

Décrets, arrêtés, circulaires

TEXTES GÉNÉRAUX

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES

Arrêté du 16 avril 2019 fixant les critères de classement des offices de tourisme

NOR : ECOI1822607A

Le ministre de l'Europe et des affaires étrangères et le ministre de l'économie et des finances,
Vu le code du tourisme, notamment son article D. 133-20 ;
Vu l'avis du Conseil national d'évaluation des normes en date du 13 décembre 2018,

Arrêtent :

Art. 1^{er}. – Les offices de tourisme peuvent faire l'objet d'un classement lorsqu'ils remplissent les critères du tableau figurant en annexe du présent arrêté.

Art. 2. – L'arrêté du 12 novembre 2010 fixant les critères de classement des offices de tourisme est abrogé.

Art. 3. – Les dispositions du présent arrêté entrent en vigueur le 1^{er} juillet 2019 sauf pour les dossiers déclarés complets par le préfet de département avant cette date, qui restent régis par les anciennes dispositions. Les offices de tourisme classés avant cette date conservent le bénéfice de ce classement pour la durée fixée par l'arrêté préfectoral prononçant le classement.

Art. 4. – Le ministre de l'Europe et des affaires étrangères et le ministre de l'économie et des finances sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait le 16 avril 2019.

*Le ministre de l'économie
et des finances,*

Pour le ministre et par délégation :
Le directeur général des entreprises,
T. COURBE

*Le ministre de l'Europe
et des affaires étrangères,*

Pour le ministre et par délégation :

*La directrice des entreprises,
de l'économie internationale
et de la promotion du tourisme,*

C. MALAUSSÉNA

ANNEXE

CRITÈRES DE CLASSEMENT DES OFFICES DE TOURISME

CRITÈRES	CATÉGORIE II	CATÉGORIE I
L'office de tourisme est accessible et accueillant		
1. L'espace d'accueil de l'office de tourisme est facile d'accès. Il se situe à proximité immédiate des flux touristiques. Il bénéficie d'une signalisation directionnelle et il est signalé par une enseigne visible depuis la voie publique.	x	x
2. Il existe un espace dédié à l'accueil et à l'information accessible à tout public. L'agencement des locaux facilite le déplacement des visiteurs et l'accès à l'information. Le mobilier permet de s'asseoir.	x	x
3. L'information touristique est accessible gratuitement via un moyen d'accès internet à haut débit sans fil dans l'espace d'accueil de l'office de tourisme.	x	x
Les périodes et horaires d'ouverture sont cohérents avec la fréquentation touristique de la zone géographique d'intervention		
4. L'office de tourisme doit s'engager à ouvrir son bureau d'information touristique principal au moins 180 jours par an, pour une durée minimale de 3 heures par jour et de 1080 heures par an. Les heures d'ouverture des différents bureaux d'information touristique, ou des accueils hors les murs par des conseillers en séjour, peuvent s'additionner si leurs périodes d'ouverture ne se chevauchent pas.	x	
5. L'office de tourisme doit s'engager à ouvrir son bureau d'information touristique principal, ainsi que ceux présents dans les stations classées de tourisme de son ressort, au moins 240 jours par an, pour une durée minimale de 4 heures par jour et de 1680 heures par an. Les heures des différents bureaux d'information touristique, ou des accueils hors les murs par des conseillers en séjour, peuvent s'additionner si leurs périodes d'ouverture ne se chevauchent pas.		x
L'information est accessible à la clientèle étrangère		
6. Il existe un service permanent d'accueil en français et en anglais, pendant les horaires et périodes d'ouverture du bureau d'information touristique principal. La fonction et les langues parlées par le personnel d'accueil sont identifiées sur un badge.	x	
7. Il existe un service permanent d'accueil en français, en anglais et dans au moins une autre langue étrangère, en adéquation avec la clientèle accueillie, pendant les horaires et périodes d'ouverture du bureau d'information touristique principal, ainsi que dans les bureaux d'information touristique des stations classées de tourisme du ressort de l'office de tourisme. La fonction et les langues parlées par le personnel d'accueil sont identifiées sur un badge.		x
L'information touristique collectée est exhaustive, qualifiée et mise à jour		
8. L'office de tourisme recueille, valide et diffuse une information la plus complète possible et régulièrement mise à jour, sur l'offre touristique locale relative : - à l'offre d'hébergement ; - aux sites touristiques ; - aux événements et animations ; - aux services de transport public et privé disponibles, de location de véhicule de tous types ; - à tout autre service utile aux touristes. L'office de tourisme dispose d'un système de gestion informatisé permettant de référencer, de qualifier, de mettre à jour et de diffuser cette information sur l'offre touristique locale. Toutes ces informations sont disponibles sur le site internet de l'office de tourisme. Certaines de ces informations peuvent être diffusées sous format papier.	x	x
Les supports d'informations touristiques sont adaptés, complets et actualisés		
9. L'office de tourisme fournit gratuitement des plans ou cartes touristiques sur support papier.	x	x
10. Les informations touristiques sont accessibles sur un site internet adapté aux appareils fixes et mobiles, et compatible avec les principaux navigateurs. Le site est proposé en français et en anglais ; la traduction est réalisée par des personnes qualifiées.	x	
11. Les informations touristiques sont accessibles sur un site internet adapté aux appareils fixes et mobiles, et compatible avec les principaux navigateurs. Le site est proposé en français, en anglais et dans au moins une autre langue étrangère, en adéquation avec la clientèle accueillie ; les traductions sont réalisées par des personnes qualifiées.		x
L'office de tourisme est à l'écoute du client et engagé dans une démarche promouvant la qualité et le progrès		
12. L'office de tourisme met en place un dispositif de collecte et de traitement des réclamations et organise l'étude de la satisfaction des clients sur les différents services qu'il propose. Il met en place des actions permettant l'amélioration de l'accueil et formalise ses procédures internes.	x	x
13. L'office de tourisme est certifié ou labellisé ou détenteur d'une marque sur la base d'un référentiel national ou international relatif à la qualité de service se caractérisant par un dispositif de reconnaissance par une tierce partie.		x
14. L'office de tourisme dispose de comptes sur les réseaux sociaux et y intervient pour valoriser la destination et répondre aux questions et avis publiés.	x	x
L'office de tourisme dispose des moyens humains pour assurer sa mission		

CRITÈRES	CATÉGORIE II	CATÉGORIE I
15. L'office de tourisme emploie un responsable justifiant d'une aptitude professionnelle appropriée, titulaire d'une formation de niveau 5 ou d'une expérience professionnelle dans un poste similaire, et des collaborateurs permanents représentant au moins 3 équivalents temps plein travaillé.	x	
16. L'office de tourisme emploie un directeur justifiant d'une aptitude professionnelle appropriée, titulaire d'une formation de niveau 6 ou d'une expérience professionnelle dans un poste similaire, et des collaborateurs permanents représentant au moins 5 équivalents temps plein travaillé.		x
L'office de tourisme assure un recueil statistique		
17. L'office de tourisme tient à jour un tableau de bord de la fréquentation touristique locale, notamment du nombre de visiteurs accueillis à l'office de tourisme, la fréquentation du site internet, et dans la mesure du possible la nature et la durée des séjours, la fréquentation des hébergements touristiques, des sites touristiques, de sa zone géographique d'intervention.	x	x
18. L'office de tourisme met en place un observatoire sur la satisfaction client à l'échelle de sa destination et une gestion de la relation client.		x
L'office de tourisme met en œuvre la stratégie touristique locale		
19. L'office de tourisme élabore et met en œuvre une stratégie touristique précisant les missions de l'office de tourisme dans les domaines suivants : - politique d'accueil ; - commercialisation ; - animation du réseau des acteurs touristiques, accompagnement dans la transition numérique, assistance aux porteurs de projet ; - promotion de la destination et communication grand public ; - actions de sensibilisation des touristes et des acteurs touristiques en matière de protection de l'environnement et de développement durable ; - amélioration de l'offre touristique à travers le classement des hébergements et la diffusion des marques. Cette stratégie touristique est validée par la collectivité.	x	x