

PRESSES
UNIVERSITAIRES
DE FRANCE

Marc Dumoulin
Solange Kergreis

**Les Offices
de tourisme
et les syndicats
d'initiative**

DL-14 09 1998 36962

023898718

38

QUE SAIS-JE ?

INTRODUCTION

Bleu
Hayen
1/2

Les offices de tourisme et syndicats d'initiative

MARC DUMOULIN

Président de la Fédération nationale
des offices de tourisme et syndicats d'initiative

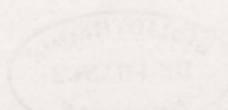
FRANÇOISE KERGREIS

Journaliste



D2

1999 - 20180



36967

Les offices de tourisme
et syndicats d'initiative

MARC DUMOUIN

Président de la Fédération nationale
des offices de tourisme et syndicats d'initiative

FRANÇOISE KERREIS

Journaliste

ISBN 2 13 049559 1

Dépôt légal — 1^{re} édition : 1998, septembre
© Presses Universitaires de France, 1998
108, boulevard Saint-Germain, 75006 Paris



INTRODUCTION

L'information touristique est une très longue tradition des syndicats d'initiative, puis des offices de tourisme. En 1875, naît à Gérardmer (Vosges) le « Comité des promenades », ancêtre du syndicat d'initiative qui, lui, apparaît en 1889 à Grenoble. En 1903 naissent la première union départementale et la première fédération régionale.

En 1918, on compte 500 syndicats d'initiative et en 1919, 23 fédérations régionales se regroupent dans l'Union des fédérations de syndicats d'initiative (UFESSI), qui est reconnue d'utilité publique en 1921. En 1959, les unions départementales d'offices de tourisme et syndicats d'initiative sont officialisées. En 1963, l'UFESSI devient la FNSIOT (Fédération nationale des syndicats d'initiative - offices de tourisme), puis la FNOTSI en 1976.

Aujourd'hui, la Fédération nationale des offices de tourisme et syndicats d'initiative regroupe 23 fédérations régionales, 97 unions départementales et 3 600 offices de tourisme et syndicats d'initiative, qui constituent le seul maillage touristique de cette importance en Europe. L'industrie touristique, née il y a une vingtaine d'années, s'est pendant longtemps appuyée sur l'information diversifiée que les OTSI dispensaient aux Français et aux visiteurs étrangers.

Entre-temps, les OTSI ont largement évolué et sont passés d'une mission d'accueil et d'information à une démarche de développement local, afin de s'adapter aux enjeux du tourisme dans les prochaines années.

Ils sont confrontés à une concurrence de plus en plus forte, résultant de la diversité de l'offre, de la mobilité et de l'exigence des consommateurs, de l'existence de destinations étrangères très abordables. Seule solution : fidéliser les clientèles, la qualité des services étant alors le meilleur atout. Sous l'impulsion de la FNOTSI, ils sont donc devenus des organismes incontournables, acteurs indispensables du montage de projets pour les élus, les professionnels locaux du tourisme et la population. Doté d'un réseau informatisé d'information, maniant les nouvelles technologies pour promouvoir sa destination, le personnel des OTSI se professionnalise pour mieux répondre à son objectif : promouvoir la destination « France ».

Chapitre I

L'OFFICE DE TOURISME ET LE SYNDICAT D'INITIATIVE, OUTILS DE DÉVELOPPEMENT

I. — Le classement des offices de tourisme

Les offices de tourisme sont classés de 1* à 4* par les préfets après avis de la Commission départementale d'action touristique (arrêté du 3 octobre 1991), sur proposition de la FNOTSI pour les demandes de classement 4*, sur proposition de l'Union départementale des OTSI pour les 1, 2 et 3*. Le (ou les) maire(s) de la (ou des) commune(s) intéressée(s) sont préalablement informés de la demande de classement. Des agents de l'État contrôlent sur place la conformité au classement demandé, qui est prononcé pour cinq ans. Le classement est signalé par un panneau. Le nombre d'étoiles attribué est fonction de l'importance de l'équipe, de sa qualification, de l'équipement de l'office, des horaires d'ouverture, des services et animations assurés.

1. **Le syndicat d'initiative.** — C'est le noyau historique à partir duquel s'est développé en France l'accueil touristique. Il n'est pas classé, mais il constitue un maillon indispensable pour l'accueil, l'information, l'animation et la promotion touristique au niveau local. Il travaille avec un budget modeste,

beaucoup de motivation et d'imagination de la part de ses bénévoles, qui mettent leur temps et leurs compétences au service du développement touristique de la commune.

2. Les offices de tourisme. — L'OT 1* est souvent situé en zone rurale, mais aussi sur le littoral et en basse et moyenne montagne, il est animé par des bénévoles mais doit se doter d'un agent d'accueil bilingue, à temps partiel ou complet. Il est ouvert en saison et en période d'affluence.

L'OT 2* représente plus du tiers des offices de tourisme, il dispose de permanents et est souvent implanté dans un chef-lieu de canton ou dans des cités de caractère. Il diffuse une documentation locale bilingue, il est ouvert tous les jours (sauf dimanches et jours fériés hors saison), il publie des listes d'hébergements, d'équipements de loisirs, de monuments.

L'OT 3* est le plus souvent implanté dans les centres urbains et dans les grandes stations de montagne ou du littoral. Il est le spécialiste de la mise en tourisme de son site. Il doit avoir une convention de financement avec la ou les communes concernées, il a un directeur permanent, une secrétaire à temps complet et un agent d'accueil au minimum bilingue. Il est informatisé et diffuse une documentation régionale. Sa documentation est bilingue. Il assure des prestations de services telles que vente de timbres, de cartes téléphoniques, de guides, de cartes touristiques et organise des animations locales.

L'OT 4* ajoute des compétences particulières aux critères et aux missions qui caractérisent les OT 1*, 2* et 3*. Il dispose d'un personnel qualifié comprenant au moins un directeur et des hôtes multilingues, il distribue une documentation européenne, nationale, régionale et locale pour l'ensemble de la France. Il est ouvert tous les jours, dimanches et

fêtes inclus. Il assure les réservations hôtelières et au minimum des services identiques à l'OT 3*. Ses ressources comprennent les financements publics, par convention avec la commune et le groupement de communes, et une part d'autofinancement assurée par les adhérents et la vente de prestations de services. Il joue un rôle prépondérant dans la coordination de la politique touristique de sa ville : marketing, animation, promotion en France et à l'étranger, conception et commercialisation de produits touristiques individuels et groupes... Il gère la qualité de la station, dont dépendent son image et sa notoriété. A noter que l'OT de montagne occupe un rôle primordial dans l'animation de la station pour les sports d'hiver et la montagne d'été, certains offices de tourisme de montagne gèrent la station et ses équipements (remontées mécaniques).

II. — L'évolution des OTSI

Une enquête sur l'évolution des offices de tourisme a été menée par la FNOTSI en mars 1994 sur un échantillon de 650 OTSI, avec le concours de l'Observatoire national du tourisme. Les 3 600 OTSI accueillent plus de 50 millions de visiteurs par an, dont 50 % sont des résidents.

1. **Structures et équipements.** — Les OTSI sont, à plus de 95,5 %, structurés en association loi de 1901. Les 1* ont en moyenne 14,5 membres actifs dans leur conseil d'administration et les 4*, plus de 22. La commune en est membre 3 fois sur 4 et détient la majorité une fois sur 5 dans les 1*, 3* et 4* et dans un tiers des 2*. Le nombre de membres au conseil d'administration évolue de 21 à 33 selon les catégories et ils consacrent chacun quarante-neuf heures par an au fonctionnement de la structure.

Les locaux occupés par l'OTSI sont gratuits dans 80 % des cas, souvent dans un bâtiment indépendant de la mairie, mais qui reste un bâtiment municipal dans plus de la moitié des cas. Seulement 5 % des OTSI sont propriétaires de leurs locaux, très peu sont locataires. D'une superficie de 60 m² en moyenne pour les 1*, on passe à 441 m² pour les 4*.

Localisation des OTSI : l'indépendance se gagne avec les étoiles

	Total		1 étoile		2 étoiles		3 étoiles		4 étoiles	
	Individus	%								
Mairie	44	6,80	19	9,79	18	7,23	6	3,77	1	2,22
Bâtiment municipal	254	39,26	80	41,24	112	44,98	48	30,19	14	31,11
Bâtiment indépendant	352	54,40	95	48,97	124	49,80	101	63,52	32	71,11

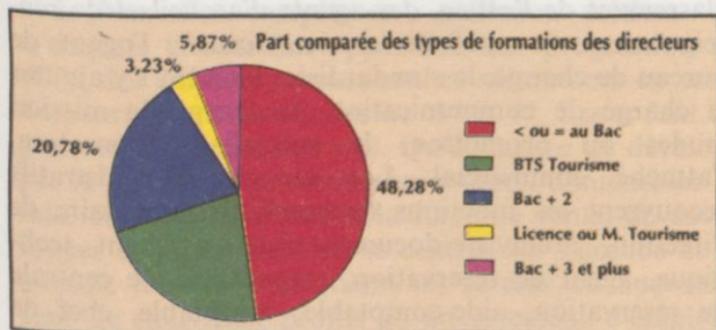
Source : FNOTSI.

Minitel, répondeur et télécopieur arrivent en tête des équipements. Tous les 4* sont équipés en informatique, peu de 1* le sont. On s'en sert surtout pour le traitement de texte, la comptabilité et la gestion de fichiers clients dans le cas des 4*.

2. Les métiers traditionnels des OTSI.

A) *Le président.* — Le président est élu et doit avoir des qualités de dirigeant, d'animateur de groupe associatif et savoir appliquer une politique touristique. Il définit, en partenariat avec la municipalité, une stratégie de développement touristique à terme et la propose au conseil d'administration (associations et SEM) ou comité directeur pour les OMT.

B) *Le directeur.* — Il est obligatoire dans les OT 3* et 4* et existe dans un certain nombre d'OT 2*. C'est un professionnel, qui assure le lien entre les élus, le



Niveau moyen de formation des directeurs
(source FNOTSI).

conseil d'administration, les membres du bureau, le personnel, les socioprofessionnels et les partenaires locaux. C'est un homme ou une femme de communication, très disponible, qui sait animer son équipe et les acteurs locaux du tourisme autour d'un axe commun de promotion. C'est un développeur qui élabore et met en œuvre la stratégie de développement touristique communale ou intercommunale, en concertation avec la municipalité, le comité départemental du tourisme et le comité régional du tourisme. Il doit avoir un esprit d'analyse et de synthèse et être diplomate. Sous l'autorité du président, il est l'élément catalyseur et fédérateur des volontés et des actions. Il a une licence ou un diplôme équivalent ou huit ans d'expérience professionnelle, des connaissances linguistiques et de gestion.

C) *L'équipe.* — La configuration de la fonction d'accueil impose une polyvalence des connaissances de l'agent d'accueil : géographiques, historiques, économiques, culturelles, linguistiques, informatiques. Le service d'accueil et d'information comporte, selon le

classement de l'office, des agents d'accueil et de renseignement, le chef de service accueil, l'agent de bureau de change, le standardiste. Peuvent s'y ajouter le chargé de communication, le chargé de mission études ou promotion, le spécialiste promotion, l'attaché commercial. Les services administratifs recouvrent les fonctions de secrétaire, secrétaire de direction, archiviste-documentaliste, assistant technique, agent de réservation, responsable de centrale de réservation, aide-comptable, comptable, chef de service administratif, agent de maîtrise polyvalent. L'office emploie également des guides interprètes régionaux et des guides conférenciers de la Caisse nationale des monuments historiques et des sites.

En 1997, les OTSI employaient 12 753 salariés, 10 575 bénévoles et 4 494 stagiaires, soit 27 822 personnes (OT 4* : en moyenne 29 personnes dont 20 permanents ; OT 3* : en moyenne 10 personnes dont 6 permanents ; OT 2* : en moyenne 4 personnes dont 2 permanents ; OT 1* : 83 % ont 1 permanent, les autres ont 1 saisonnier ou 1 CES). Il y a donc plus de 60 % de bénévoles dans les OTSI.

On note une faiblesse de l'encadrement intermédiaire. Les OTSI comptent environ 82 % de personnel féminin (62 % il y a quinze ans). L'âge moyen est légèrement supérieur à 34 ans, il est de 27 ans pour les saisonniers et de 41 ans pour l'encadrement et les guides. La fonction principale demeure l'accueil qui représente 51 % des emplois. 45 % du personnel des OTSI est en CDI, d'une durée moyenne de sept ans et trois mois, 21 % des recrutements s'effectuent par l'intermédiaire de l'ANPE. Une majorité de saisonniers sont affectés à l'accueil. La formation continue a représenté, en 1996, environ une journée en moyenne par an et par personne, mais la formation est inférieure à deux heures par an et par bénévole.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES DE RÉFÉRENCE SUR LE TOURISME

- Bernard-Gelabert M.-C., Labia Patrick, *Intercommunalités mode d'emploi*, Paris, Economica, 1997.
- Dosière R., *La fiscalité locale*, Paris, PUF, 1996.
- Michaud J.-L., *Les institutions du tourisme*, Paris, PUF, 1995.
- Tossot-Pagès A., *Les collectivités territoriales et les associations : mode d'emploi*, Paris, 1996, Assemblée des présidents des conseils généraux de France.
- Vles V., *Les stations touristiques*, Paris, Economica, 1996.

PRESSE SPÉCIALISÉE

- La Gazette officielle du tourisme*, hebdomadaire, Paris. Ensemble de la collection.

ENQUÊTE

- Évolution prospective des offices de tourisme et syndicats d'initiative, FNOTSI, 1994.

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	3
Chapitre I — L'office de tourisme et le syndicat d'initiative, outils de développement	5
I. Le classement des offices de tourisme, 5 — II. L'évolution des OTSI, 7 — III. Les compétences des OTSI, 19 — IV. Le cadre juridique, 38.	
Chapitre II — La FNOTSI	50
I. Missions, 50 — II. Stratégie, 53 — III. Moyens, 55.	
Chapitre III — Organisation du tourisme à l'échelon local	64
I. Stations classées, 64 — II. Communes touristiques, 65 — III. OTSI et intercommunalité touristique, 65.	
Chapitre IV — Les relations contractuelles entre OTSI et collectivités	77
I. Les missions des OTSI, 77 — II. La place et la responsabilité des élus, 78 — III. Garantir l'autonomie de l'OTSI, 79 — IV. Les lacunes de la loi de 1992, 81 — V. Propositions faites au ministère, 83.	
Chapitre V — Financement de l'organisation touristique locale	84
I. Équilibrer financements publics et privés, 85 — II. Les modes de financement, 86.	
Chapitre VI — L'emploi dans les OTSI	97
I. Les raisons de la mobilisation pour l'emploi, 97 — II. Les actions entreprises par la FNOTSI, 98 — III. Dispositif d'insertion par l'alternance, 100 — IV. Dispositif des nouveaux services - nouveaux emplois, 101.	
Conclusion	104
Annexes	108
Bibliographie	125

