



Lettre confidentielle d'OTV n°5 - Maison des directeurs du 17 décembre 2019



# Sommaire

La responsabilité de l'Office de Tourisme qui commercialise

Classement des offices en catégorie I et II  
Evolution de la marque Qualité Tourisme

Club indicateurs/Touristicité et piLOT

**Une cinquième édition atypique qui tenait, cette fois-ci, plus de la conférence-débat que du partage d'expériences, l'actualité sur certains dossiers le nécessitant.**

**Les directeurs et managers d'offices de tourisme présents étaient en effet conviés à recevoir des informations concernant trois thèmes** ▶▶▶

## La responsabilité de plein droit des offices de tourisme



Depuis l'entrée en vigueur, au 1er juillet 2018, de la transposition en droit français de la directive européenne, les offices de tourisme sont clairement responsables vis-à-vis du consommateur final, pour tout incident concernant non seulement une prestation vendue par l'office mais concernant le cas échéant une prestation annexe, voire une prestation liée même sans lien direct, pour peu que le client achète une prestation supplémentaire auprès d'un autre professionnel\* dans les 24 heures suivant la confirmation de la réservation du 1er service effectuée au sein de l'office.

\* dont il aura pris connaissance via un support de l'office.

Tous les offices commercialisent a minima la billetterie du Puy du Fou et/ou les traversées vers l'Île d'Yeu.

Cela suffit à devoir dans un premier temps être inscrit au [Registre des Opérateurs de Voyages et de séjours](#), à disposer d'une [garantie financière](#) et d'une assurance RCP.

*Serge Lacroix, de Sud Vendée Littoral Tourisme, l'affirme : il y a aussi plus à craindre des clients finaux et de leurs avocats que des agences de voyage, qui sont plus à l'international.*

Il conseille, pour ceux qui le peuvent, d'acheter une prestation de conseil [sur la plate-forme juridique d'OTF](#), pour être accompagné dans toutes les démarches.

L'office peut être responsable, même s'il n'y a pas eu de transaction financière. Cf. [fiche juridique OTF n°48](#) (mars 2019)

Vous pouvez vous reporter à la Lettre des Directeurs d'Octobre 2018 et à la formation Alkemist Avocats du 21 mai 2019.

## « Forfait touristique »



*Une formule à l'acception trop large au goût de certains.*

Un forfait touristique est constitué d'au moins deux éléments faisant que le séjour dure au moins 24 heures ou comprenne 1 nuit : 1 principal et 1 accessoire. Exemple :

- L'entrée au Parc du Puy du Fou
- + 1 nuitée ou une location de voiture, ou un billet de bus...

La responsabilité du vendeur est de plein droit, conjointement au détaillant, à l'organisateur et au prestataire.

[Cf. la fiche juridique OTF n° 66 \(nov 2018\), page 8](#)



## Prochaine

## Maison des Directeurs

Une prochaine édition aura lieu au **printemps 2020**, pour laquelle les directeurs et directrices sont appelés à soumettre des thèmes pour lesquels ils souhaitent pouvoir confronter leurs expériences et/ou obtenir des témoignages.

Il leur suffit pour cela de contacter [annesophie@otv85.fr](mailto:annesophie@otv85.fr)

## Notion de « prestation de voyage liée »

La prestation de voyage liée désigne une prestation chez un autre prestataire que celui faisant l'objet de la transaction principale, prestation secondaire vendue ou non par l'office.

Prenons l'exemple d'une animation : la personne, venue à l'office pour acheter des billets de traversée vers l'Ile d'Yeu, en aura trouvé les coordonnées sur une brochure présente dans l'office...

Si la personne achète la prestation (animation) dans les 24 heures et qu'il lui arrive une mésaventure lors de cette animation, alors l'office verra, de droit, sa responsabilité engagée en cas de problème, pour avoir assuré la promotion de ce prestataire défaillant, même si l'office n'a pas vendu cette animation.

Il est cependant possible, dans l'information pré-contractuelle, d'exclure sa responsabilité pour les prestations de voyage liées. Mais il y a des règles (voir plus bas).

*Pascal May, de l'office de Noirmoutier, a eu l'occasion en 2018 de témoigner de son expérience : une personne, ayant trouvé à l'office les coordonnées d'un hôtel dont le responsable a eu*

*de graves manquements dans son fonctionnement, au détriment de ce client, s'en est ouvert à Pascal et l'a informé que selon lui, par ailleurs avocat, l'office avait sa responsabilité engagée car l'hôtel figurait dans une brochure présente dans l'office et en assurait la promotion.*

Il importe, selon les participants présents, d'être très vigilant dans les partenariats de promotion mis en place :

- Travailler exclusivement avec des prestataires inscrits au registre Atout France (si concernés)
- S'assurer que le prestataire est assuré pour sa Responsabilité Civile Professionnelle (RCP)
- Travailler avec des acteurs solvables (il existe des moyens de connaître la situation financière d'une entreprise)
- S'assurer que le prestataire est à jour de ses cotisations fiscales et sociales
- S'assurer que le prestataire dispose du personnel qualifié/diplômé, au besoin (sorties bateau par exemple).



## Information précontractuelle et CGV, à communiquer préalablement à l'acte d'achat

### Obligation 0 : Il importe d'améliorer ses CGV

Le document doit **répondre à certains impératifs de lisibilité**. La police doit par exemple être au minimum en corps 8 et rédigé sur un format A4.

Les CGV doivent apporter a minima les informations sur : les prix et les réductions possibles, les modalités de règlement, les conditions de vente du vendeur, les conditions de résiliation, rétractation, annulation, pour les 2 parties. Elles pourront être complétées avec les obligations 1 et 2 suivantes.

### Obligation 1

Cf. [Art. R211-3-1 du Code du Tourisme](#)

Doivent **figurer les mentions d'identification** : Dénomination, adresse complète, N° et date d'immatriculation au Registre des Opérateurs de Voyages

### Obligation 2

Cf. [Art. R211-4 du Code du Tourisme](#)

**Fournir et faire signer un document/formulaire** reprenant les 8 points de cet article R211-4, qui en fait résumer les CGV. Ce formulaire doit être daté et signé par l'acheteur. Ceci quel que soit le montant de l'achat. Sans doute, à terme, un système de signature électronique sur tablette (ce que font déjà les banques et les assurances par exemple) pourra faciliter cette étape...

### Obligation 3

Cf. [Arrêté du 1er mars 2018 + annexe 1](#)

L'office doit également **remettre à l'acheteur un document résumant les droits du voyageur**, parmi l'un des 4 types (A-B-C ou D) correspondant au plus près à la prestation vendue. Ce document doit être daté, signé (+ nom) par l'acheteur.



### Obligation 4

Cf. [Arrêté du 1er mars 2018 + annexe 2](#)

L'office doit **remettre au consommateur une information, préalablement à la 'signature du contrat', au sujet de l'action récursoire** concernant les prestations de voyage liées, sous peine de voir sa responsabilité de plein droit engagée en cas de litige. L'office de tourisme se verra concerné par les formulaire B et C de cette annexe 2.

### En résumé :

*Tous les offices de tourisme vendéens doivent être immatriculés au Registre des Opérateurs de Voyages (ils vendent au minimum de la billetterie).*

*Les CGV doivent être complétées pour faire figurer les 8 points de l'article cité dans l'obligation 2. Elles doivent comporter les informations sur l'immatriculation de la structure (obligation 1).*

*Ce document, précontractuel, doit être porté à la connaissance du client AVANT tout achat, qui doit en accepter les termes (daté, signé + nom) afin de prouver qu'il en a eu connaissance.*

*Un 2ème document résumant les droits du voyageur (à choisir entre 4 modèles, suivant la nature de la prestation vendue) sera remis au client. Ce document comportera également une information sur la notion de prestation de voyage liée, ainsi que sur l'exclusion de responsabilité. Là encore, le document devra être daté, signé + nom par le client.*

[Cf. fiche juridique complète OTF n° 67](#)

## Nouveau référentiel classement OT en catégories I et II

Le 1er juillet 2019, a été publié l'Arrêté du 16 avril 2019 fixant les critères de classement des offices de tourisme.

Il n'y aura désormais que 2 catégories. La catégorie III, plus accessible, « disparaît ». Ceux qui relèvent de cette catégorie peuvent en garder le bénéfice jusqu'à la date d'échéance initiale puis demander à être classés dans les nouvelles catégories. Toutefois, certains offices vendéens deviennent « non classables », en raison de certains critères (ETP, diplômes, langues).

19 critères permettent d'obtenir un classement. 15 pour la cat. I, 13 pour la cat. II. Une fois obtenu par arrêté préfectoral, ce classement est toujours valide 5 ans. Il n'a pas de caractère obligatoire mais est vivement conseillé car il ouvre certains droits en étant notamment un pré-requis pour le classement des communes et stations touristiques.

Ce qui change entre l'ancien et le nouveau système ? Vous pouvez consulter le tableau des critères ► [ICI](#) ◀

- *Cela porte sur les jours d'ouverture, les langues (la 3ème langue doit être adaptée...) L'allemand et le néerlandais seront donc préférés à l'espagnol par exemple, car davantage en adéquation avec la clientèle étrangère visitant la Vendée.*
- *Les traductions doivent être faites ou visées par des personnes qualifiées.*
- *La collecte et le traitement des réclamations (vis-à-vis de l'office et/ou des prestataires) doit s'inscrire dans une démarche qualité. Il est donc nécessaire de lire et répondre aux avis des internautes, notamment sur les réseaux sociaux où il faut être présent.*
- *Le personnel doit répondre à un objectifs quantitatif et qualitatif (diplômes).*
- *En résumé, il faut savoir valoriser la destination. Le BIT principal et le siège social étant étudiés, les autres BIT le seront en fonction de la catégorie et du statut « touristique » de la commune.*



Tous les anciens formulaires sont obsolètes. Pour information, il est possible de consulter la fiche de transmission d'un arrêté préfectoral (qui n'est pas un dossier de demande mais uniquement un document interne préfecture ↔ DGE) sur [le site de la DGE](#).

*OTV propose un accompagnement des Offices de Tourisme dans la constitution d'un dossier de demande.*

*Une journée de formation initiale, en groupe, est prévue le 28 janvier 2020 ([inscription/accompagnement ICI](#)).*

*Suivront ensuite deux journées individualisées, l'une sur site, l'autre par visioconférence ou téléphone, pour compléter et valider. Ces deux dernières journées seront fixées selon les disponibilités de l'office et d'OTV. Cet accompagnement peut s'étaler sur plusieurs mois (jusqu'à 12).*

*Il se finalise par un passage en commission OTV, dont l'avis favorable est apporté en préfecture en même temps que le dossier. Cette dernière dispose d'un délai de deux mois pour instruire le dossier (mais un dossier bien ficelé et suivi par OTV peut obtenir une réponse favorable en 15 jours).*

*On trouvera sur le lien ci-dessus toutes les informations pratiques concernant cet accompagnement OTV, notamment la prise en charge AFDAS qui permet d'arriver à la gratuité de nos prestations pour les structures adhérentes à cet OPCO.*



## Evolution de la marque Qualité Tourisme™

Une nouvelle procédure pour la délivrance de la marque Qualité Tourisme™ vient d'être mise en place :

Complètement dématérialisée, l'attribution est homogénéisée, même si elle ne s'est peut-être pas simplifiée.

Cf. [le portail Qualité Tourisme™ en ligne](#)

C'est désormais la DGE qui reprend la marque et en délègue la gestion à OTF. A ce jour, 5100 établissements (tout type de structures confondues) ont reçu le droit d'usage de la marque. Son attribution s'appuie sur des Commissions Qualité composées de Relais Territoriaux (RT + OTF) et d'auditeurs agréés.

**Nouveauté pour les offices de tourisme : la visite mystère déclenchée par OTV, en accord avec l'office. OTF préconise de la réaliser avant l'audit complet.**

En effet, le droit d'usage est désormais illimité, à la condition d'être audité tous les 5 ans (visite mystère et audit complet) + suivi intermédiaire (modalités en cours de révision).

**Audit d'attribution QT** : réalisé pour les nouveaux offices, dont aucun BIT ni la structure principale ne jouissent du droit d'usage de la marque → la visite mystère doit être réalisée dans les 6 mois précédant l'audit complet.

**Audit de renouvellement de l'OT** → visite mystère dans l'année précédant l'audit complet. A savoir :

- Les OT audités en 2016 restent sur un cycle de 3 ans et doivent donc réaliser un audit complet en 2019. Comme la visite mystère ne sera mise en place qu'en 2020, ils ont en principe jusqu'au 31/12/2021 pour réaliser cette visite mystère mais il est préférable (préconisation OTF) de la réaliser en 2020.
- Les OT audités en 2017 restent sur un cycle de 3 ans et doivent donc réaliser un audit complet en 2020. Ils ont en principe jusqu'au 31/12/2022 pour réaliser cette visite mystère mais il est préférable (préconisation OTF) de la réaliser en amont de l'audit complet en 2020 ou courant 2020.
- Les OT audités en 2018 auront à réaliser une visite mystère avant le 31/12/2020 pour bénéficier de l'extension de 3 à 5 ans du droit d'usage de la marque, sinon ce droit d'usage deviendra caduque à l'échéance des 3 ans.
- Les OT audités en 2019 auront à réaliser une visite mystère avant le 31/12/2021 pour bénéficier de l'extension de 3 à 5 ans du droit d'usage de la marque, sinon ce droit d'usage deviendra caduque à l'échéance des 3 ans.

*Précision : il s'agit bien de la date de l'audit et non celle de l'attribution de la marque.*



QUALITÉ  
TOURISME

**La visite-mystère** se fait sur le BIT principal et sur l'ensemble des BIT par échantillonnage.

C'est le RT (OTV) ou OTF (en absence de RT) qui vont planifier la visite mystère. Ses résultats rapprochés de ceux de l'audit complet vont permettre d'établir si un établissement est éligible. Objectif 85% des critères validés. En dessous, il est possible de procéder à un rattrapage sur certains critères rattrapables, grâce à des actions correctives.

La visite mystère va auditer la présence numérique de l'office en termes de communication, sa stratégie d'accueil, le bon suivi des commentaires et des réclamations, le développement durable, la promotion de la marque, l'éventuelle boutique ainsi que l'organisation du ou des BIT audités (accès, affichage, etc.)

Les auditeurs pour cette visite-mystère sont en cours de recrutement. Il sera ensuite possible de les choisir sur une liste nationale diffusée à terme par OTF, différente de la liste des auditeurs pour l'audit complet.

**L'audit complet**, quant à lui, va approfondir l'étude notamment pour ce qui est des RH, de l'accueil des groupes, de la relation avec la collectivité, etc. qui ne peuvent être étudiés lors de la visite mystère. L'office choisit et contracte avec le cabinet parmi la [liste officielle du nouveau pool d'auditeurs agréés OTF 2019-2024](#).

**Un guide méthodologique** sera publié par OTF vers la fin janvier, afin de mieux appréhender chaque critère des grilles « audit complet » et « visite mystère ».

**Retrouvez ces grilles d'évaluation en ligne ► [ICI](#) ◀**

**Enfin**, l'obligation de classement en catégorie peut être différée sous la responsabilité d'OTF.

En effet, il est dorénavant possible de **postuler directement en catégorie I en même temps que de candidater à la marque QT** : un droit d'usage provisoire de la marque peut être attribué à un OT dont la demande de classement en catégorie I est prévue dans un délai de 3 mois. Ce droit d'usage provisoire pourra être résilié par OTF si l'établissement n'a pas obtenu son classement 6 mois après la date de la commission d'attribution QT.

## La procédure Qualité Tourisme™ en résumé

*Au final, une procédure resserrée :*

1. Auto-évaluation en ligne
2. Dépôt de candidature auprès d'OTF
3. Organisation de la visite-mystère et de l'audit complet
4. Visite-mystère et correction éventuelle sur critères rattrapables - Validation du rapport
5. Audit complet, proposition d'actions correctives par l'auditeur agréé puis validation du rapport
6. Avis du RT ou d'OTF
7. Inscription par le RT ou OTF à une commission mensuelle
8. Attribution/renouvellement par la DGE
9. Envoi de l'attestation
10. Achat de la plaque auprès d'OTF
11. Suivi sur 5 ans par le RT (ou OTF en cas d'absence de Relais Territorial) : modalités non finalisées par OTF.

*OTV propose un accompagnement pour les établissements souhaitant pouvoir utiliser la marque Qualité Tourisme™. Formation de 5 jours sur 15 mois, totalement prise en charge par l'AFDAS, pour les adhérents à cet OPCO.*

*Dans l'attente de la validation de certaines informations au niveau national, il n'a pas encore été fixé de date pour la première journée d'accompagnement proposée par OTV, qui se tiendra, en groupe, dans nos locaux, au premier semestre 2020.*

*Modalités pratiques - 5 jours :*

- 1 journée en groupe ou individuelle pour la personne référente sur le dossier
- 3 journées in situ au sein de l'office avec cette même personne
- 1 journée d'échange en visioconférence ou par téléphone pour la relecture et la mise en place de

## Club indicateurs - Touristicité et piLOT

Depuis plusieurs années, OTF a mis en place un Club Indicateurs afin de développer et partager un outil d'analyse de leur structure et de leur territoire. Cet outil, basé sur Excel, a été développé par l'Université de Perpignan.

En Vendée, 6 offices - de type « entrepreneurial » - ont accepté de participer et de faire remonter des informations les concernant. Ils sont près de 180 au niveau national.

Les objectifs : mesurer le potentiel touristique, évaluer l'efficacité, en se comparant à des structures ayant un potentiel touristique similaire et en suivant ses propres indicateurs d'année en année.

Les données saisies sont diverses :

- Office : fréquentation, budgets, ressources humaines, accueil, RS, etc.
- Territoire : offre, accessibilité, nuitées, etc.

Le traitement des données est ensuite restitué par l'Université de Perpignan. Un indice de Touristicité, sur une échelle de 0 à 100, permet d'évaluer le potentiel touristique d'une destination et de se comparer à des territoires à peu près similaires, au niveau national.

Dans la prolongation de cette expérience, la commission Observatoire et Numérique d'OTF, à laquelle OTV participe très activement, supervise également la mise au point d'un nouvel outil de gestion (tableau de bord) qui s'est fixé l'objectif de rallier la majeure partie des OT de

France, grâce à une procédure de collecte un peu similaire, mais entièrement dématérialisée et opérationnelle sur Internet.

Cet outil « piLOT » devrait être disponible courant 2020.

Le fait de définir précisément les données débouche sur une grille de lecture unique qui va permettre à chaque office de comparer ses données.

Mais par l'agrégation des données, piLOT va donner des outils de pilotage aux RT et à la nouvelle Fédération nationale. Si chacun des 1500 offices de tourisme de France joue le jeu, les résultats devraient être plus pertinents que ceux des 180 offices qui contribuent déjà à la version "universitaire".

Jacques BECKER précise : « Le coût du service, pour la première année, sera symbolique (50 €). Par la suite, ce coût pour l'OT adhérent ne devrait pas dépasser 150 € par an. Une somme faible au regard du retour de l'investissement et des informations obtenues.

*La fusion des trois fédérations du tourisme (OTF, Destination Régions et Tourisme et Territoires)(\*) va élargir considérablement la portée de ces données touristiques enfin normées ! En conséquence chaque acteur parlera avec les mêmes mots en se basant sur les mêmes méthodes de calcul. »*

*\*Fusion actée le 19 décembre 2019, effective au 1er trimestre 2020.*