

Des enjeux, au nouveau classement des Offices de Tourisme



Offices de
Tourisme
de France

Fédération Régionale
Midi-Pyrénées

- Office de Tourisme : unité de base de l'accueil touristique
- Code du Tourisme, Article 133-1 : « Une commune peut, par délibération du conseil municipal, instituer un organisme chargé de la promotion du tourisme, dénommé Office de Tourisme »
- compétence éventuellement transférée...
- Midi-Pyrénées : environ 170 Offices de Tourisme

Offices de
Tourisme
de France

Office de Tourisme : les enjeux

- Nombreux enjeux liés notamment à l'évolution de la consommation touristique et à la «révolution internet»
- ressources humaines et organisation territoriale
- accueil
- prise de pouvoir par le consommateur
- information
- relation avec les prestataires
- « néo-tourisme »

le « néo tourisme »

- changement des habitudes des touristes : consomment en proximité
- population locale, néo-résidents : usagers nombreux de l'Office de Tourisme
- moins de frontière entre tourisme et loisirs, visiteurs lointains et touristes de proximité
- de fait, nouveau rôle de l'Office de Tourisme

relations avec les prestataires

- coordination des prestataires : une des missions de base de l'Office de Tourisme
- pas suffisamment prise en compte
- résultat : beaucoup de prestataires ne se reconnaissent plus dans les services de l'Office de Tourisme
- par ailleurs, les prestataires évoluent, nouveaux prestataires
- une opportunité : l'accompagnement des prestataires autour du thème de l'accueil numérique

la prise du pouvoir par le consommateur

- 70% des consommateurs font confiance aux avis des autres consommateurs touristiques
- l'info délivrée par l'OT n'apporte pas de plus value lorsqu'elle réduite à une liste
- mais obligation d'affichage de l'exhaustivité de l'offre...
- comment répondre aux usages qui veulent du conseil ?

l'information

- capital n°1 de l'Office de Tourisme
- reconnu par les visiteurs comme l'organe officiel de l'information touristique
- recherché par les opérateurs web qui ont besoin de ce contenu qualifié
- gestion de l'info : sur les supports de l'Office de Tourisme mais aussi ailleurs (autres sites, web 2.0, etc.)
- comment gérer l'info ? la diffuser au mieux ? comment prendre en compte cette mission dans l'activité ?

l'accueil

- constat national d'une baisse de la fréquentation physique
- + de population locale dans les Offices de Tourisme
- les prestataires font aussi de l'accueil
- la mobilité va accroître le mouvement
- comment mieux gérer les ouvertures des lieux d'accueil en fonction de la fréquentation physique ?
- comment intégrer des outils numériques au service de l'accueil ?

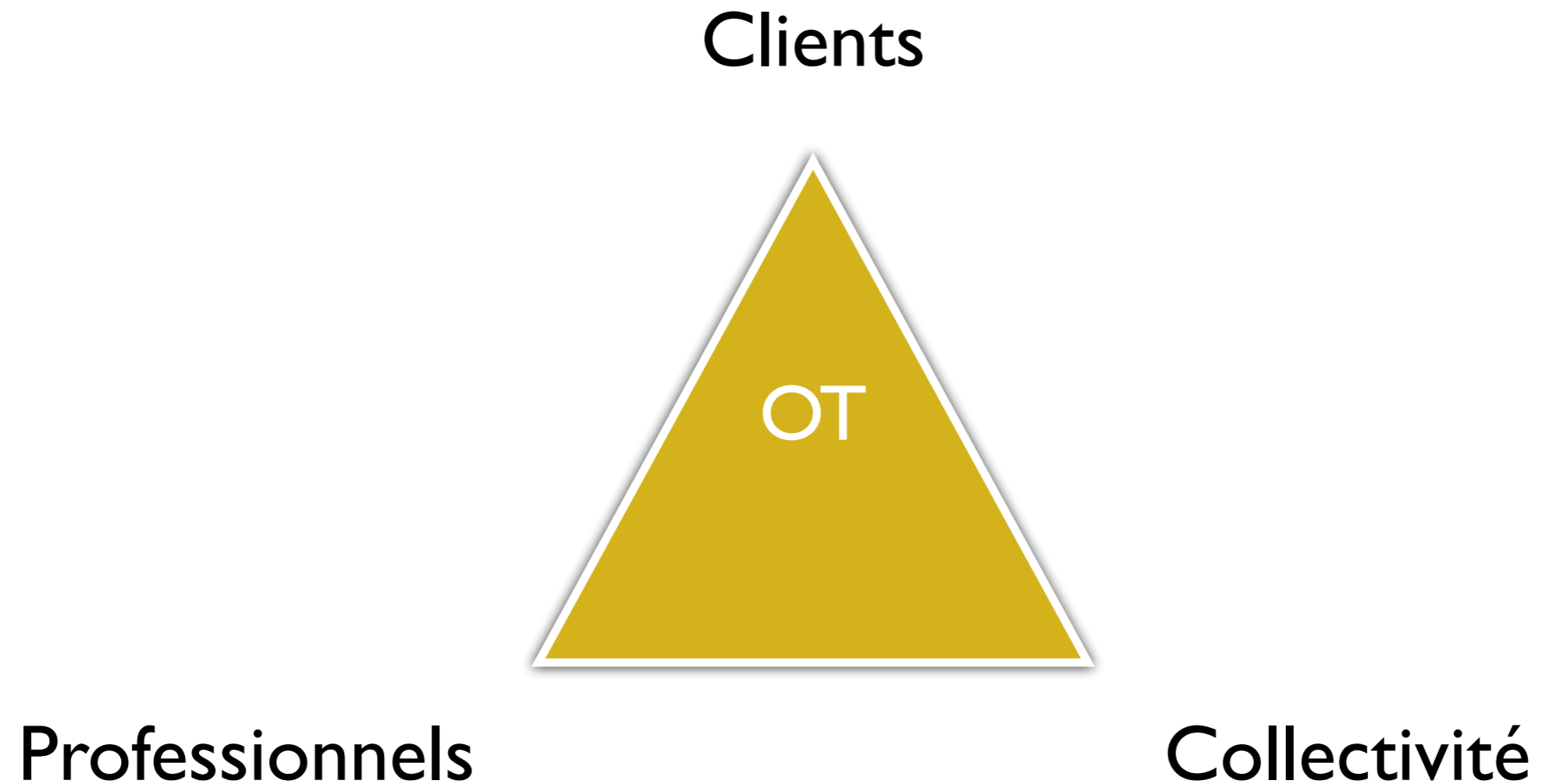
ressources humaines et organisation territoriale

- beaucoup de choses ont changé en 15 ans, les métiers sont de + en + spécialisés
- les formations initiales n'ont pas pris en compte tous ces changements
- nécessité de s'adapter à ces changements
- en ayant un Office de Tourisme de taille conséquente pour faire face à tous ces défis
- en re-positionnant les missions de l'Office de Tourisme

et le nouveau classement dans tout ça ?

- opportunité pour une remise en question du positionnement de l'Office de Tourisme tant dans les missions exercées que vis à vis de ses partenaires
- remet - presque - tout à plat et prend en compte l'évolution des métiers et des missions de l'Office de Tourisme
- clarifie la lisibilité des missions effectivement exercées par l'Office de Tourisme
- doit être l'occasion d'une remise à plat des missions - et des moyens - confiées par la Collectivité de rattachement
- peut permettre de re-positionner l'Office de Tourisme dans son rôle fédérateur de l'action touristique sur son territoire

l'OT au croisement de 3 relations



le nouveau classement

- Date d'entrée en vigueur : 24 juin 2011
- Les classements actuels en * peuvent rester en vigueur jusqu'à leur date d'échéance
- Obligation pour les stations classées de tourisme d'avoir un OT classé avec les nouveaux critères au 1er janvier 2014
- Les catégories (3 niveaux) remplacent les étoiles (de 1* à 4*)
- Trois organisations-cibles

OT de 3ème Catégorie

- Office de Tourisme de petite taille
- Centré sur les missions de base
- Accueil
- Information (collecte, diffusion)
- Animation du réseau des professionnels

Offices de
Tourisme
de France

OT de 2ème catégorie

- Structure de taille moyenne (entrepreneuriale)
- Pilotée par un responsable salarié (directeur)
- Intervient dans un bassin de consommation touristique homogène
- Services variés générant des ressources propres
- Politique promotionnelle ciblée
- Outils d'écoute clientèle pour améliorer qualité de service rendu

OT de 1ère Catégorie

- Structure entrepreneuriale affirmée
- Fédérer les professionnels
- Développer l'économie touristique
- Flux touristiques importants et internationaux
- Positionnement marketing affirmée
- Écoute clientèle
- Démarche Qualité
- Évalué sa performance

Offices de
Tourisme
de France

critères du nouveau classement

- 48 critères dont 20 communs à toutes les catégories
- Engagements à l'égard des clients
- Fonctionnement de l'Office (zone, missions, organisation)
- 14 thèmes : signalement, compétences, ambiance, fonctions internes, périodes, promotion, documentation, communication, TIC, animation, bassin touristique, observation, performance, durabilité

Offices de
Tourisme
de France

Nouveaux critères : ouverture au public

- Ouverture de l'espace d'accueil au public "cohérente avec la fréquentation touristique"
- 305 jours par an (catégorie I)
- 240 jours par an (catégorie II)
- 120 jours par an (catégorie III)
- Journée = 4 heures consécutives au moins
- OT et bureau(x) : cumul possible exclusivement si période non superposée

Nouveaux critères : pilotage de la structure

- Pilotage de la structure par une personne de niveau III minimum (bac+2) ou justifiant d'une expérience professionnelle similaire
- Catégorie III : responsable de la structure
- Catégorie II : salarié responsable ou directeur
- Catégorie I : obligatoirement un directeur

Offices de
Tourisme
de France

Nouveaux critères : personnel

- Catégorie 3 - au moins un poste de conseiller en séjour
- Catégorie 2 - au moins un poste de conseiller en séjour + un poste de chargé de la promotion et de la commercialisation
- Catégorie 1 - collaborateurs couvrant au moins les missions : conseillers en séjour + chargés de promotion, clientèle, relations presse, observation, TIC + 1 référent foires, salons, congrès + 1 référent qualité

Nouveaux critères : ZGI

- ZGI : zone géographique d'intervention
- ZGI de principe : maillage administratif (communal ou intercommunal)
- ZGI conventionnelle : territoire des OT dont l'activité se conduit au sein d'une gouvernance polaire pour la promotion ou la commercialisation
- Notion de bassin de clientèle touristique (catégories I et II) : espace géographique de fréquentation touristique avec note justifiant notamment de la capacité d'hébergement
- À sécuriser sur le plan juridique : rechercher l'accord formel des collectivités territoriales

Nouveaux critères : collectivité référente

- Convention d'objectif obligatoire entre l'OT et la Collectivité de rattachement
- De préférence pluriannuelle
- Objectifs et moyens sur la période
- Indicateurs fixés pour l'évaluation en fin de période (revue annuelle)
- Fixe des résultats à atteindre
- Acte engageant réciproquement les 2 signataires
- Assuré l'efficacité de l'OT délégataire du SPT
- Renseigné sur la place occupée par l'OT, son rôle

En deux phrases...

- L'environnement et les métiers changent mais les missions de l'Office des Tourisme restent les mêmes : accueillir, informer, promouvoir le territoire, coordonner le réseau des prestataires
- Au-delà de sa mission normative, le nouveau classement doit être une opportunité pour redéfinir le partenariat entre l'Office de Tourisme et sa Collectivité dans le cadre de la politique de développement touristique du territoire

Offices de
Tourisme
de France



Offices de
Tourisme
de France

Fédération Régionale
Midi-Pyrénées