminées à la fois pour leur genre et pour leur couleur de peau. Leur domination au sein des mouvements de femme (où les femmes blanches dominaient) et des mouvements raciaux (où les hommes noirs dominaient) les a conduit à mettre en avant la nécessité de penser les spécificités de la situation des femmes noires. Le terme s'est depuis élargi pour qualifier l'appartenance simultanée à différentes catégories dominées et permet de dépasser les limites d'une étude unidimensionnelle de la discrimination. Elle permet notamment de mettre en évidence la façon dont des sources d'oppression entrent en interaction pour un résultat « supérieur à la somme des parties » (« interlocking matrix of oppression » Collins (2002). Sans être réellement un cadre théorique, l'approche par l'intersectionnalité invite à appréhender davantage la complexité de situations où les individus ne sont pas unidimensionnels (Walby, 2007)

3. Étudier la consommation de loisir

L'hétérogénéité des profils des personnes en situation de handicap doit être prise en compte lors de l'étude de leur consommation de loisir. Après avoir présenté la consommation de loisir et ses enjeux (3.1.), nous présenterons les principales dynamiques de recherche sur la consommation de loisir des personnes en situation de handicap (3.2.)

3.1. La consommation de loisir et ses enjeux

Nous sommes entrés dans une civilisation des loisirs, écrivait Dumazedier dans les années 60, avant de définir le loisir comme « un ensemble d'occupations auxquelles l'individu peut s'adonner de plein gré, soit pour se reposer, soit pour se divertir, soit pour développer son information ou sa formation désintéressée, sa participation sociale volontaire ou sa libre capacité créatrice après s'être dégagé de ses obligations professionnelles, familiales et sociales » (Dumazedier 1962 p.29).

Plus de cinquante ans plus tard, les pratiques ont évolué (Donnat, 2011) notamment au travers du développement de l'informatique et d'internet (Donnat 2007, 2009). Les études continuent néanmoins de montrer l'importance des loisirs pour les français à la fois en termes de temps et de budget (plus de 8H par jour en moyenne et plus de 8 % des dépenses) mais aussi en termes de diversité des besoins couverts - détente mais aussi sociabilité, instruction et liberté (Bigot, Daudey et Hoibian 2014).

Cette importance des loisirs pour les français en fait des instances de socialisation centrales. Ceci signifie que la pratique des loisirs participe d'une part à l'apprentissage de la vie en société par l'intériorisation des normes et valeurs, et d'autre part, à la construction identitaire au travers de la singularité des choix réalisés qui apporteront un capital social et culturel spécifique. De ce fait, les loisirs participent par exemple à la construction de l'identité de genre (Octobre, 2014) ou de son appartenance à une classe d'âge (Donnat, 2011).

Les activités de loisirs sont structurées par des facteurs socio-économiques (revenu, éducation, statut socioprofessionnel...) et peuvent en ce sens être lues comme des espaces de reproduction des positions des individus dans l'espace social (Bourdieu, 1979 ; Bickel et al., 2005). Parallèlement, ils portent un potentiel émancipatoire en permettant de développer des socialisations différentes de celles reçues dans le cadre familial et scolaire (Lahire, 1998). Ce faisant, ils offrent des opportunités aux acteurs de développer des appétences, des sociabilités ou encore un capital social plus hétérogène.

L'accès à des loisirs choisis est donc un enjeu de taille et reste un indicateur important des inégalités sociales. Ainsi en 2014, 82 % des cadres partaient en vacances contre 47 % des ouvriers (Hoiban et Muller, 2015). La question des loisirs est encore plus cruciale pour les personnes en situation de handicap qui ont un accès difficile au marché du travail (Roussel, 2006 ; Le Houérou, 2014)². En effet, le taux de chômage implique, d'une part, moins de ressources, et, d'autre part, l'exclusion du monde du travail qui constitue un espace de socialisation important, notamment en France (Méda, 2011). Dès lors, les personnes en situation de handicap disposent en tendance de moins de ressources économiques pour leurs loisirs alors qu'il peut s'agir d'une instance de socialisation centrale lorsqu'elles ne travaillent pas. Malgré cette importance et le rappel de la loi du 11 février 2005 de « l'égalité des droits et des chances », un sondage de 2017 réalisé par l'IFOP témoigne d'un avis très partagé quant à la perception de l'évolution de l'accès aux loisirs depuis 10 ans par les personnes en situation de handicap (pour 50 % des enquêtés l'accès aux loisirs n'a pas évolué depuis 10 ans).

3.2 La consommation de loisir des personnes en situation de handicap

Pour Aitchison (2003) l'étude des loisirs dans les disability studies constitue un angle mort au même titre que la prise en compte des personnes en situation de handicap dans le champ de recherche sur les loisirs (leisure studies). Il faut ainsi attendre 2009 avant que la revue Leisure studies publie son premier numéro consacré au handicap (Horne et Howe, 2009). Bien que ce courant de recherche s'intéresse à des problématiques telles que l'exclusion depuis plus de trente ans, le handicap a été invisibilisé par d'autres sources de discrimination (genre, origines ethniques, classe sociale) (Aitchison, 2009).

Au cours du XX^{ème} siècle, les objectifs des politiques du handicap ont évolué depuis la quête de la réadaptation et de la normalisation pour un retour au travail vers un objectif d'inclusion et de participation aux différentes facettes de la vie sociale (Ville et al., 2014). Dans cette perspective, les

recherches réalisées sur les loisirs et le handicap ont souvent adopté la perspective du modèle médical en appréhendant les loisirs au travers de leurs vertus thérapeutiques ou de rééducation (eg., En 2014, le chômage touche deux fois plus les personnes handicapées que le reste de la population Enquête IFOP pour l'APF auprès des citoyen.ne.s en situation de handicap dans la perspective de l'élection présidentielle et des législatives. (Kleiber et al., 2003 ; Romberg et al., 2004 ; Bleszyński et Orłowska, 2017), ce qui a conduit à de nombreux travaux à s'intéresser au sport. Des travaux assez variés peuvent être trouvés aujourd'hui autour des pratiques sportives par-delà les problématiques purement thérapeutiques par exemple autour de l'institutionnalisation du handisport (eg. Ruffié et Ferez, 2013 ; Howe, 2008), de son impact sur les trajectoires individuelles (eg. Beldame et al., 2016 ; Marcellini et al., 2003), ou des modalités d'une pratique inclusive (eg. Garel, 2005 ; Meziani et al., 2017). D'autres recherches traitent des loisirs de façon plus large⁴ mais se limitent alors souvent aux questions d'accessibilité (Burns et al., 2009 ; Darcy et Taylor, 2009 ; Olsen et Dieser 2012). Des travaux plus rares dépassent la question de l'accessibilité. Par exemple, Howe (2009) réalise une auto-ethnographie de la fréquentation d'un pub dans laquelle il met en évidence des phénomènes de discrimination dans les interactions sociales.

Lorsque le marketing s'intéresse aux pratiques de loisir, hors shopping, des personnes en situation de handicap, c'est principalement au travers du secteur du tourisme en justifiant cet intérêt par l'importance du marché représenté (Burnett et Baker, 2001 ; Israeli 2002). Ces travaux sont cependant généralement assez descriptifs et se limitent souvent à étudier différentes facettes de l'accessibilité des espaces liés au tourisme : sites touristiques (Israeli, 2002), espaces naturels (Lovelock, 2010), chambre d'hôtel (Zhang et Cole, 2016), avions (Chang et Chen, 2012), agences de voyage (McKercher et al. 2003). D'autres travaux portent sur la représentation du handicap par les offreurs (Nicolaisen et al. 2012) ou la spécificité des motivations des personnes en situation de handicap (Ray et Rider, 2003). Ces travaux considèrent généralement le handicap comme homogène à quelques exceptions près (Daniels et al., 2005). Certains voient dans le type de handicap une opportunité de segmentation du marché c'est-à-dire d'identification de sous-groupes de consommateurs avec des attentes homogènes et pour lesquels des offres spécifiques peuvent donc être élaborées (Burnett et Baker, 2001 ; Darcy 2010 ; Chang et Chen 2011). On pourra noter qu'aucun de ces travaux ne portent sur le cas français.

Les « leisure studies » et les recherches en marketing tendent à n'étudier que quelques loisirs principalement les pratiques sportives et le voyage du fait des dynamiques de recherche spécifiques à leurs champs disciplinaires. Ils tendent par ailleurs à ignorer des activités de loisir les plus ordinaires ou les moins légitimes (télévision, jeux vidéo, shopping, bar...). Par ailleurs, chaque activité est généralement étudiée séparément ce qui ne permet pas de mettre en évidence des interactions entre différentes pratiques ni de partir de ce que l'acteur considère comme être un loisir.

Enfin, ces travaux tendent à considérer la population handicapée comme homogène tant sur le plan du handicap que des ressources détenues. Cette perspective est en phase avec les appels au sein des deux disciplines à développer les perspectives intersectionnelles (Watson et Scraton, 2012 ; Gopaldas et Deroy, 2015). Une telle approche semble d'autant plus justifiée que l'impact du niveau de handicap et des ressources est fort comme l'a noté Roussel (2006) à partir de l'étude INSEE HID de 1999. Les personnes les plus handicapées apparaissent avoir des pratiques de loisir de plus de 20 points inférieures aux autres. Les écarts entre personnes dites « valides » et en situation de handicap disparaissent pour les individus avec les revenus les plus élevés

Conclusion

La consommation des personnes en situation de handicap les confronte à une situation de double impasse entre une offre standard qui crée la situation de handicap et une offre adaptée qui exclut et peut assigner à des représentations non-désirées. Souvent étudiées comme une population homogène, les personnes en situation de handicap feront différemment face à ces problèmes notamment selon leur déficience et selon les ressources (économiques, sociales, culturelles, compétences...) dont ils disposent. Les loisirs apparaissent comme un espace de socialisation important pour des personnes souvent exclues du marché du travail. Pour autant, les travaux de recherche réalisés tant dans le champ des leisure studies que du marketing tendent à être limités autant en termes d'objets que d'approches pour comprendre pleinement le cas des personnes en situation de handicap sur le territoire français. En effet, d'une part, les activités de loisir étudiées tendent à être limitées et étudiées isolément des autres pratiques de loisir, d'autre part, elles prennent peu en compte le rôle des ressources et des socialisations conduisant à la construction de l'adoption des activités choisies.

Améliorer l'accès des personnes en situation de handicap à des activités de loisirs choisis qui échappent à la double impasse en étant une source d'encapacitation qui participe à l'autonomie et à l'individuation plutôt qu'à la stigmatisation. Ceci implique donc d'une part de comprendre les pratiques de loisir des personnes en situation de handicap dans leur diversité (quelles pratiques ? quelles difficultés rencontrées ? quelles attentes ? quelles ressources disponibles et mobilisées) et y compris lorsqu'elles peuvent apparaître comme ordinaire ou pas rattachée à la culture légitime (télévision, bar, tuning...). D'autre part, les activités de loisirs doivent être intégrées aux trajectoires individuelles afin de rendre compte de la façon dont les socialisations primaires (famille, école, institution...) puis secondaires ont participé à leur structuration en veillant à prendre en compte la diversité des ressources et des déficiences. Il convient enfin de garder à l'esprit d'une part que le modèle de l'autonomie est un registre normatif qui peut exclure les personnes atteintes des déficiences les plus importantes (Winance, 2016) et d'autre part que l'émancipation apportée par une individualisation des activités de loisir peut avoir un impact négatif sur la construction d'une identité collective nécessaire à un renversement durable du stigmat (Dodd, 2013).

Bibliographie

- Aitchison, C. (2003). From leisure and disability to disability leisure: developing data, definitions and discourses. *Disability & Society*, 18(7), 955–969.
- Aitchison, C. (2009). Exclusive discourses: leisure studies and disability. *Leisure Studies*, 28(4), 375–386.
- Akrich, M. (1998). Les Utilisateurs, Acteurs de l'Innovation. *Education permanente*, 134, 79-89.
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT) : Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868–882. <https://doi.org/Article>
- BADOT, O. and M. FILSER (2007), Reenchantment of Retailing, in : CARU A., COVA B. (eds), *Consuming Experience*, Routledge, pp 166-181 16 p.
- Baker SM (2006) Consumer normalcy: Understanding the value of shopping through narratives of consumers with visual impairments. *Journal of Retailing* 82(1) : 37–50.
- Baker SM et Kaufman-Scarborough C (2001) Marketing and Public Accommodation : A Retrospective on Title III of the Americans with Disabilities Act. *Journal of Public Policy & Marketing* 20(2): 297–304.
- Baker SM, Gentry JW et Rittenburg TL (2005) Building Understanding of the Domain of Consumer Vulnerability. *Journal of Macromarketing* 25(2): 128–139.
- Baker SM, Stephens DL et Hill RP (2001) Marketplace Experiences of Consumers with Visual Impairments: Beyond the Americans with Disabilities Act. *Journal of Public Policy & Marketing* 20(2): 215–224.
- Baker SM, Stephens DL et Hill RP (2002) How can retailers enhance accessibility: giving consumers with visual impairments a voice in the marketplace. *Journal of Retailing and Consumer Services* 9(4): 227–239.
- Beldame, Y., Lantz, E., & Marcellini, A. (2016). Expériences et effets biographiques du sport adapté de haut niveau. Étude de trajectoires sportives et professionnelles d'athlètes catégorisés comme ayant une déficience intellectuelle. *ALTER - European Journal of Disability Research / Revue Européenne de Recherche Sur Le Handicap*, 10(3), 248–262.
- Bickel, J.-F., D'Épinay, C. L., & Vollenwyder, N. (2005). Changement et continuité dans les loisirs : une comparaison de cohortes. *L'Année Sociologique*, 55(1), 129–169.
- Bigot R., Daudey E. et Hoibian S. (2014), La société des loisirs dans l'ombre de la valeur travail, *Cahier de recherche du Credoc*, <http://www.credoc.fr/pdf/4p/268.pdf>
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction : critique sociale du jugement*. Paris : Editions de Minuit.
- Bromley, R. D. F., & Matthews, D. L. (2007). Reducing Consumer Disadvantage: Reassessing Access in the Retail Environment. *International Review of Retail, Distribution & Consumer Research*, 17(5), 483-501.
- Burnett, J. (2006). Disabled Consumers: The Use of the Internet and Attitudes toward Web Advertising. *Journal of Advertising Research*, 46(3), 324-338.

- Burnett, J. J. (1996). What services marketers need to know about mobility-disabled consumer. *Journal of Services Marketing*, 10(3), 3.
- Burnett, J. J., & Baker, H. B. (2001). Assessing the Travel-Related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer. *Journal of Travel Research*, 40(1), 4–11.
- Burnett, J. J., & Baker, H. B. (2001). Assessing the Travel-Related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer. *Journal of Travel Research*, 40(1), 4.
- Burnett, J. J., & Paul, P. (1996). Assessing the Media Habits and Needs of the Mobility-Disabled Consumer. *Journal of Advertising*, 25(3), 47–59.
- Burns, N., Paterson, K., & Watson, N. (2009). An inclusive outdoors? Disabled people's experiences of countryside leisure services. *Leisure Studies*, 28(4), 403–417.
- Chalamon, I. (2010), Consumer Resistance between conflict and cooperation : the extreme case of orphan drugs, Symposium ICAR NACRE, Euromed Marseille
- Chang, Y.-C., & Chen, C.-F. (2011). Identifying mobility service needs for disabled air passengers. *Tourism Management*, 32(5), 1214–1217.
- Chang, Y.-C., & Chen, C.-F. (2012). Meeting the needs of disabled air passengers: Factors that facilitate help from airlines and airports. *Tourism Management*, 33(3), 529–536.
- Childers, T. L., & Kaufman-Scarborough, C. (2009). Expanding opportunities for online shoppers with disabilities. *Journal of Business Research*, 62(5), 572–578.
- Collins, P. H. (2002). *Black feminist thought: Knowledge, consciousness, and the politics of empowerment*. Routledge.
- Crenshaw, K. (1991). Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color. *Stanford Law Review*, 1241–1299.
- Crenshaw, Kimberlé (1989). "Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics". *University of Chicago Legal Forum*. 140 : 139–167
- Daniels, M. J., Drogin Rodgers, E. B., & Wiggins, B. P. (2005). "Travel Tales" : an interpretive analysis of constraints and negotiations to pleasure travel as experienced by persons with physical disabilities. *Tourism Management*, 26(6), 919–930.
- Darcy, S. (2010). Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management*, 31(6), 816–826.
- Darcy, S., & Taylor, T. (2009). Disability citizenship: an Australian human rights analysis of the cultural industries. *Leisure Studies*, 28(4), 419–441. <https://doi.org/10.1080/02614360903071753>
- Darling, R. B., & Heckert, D. A. (2010). Orientations Toward Disability: Differences over the lifecourse. *International Journal of Disability, Development and Education*, 57(2), 131–143.
- Donnat, O. (2007). Pratiques culturelles et usages d'internet. *Culture études*, n°3(3), 1–12.
- Donnat, O. (2009). Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Retrieved from <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08synthese.pdf>

- Donnat, O. (2012). Pratiques culturelles, 1973-2008, Abstract. *Culture études*, (7), 1–36. Dubar C (2010) *La socialisation : construction des identités sociales et professionnelles*. Paris : Armand Colin.
- Dumazedier, J. (1962). *Vers une civilisation du loisir*.
- Firat, A. F., & Venkatesh, A. (1995). Liberatory postmodernism and the reenchantment of consumption. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 239–267.
- Flin, F. (2006). Innover avec les personnes handicapées : l'implication des utilisateurs dans les activités de conception. In *Economie du handicap* (Presses Universitaires de France.).
- Gardou, C. (2012). *La société inclusive, parlons-en ! Il n'y a pas de vie minuscule*. Erès.
- Garel, J.-P. (2005). Sport d'élite et sport pour tous au regard du handicap. *Reliance*, no 15(1), 33–44.
- Goffman E (1975) *Stigmate : les usages sociaux des handicaps*. Paris : Editions de minuit.
- Goodrich, K., & Ramsey, R. (2012). Are consumers with disabilities receiving the services they need? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(1), 88–97.
- Gopaldas, A., & DeRoy, G. (2015). An intersectional approach to diversity research. *Consumption Markets & Culture*, 18(4), 333–364.
- Gorge, H. (2014). Appartenir à la société de consommation en étant travailleur pauvre : une approche socio-historique de la construction de la figure du consommateur pauvre. Lille 2. Retrieved from <http://www.theses.fr/2014LIL20023>
- Hoiban S. et Muller J (2015), *Vacances 2014 : l'éclaircie*, Collection des rapports – Credoc, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R320.pdf>
- Horne, J., & Howe, P. D. (2009). Guest editorial. *Leisure Studies*, 28(4), 371–373.
- Howe, D. (2008). *The cultural politics of the Paralympic movement: Through an anthropological lens*. Routledge.
- Howe, P. D. (2009). Reflexive ethnography, impairment and the pub. *Leisure Studies*, 28(4), 489–496.
- Israeli, A. A. (2002). A Preliminary Investigation of the Importance of Site Accessibility Factors for Disabled Tourists. *Journal of Travel Research*, 41(1), 101–104.
- Jacek J. Błeszyński, & Małgorzata Orłowska. (2016). Leisure As An Instrument Of Rehabilitation And Socialization Of People With Intellectual Disabilities, *European Journal of Special Education Research*
- Kaufman-Scarborough C (2000) Seeing Through the Eyes of the Color-Deficient Shopper : Consumer Issues for Public Policy. *Journal of Consumer Policy* 23(4): 461–492.
- Kaufman-Scarborough, C. (1999). Reasonable Access for Mobility-Disabled Persons is More Than Widening the Door. *Journal of Retailing*, 75(4), 479.
- Kaufman, C. F. (1995). Shop 'til you drop : Tales from a physically challenged shopper. *Journal of Consumer Marketing*, 12(3), 2-55.
- Kleiber, D. A., Reel, H. A., & Hutchinson, S. L. (2008). When distress gives way to possibility: The relevance of leisure in adjustment to disability. *NeuroRehabilitation*, 23(4), 321–328.
- Kozinets, R. V. (2002). Can Consumers Escape the Market? Emancipatory Illuminations from Burning Man. *Journal of Consumer Research*, 29(1), 20–38.

Lahire, B. (1998). Logiques pratiques. Recherche et Formation, 27, 15–28.

Lambin, J.-J., & Moerloose, C. de. (2008). Marketing stratégique et opérationnel : Du marketing à l'orientation-marché. Dunod.

Le Houérou, 2014, Dynamiser l'emploi des personnes handicapées en milieu ordinaire : aménager les postes et accompagner les personnes,

Le Houérou, A. (2014), Dynamiser l'emploi des personnes handicapées en milieu ordinaire : aménager les postes et accompagner les personnes, La Documentation Française, <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/144000661.pdf>

Link BG et Phelan JC (2001) Conceptualizing Stigma. Annual Review of Sociology 27: 363-385.

Lovelock, B. A. (2010). Planes, trains and wheelchairs in the bush: Attitudes of people with mobility-disabilities to enhanced motorised access in remote natural settings. Tourism Management, 31(3), 357–366.

Maffesoli, M. (2007), Réenchantement du monde, Paris : La table ronde.

Marcellini, A., Leselec, éric D., & Gleyse, J. (2003). L'intégration sociale par le sport des personnes handicapées. Revue Internationale de Psychosociologie, IX(1), 59.

Mason, M., & Pavia, T. (2006). When the Family System Includes Disability: Adaptation in the Marketplace, Roles and Identity. Journal of Marketing Management, 22(9/10), 1009-1030.

McKercher, B., Packer, T., Yau, M. K., & Lam, P. (2003). Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: perceptions of people with disabilities. Tourism Management, 24(4), 465–474.

Méda, D. (2011). Travail la révolution nécessaire. La Tour-d'Aigues : Nouvelles éditions de l'Aube.

Meziani, M., Valet, A., & Kiuppis, F. (2017). Disability and care in the context of physical excellence – Revisiting the ecology of sport. Loisir et Société / Society and Leisure, 40(1), 7–24.

Mick, D. G. (2006). Meaning and mattering through transformative consumer research. Advances in Consumer Research, 33(1), 1–4.

Mormiche, P. (2006). Handicap et inégalités sociales. In Economie du handicap (PUF, pp. 65–76). Paris.

Nau J-P., Derbaix C. et Thevenot G. (2016), Place de l'offre dans la construction d'une identité stigmatisée : le cas des Personnes en Situation de Handicap Moteur, Recherche et Applications en Marketing, 31, 4, 50-69.

Nau J-P., Derbaix C., Thévenot G. (2013), La consommation chez les personnes en situation de handicap moteur : quelles réactions face à un environnement inadapté ?, Congrès de l'Association Française de Sociologie, Nantes.

Nau, J-P, Thévenot, G., Derbaix, C., Lemoine, A. (2013), La conception universelle : une réponse à une défaillance du marché ? Le cas des personnes en situation de handicap moteur, Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, Caen.

Nicolaisen, J., Blichfeldt, B. S., & Sonnenschein, F. (2012). Medical and social models of disability : a tourism providers' perspective. World Leisure Journal, 54(3), 201–214. Octobre, S., (2014). Questions de genre, questions de culture. La Documentation française.

Olsen, H. M., & Dieser, R. B. (2012). "I am hoping you can point me in the right direction regarding playground accessibility": a case study of a community which lacked social policy toward playground accessibility. *World Leisure Journal*, 54(3), 269–279.

Pavia, T. M., & Mason, M. J. (2012). Inclusion, exclusion and identity in the consumption of families living with childhood disability. *Consumption Markets & Culture*, 15(1), 87–115.

Peñaloza L (1995) Immigrant consumers: Marketing and public policy considerations in the global economy. *Journal of Public Policy & Marketing* 14(1): 83–94.

Rabeharisoa, V., & Callon, M. (2002). L'engagement des associations de malades dans la recherche. *Revue internationale des sciences sociales*, 171(1), 65.

Ray, N. M., & Ryder, M. E. (2003). "Eibilities" tourism: an exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled1. *Tourism Management*, 24(1), 57–72.

Romberg, A., Virtanen, A., Aunola, S., Karppi, S.-L., Karanko, H., & Ruutinen, J. (2004).

Exercise capacity, disability and leisure physical activity of subjects with multiple sclerosis. *Multiple Sclerosis Journal*, 10(2), 212–218.

Roussel, Pa. (2006). Handicap et participation sociale : de l'emploi aux loisirs. In *Economie du handicap* (pp. 179–199). Paris : PUF.

Roux, D. (2007). La résistance du consommateur : proposition d'un cadre d'analyse. (French). *Recherche et Applications En Marketing*, 22(4), 59–80. <https://doi.org/Article>

Ruffie, S. & Ferez, S. (2013). Corps, Sport, Handicaps : L'institutionnalisation du mouvement handisport (1954–2008). *Téraèdre*.

Saillant F et Fougeyrollas P (2007) L'icône du handicap. *Reliance* 25(3): 81-87.

Scaraboto, D., & Fischer, E. (2013). Frustrated Fatshionistas: An Institutional Theory Perspective on Consumer Quests for Greater Choice in Mainstream Markets. *Journal of Consumer Research*, 39(6), 1234–1257.

Sen, A. (2012). *L'idée de justice*. Editions Flammarion.

Ville, I., Fillion, E., & Ravaut, J.-F. (2014). Introduction à la sociologie du handicap (De Boeck). Louvain-la-Neuve.

Walby, S. (2007). Complexity theory, systems theory, and multiple intersecting social inequalities. *Philosophy of the Social Sciences*, 37(4), 449–470.

Watson, B., & Scraton, S. J. (2013). Leisure studies and intersectionality. *Leisure Studies*, 32(1), 35–47.

Winance, M. (2016). Repenser le handicap : leçons du passé, questions pour l'avenir. Apports et limites du modèle social, de la sociologie des sciences et des techniques, de l'éthique du care.

ALTER - European Journal of Disability Research / Revue Européenne de Recherche Sur Le Handicap, 10(2), e1–e13.

Zhang, Y., & Cole, S. T. (2016). Dimensions of lodging guest satisfaction among guests with mobility challenges : A mixed-method analysis of web-based texts. *Tourism Management*, 53, 13–

