

Présentation des principales caractéristiques d'un office de tourisme

1 – Missions

Les offices de tourisme sont des organismes de promotion touristique dont le régime juridique est prévu dans le code du tourisme. Ils concourent à faciliter le séjour des touristes dans les communes touristiques, les stations classées de tourisme et toutes autres destinations touristiques. Vitrites des territoires touristiques, ils jouent un rôle important dans l'attractivité et la compétitivité de la « destination France ».

Ils exercent quatre missions de service public :

- L'accueil,
- L'information,
- La promotion touristique,
- La coordination des acteurs locaux du tourisme.

Ils peuvent, en outre, sous certaines conditions, commercialiser des produits touristiques, exploiter des installations, organiser des événements et participer à la conception, la mise en œuvre de la politique locale du tourisme et des programmes d'actions touristiques.

2 – Fonctionnement et administration

Les offices de tourisme sont institués par délibération de la collectivité territoriale compétente en matière de promotion du tourisme et de création d'offices de tourisme (communauté d'agglomération, commune).

La collectivité approuve les statuts de l'office de tourisme, en détermine les modalités d'organisation et fixe la composition de l'organe délibérant de l'office de tourisme en précisant le nombre d'élus émanant de la collectivité territoriale (conseillers municipaux notamment) et le nombre de socio-professionnels. Ainsi, un Conseil d'Administration est nommé afin de prendre les décisions stratégiques relatives aux activités de l'office du tourisme.

3 – Classement des offices de tourisme

Le classement préfectoral est une démarche volontaire qui contribue à :

- Renseigner et rassurer les visiteurs sur la variété et le niveau des services qu'ils peuvent attendre de la structure, reconnue par l'Etat.
- Accroître la visibilité institutionnelle de l'Office de Tourisme, pour engager une politique d'investissements, de développement ou de maintien des services ; mettre en adéquation les moyens et les ambitions.
- Apparaître comme le moteur d'une destination structurée, professionnelle et dynamique, pour donner de la reconnaissance à la mobilisation des acteurs du tourisme et encourager leurs efforts communs.



Le classement préfectoral des Offices de Tourisme se fait selon des catégories, passées en 2019 de 3 à 2, la catégorie 1 étant la plus haute. Le dossier de classement se compose de 19 critères à remplir :

- L'office de tourisme est accessible et accueillant
- Les périodes et horaires d'ouverture sont cohérents avec la fréquentation touristique de la zone géographique d'intervention
- L'information est accessible à la clientèle étrangère
- L'information touristique collectée est exhaustive, qualifiée et mise à jour
- Les supports d'informations touristiques sont adaptés, complets et actualisés
- L'office de tourisme est à l'écoute du client et engagé dans une démarche...

4 – Labellisations des offices de tourisme

Un label est une certification qui garantit que les produits ou services répondent à un ensemble de critères établis en matière de qualité, de sécurité, de durabilité. Il est décerné par des organisations qui ont pour rôle d'évaluer régulièrement les pratiques et les produits pour s'assurer que les normes sont respectées correctement. Les labels sont utilisés pour informer les consommateurs et les aider à faire des choix parmi une diversité d'offres.

Le but d'un label est de fournir une reconnaissance officielle pour les produits ou services de haute qualité. Ils peuvent également aider les entreprises à se différencier sur un marché concurrentiel et à attirer les consommateurs soucieux de la qualité et de l'impact environnemental de leurs achats.

Il existe entre autres :

- Qualité tourisme
- Le label Clef Verte
- Tourisme durable
- Green destination
- Famille plus...

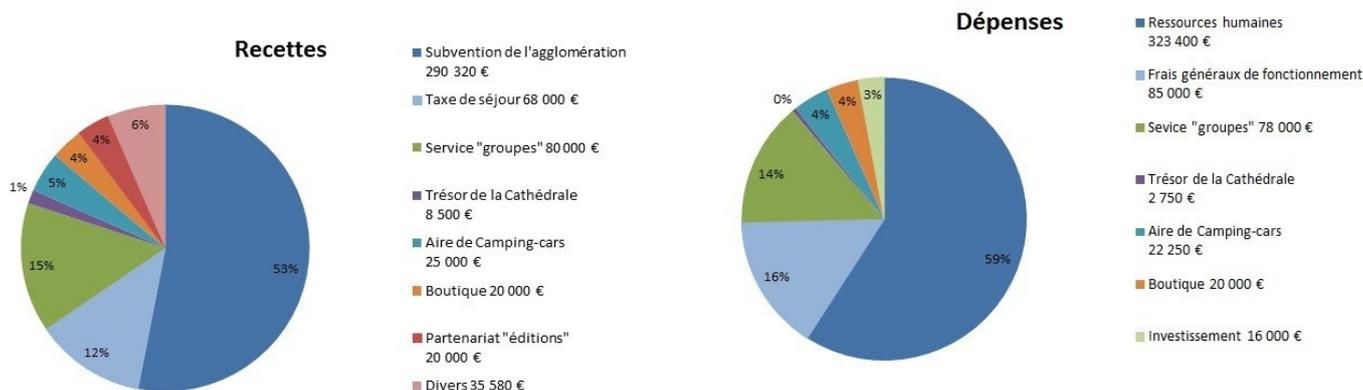
5 – Budget

L'office de tourisme dispose d'un budget annuel. Ce budget est défini notamment par la collectivité en charge de l'office.

Le budget se compose de recettes et de dépenses. Les recettes proviennent notamment des activités commerciales de l'ODT, de la taxe de séjour perçue, de subventions...

Les dépenses correspondent aux activités de promotion (foires, salons, publicité), de fonctionnement (ressources humaines notamment), d'investissement (achats mobiliers)...

Exemple de budget :



5 – Vidéos de présentation (exemples)

Une situation d'accueil en office de tourisme : prise d'information, reformulation, propositions...

https://www.youtube.com/watch?v=fDpN9wbHwjY&ab_channel=Ana%C3%AFsLeForestier

Une autre situation :

https://www.youtube.com/watch?v=IZNBWxiK57I&ab_channel=M%C3%A9moFLE

Le métier d'agent d'accueil :

https://www.youtube.com/watch?v=saP8ndlmlOs&ab_channel=EntreprendreEnsemble

