

# AUTO FINANCEMENT

## La Commercialisation de produits touristiques

Rouen - 20/11/2018  
[www.ottnormandie.fr](http://www.ottnormandie.fr)





Offices de  
Tourisme  
de France

Offices de Tourisme &  
Territoires de Normandie

# Bienvenue !



## 4 fiches juridiques dédiées – OTF

Fiche n°40 « l'obligation d'immatriculation »

Fiche n°66 « les voyages à forfait au regard des nouvelles dispositions du code du tourisme modifié par la directive « voyages à forfait »

Fiche n°67 « le voyage à forfait et le service de voyage : obligation d'information et contenu du contrat »

Fiche n°69 « commercialisation et promotion hors zone de compétence »



Offices de  
Tourisme  
de France

Offices de Tourisme &  
Territoires de Normandie

## Fiche n°66 « les voyages à forfait au regard des nouvelles dispositions du code du tourisme modifié par la directive « voyages à forfait »

- La directive élargit la définition du voyage à forfait ;
- Une nouvelle notion est créée : la « prestation de voyage liée », qui entraîne la responsabilité du professionnel qui après avoir vendu une prestation facilite la réservation d'un autre service de voyage ;
- Le professionnel vendeur, prestataire, distributeur est responsable de plein-droit avec le prestataire dès que le client est titulaire d'un voyage à forfait ;
- Le professionnel, en cas de voyage lié, doit prendre soin d'exclure sa responsabilité pour le cas où il aurait facilité la réservation de l'autre prestation.



## Fiche n°67 « Le voyage à forfait et le service de voyage : obligation d'information et contenu du contrat »

- Sous l'influence de la directive européenne dite « Voyages à forfait » de 2015, le code du tourisme renforce depuis le 1er juillet 2018 l'obligation d'information du professionnel vis-à-vis du voyageur avant toute conclusion du contrat ;
- La liste des informations précontractuelles à communiquer au voyageur est donc plus importante et les informations exigées plus précises ;
- Les informations précontractuelles doivent être transmises par écrit si le contrat n'est pas conclu par Internet ; elles doivent de plus l'être par le biais d'un formulaire spécifique ;
- Le non-respect de l'obligation d'information précontractuelle peut être sanctionné ;
- Le contrat doit reprendre l'intégralité des informations précontractuelles et doit être complété par d'autres mentions ;
- A la conclusion du contrat, plusieurs documents doivent être transmis au voyageur.



## Fiche n°69 « Commercialisation et promotion hors-zone de compétence »

L'Office peut commercialiser et promouvoir le tourisme hors de sa zone de compétence si cela profite à la zone de compétence.

Afin de s'assurer du respect des dispositions légales et de limiter toute contestation future, vous devez dans tous les cas où l'Office de tourisme envisage une commercialisation ou une promotion totale ou partielle hors de sa zone de compétence statutaire :

- Eviter de définir à l'avenir de façon trop précise une zone précise d'intervention dans les statuts, rien n'y obligeant : vous pouvez ne pas préciser de zone où définir une zone large : une région, un espace ou même un « rayonnement international »,
- Obtenir l'accord des collectivités ou des offices de tourisme concernés par la vente de vos prestations sur « leur » territoire, au moyen de la signature de conventions de partenariat renforcés réciproques et dont vous trouverez un modèle ci-dessous,



Offices de  
Tourisme  
de France

Offices de Tourisme &  
Territoires de Normandie

## Fiche n°69 « Commercialisation et promotion hors-zone de compétence »

- Toujours penser à la question de savoir si votre zone d'intervention statutaire va bénéficier de cette commercialisation extérieure,
- Prendre soin d'aborder la question avec les comités départementaux et régionaux de tourisme, qui eux aussi peuvent souhaiter commercialiser des produits touristiques recouvrant plusieurs zones d'intervention : il ne faut pas que l'office ou la collectivité empiète sur une compétence qui serait naturellement mieux exercée à un niveau supérieur et que les CDT et CRT ont la charge d'harmoniser et de coordonner

La convention passée entre les Offices :

- N'a pas besoin d'être très longue ni très détaillée,
- Doit seulement prévoir les prestations commercialisées réciproquement hors-zone et insister sur le caractère profitable de la mesure pour les deux signataires.
- Est rédigée librement, aucun formalisme particulier n'est requis



I. Présentation

II. Définitions

III. Moyens d'action – Contraintes / Atouts

IV. Temps d'échange







Offices de  
Tourisme  
de France

Offices de Tourisme &  
Territoires de Normandie

# I. Présentation LE TERRITOIRE DE COMPÉTENCE

## Tourisme

- Tourisme balnéaire :
  - ❖ Station nautique
  - ❖ Plage
  - ❖ Complexe aquatique : Les Bains / spa et piscine d'eau de mer
  - ❖ Un casino
- Grands équipements :
  - ❖ Golf
  - ❖ Hippodrome
  - ❖ Aérodrome
- Patrimoine culturel :
  - ❖ Parc et Jardins du Bois des Moutiers
  - ❖ Château de Miromesnil
  - ❖ Château-Musée de Dieppe
- Tourisme de mémoire – Mémorial du Raid du 19 août 1942





Offices de  
Tourisme  
de France  
Offices de Tourisme &  
Territoires de Normandie

# I. Présentation L'OFFICE DE TOURISME

## Manque 1<sup>ère</sup> cat. Dieppe-Maritime Tourisme



Régie à budget autonome – rattaché à sa collectivité mais avec un budget propre : 1,2 M €

Compétence sur l'ensemble de son agglomération

Missions :

➤ Missions régaliennes :

- ❖ Accueil et information des visiteurs
- ❖ Promotion de la Destination Dieppoise
- ❖ Mise en réseau des acteurs touristiques du territoire

➤ Missions complémentaires souhaitées par la Collectivité de tutelle :

- ❖ Participation à l'élaboration et la mise en œuvre de la politique touristique du territoire
- ❖ **Conception et commercialisation de produits touristiques**
- ❖ Mise en place et exploitation d'une boutique

➤ Missions en développement :

- ❖ Billetterie
- ❖ Animations ponctuelles



Offices de  
Tourisme  
de France  
Offices de Tourisme &  
Territoires de Normandie

# I. Présentation LES SERVICES

## Office de Tourisme Dieppe-Maritime



Ludovic CARDONA GIL  
Directeur

### Service Promotion Commercialisation



Sarah DUFOUR  
Responsable



Estelle BUQUET  
Chargée de  
commercialisation



Charlène GUEROUT  
Chargée de promotion  
Chargée de e-tourisme

### Service Accueil



Isabelle BOULAIS  
Responsable



Mathilde COURROUX  
Conseillère en séjour  
Responsable qualité



Rachel MARTEL  
Conseillère en séjour  
Chargée e-tourisme

7 ETP sur site / 2,5 ETP en soutien au siège de l'agglomération / 2 saisonniers entre juillet et septembre pour renforcer le service accueil



Offices de  
Tourisme  
de France

Offices de Tourisme &  
Territoires de Normandie

# I. Présentation

## LE SERVICE GROUPE

L'offre groupe OTDM : <http://www.dieppetourisme.com/groupe>

En 2013, le service : 1ETP pour 2 agents



## II. Définitions

### LE CODE DU TOURISME

Obtenir le droit de commercialiser des packages/forfaits touristiques  
Code du Tourisme – Activité régie par les articles L211-1 et suivants

- Définitions
  - Forfait touristique – [Art L211-2 / II-A](#)
  - Services de voyage – [Art L212-2 / I](#)

Le forfait touristique est la combinaison d'au moins 2 types différents de service de voyage parmi :

- ✓ Le transport
- ✓ L'hébergement
- ✓ La location d'un véhicule particulier
- ✓ Tout autre service touristique

Pour un même voyage ou séjour d'au moins 24h ou incluant une nuitée.

Si la structure a l'assurance de ne vendre ni l'un ni l'autre, en principe, il n'est donc pas obligatoire de posséder une immatriculation au [ROSV d'Atout France](#). Dans le cas contraire, il convient de demander cette immatriculation. Les démarches ont été assouplies ces dernières années excepté en matière de garantie.



## II. Définitions

# OBLIGATIONS

### ➤ **L'Assurance de Responsabilité Civile Professionnelle ([ici](#))**

Elle doit couvrir les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile professionnelle encourue par l'opérateur

### ➤ **La Garantie Financière ([ici](#))**

Celle-ci doit être suffisante pour rembourser d'éventuels fonds reçus au titre des produits vendus

C'est une Commission siégeant au sein d'Atout France qui prend la décision d'attribuer ou non l'immatriculation

Cette réglementation permet aux voyageurs de bénéficier d'un régime de protection important – Art L211-16 I : Le professionnel est « responsable de plein droit de l'exécution des services prévus par ce contrat, que ces services soient exécutés par lui-même ou d'autres prestataires...».



Offices de  
Tourisme  
de France

Offices de Tourisme &  
Territoires de Normandie

## III. Moyens d'action – Contraintes/Atouts

### La conception des produits touristiques

- Diversité de l'offre ou offre unique – diag obligatoire/connaissance parfaite de son territoire lorsque l'on crée le service + connaissance de ses visiteurs pour savoir à qui s'adresser en priorité : évite de perdre du temps et de l'argent – cibles qui peuvent évoluer en fonction du développement du service et de l'offre territoriale – Plan de développement nécessaire en lien avec un observatoire touristique fiable

### Le choix des prestataires : entre contraintes et nécessités

- Le marché public
- La convention
- Le mandat
- L'accord simple

La durée du partenariat/les clauses essentielles/comment contourner certaines obligations/les rapports avec la trésorerie

Tout dépend de la collectivité, de l'objet du marché/convention/mandat/accord et du partenaire

Sortie de crise à Dieppe-Maritime en **2016** 😊 : cf. chronologie entre 2013 et 2018



### Missions au sein du service commercialisation de Dieppe-Maritime Tourisme :

- Conception des produits
- Relation clientèle
- Commerciale
- Aspects juridiques et administratifs (suivi des conventionnements/suivi de la réglementation en vigueur/rédaction des actes administratifs...)

Evolution de la distribution des missions en fonction du développement du service au cours des années.



Offices de  
Tourisme  
de France

Offices de Tourisme &  
Territoires de Normandie

# Conclusion

## Bilan après 5 années d'exploitation

Échange oral

**BONNE CHANCE À TOUS.TES**