

Direction générale des entreprises  
Service du tourisme, du commerce, de l'artisanat et des services

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE  
ET DES FINANCES

**Circulaire du 1<sup>er</sup> février 2017 relative aux effets de la réforme territoriale sur le classement des offices de tourisme dans le contexte du transfert de la compétence en matière de promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme**

NOR : ECFI1637798C

*Objet* : effets de la réforme territoriale sur le classement des offices de tourisme dans le contexte du transfert de la compétence en matière de promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme.

*Pièces jointes* : 5 annexes.

*La secrétaire d'État chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, à Mesdames et Messieurs les préfets de régions et de départements de métropole et d'outre-mer.*

En application des articles L.133-10-1 et D.133-20 et suivants du code du tourisme, les offices de tourisme peuvent faire l'objet d'un classement. Celui-ci est prononcé par arrêté préfectoral pour une durée de 5 ans sur la base de critères fixés par un tableau. Le classement est réparti en 3 niveaux, les catégories II et III s'adressent à des structures de moyennes et petites tailles tandis que la catégorie I est destinée aux offices de tourisme de type entrepreneurial à compétences élevées.

Le classement est un gage de qualité de l'offre touristique. Il vise à optimiser la satisfaction de la clientèle touristique présente sur la zone géographique d'intervention de l'office de tourisme.

Dans le contexte de la mise en œuvre de la réforme territoriale, la localisation, le statut et/ou la zone géographique d'intervention de certains offices de tourisme classés sont appelés à évoluer. Dans ces cas de figure, il a été jugé nécessaire d'accompagner les offices de tourisme concernés en allégeant et simplifiant les démarches relatives au maintien de leur classement jusqu'à échéance de celui-ci.

Dans le même esprit, un dispositif d'accompagnement est également prévu pour les offices de tourisme titulaires du droit d'usage de la marque QUALITE TOURISME™.

Les pôles Entreprises, Emploi et Economie des DIRECCTE apporteront, en tant que de besoin, leur concours pour expertiser les situations rencontrées localement.

### **1. L'impact de la réforme territoriale sur le maillage territorial des offices de tourisme**

La loi de modernisation de l'action publique et d'affirmation des métropoles (dite loi MAPTAM) adoptée le 27 janvier 2014 et la loi portant nouvelle organisation territoriale de la République (dite loi NOTRe), promulguée le 7 août 2015 actent le transfert de la compétence « promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme » aux établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) à fiscalité propre en lieu et place des communes membres<sup>1</sup>. Alors que les métropoles de droit commun et les communautés urbaines exercent d'ores et déjà la compétence, les communautés d'agglomération et les communautés de communes sont dotées de cette compétence depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2017 à l'exception des communes touristiques qui bénéficient d'une des dérogations mentionnées dans la loi de modernisation, de développement et de protection des territoires de montagne du 28 décembre 2016<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Le transfert de la compétence tourisme est mentionné aux articles suivants : L.5214-16, L.5215-20, L.5215-20-1, L.5216-5, L.5217-2 du CGCT.

<sup>2</sup> Pour information complémentaire à ce sujet, consulter l'article 69 de la loi n° 2016-1888 du 28 décembre 2016 de modernisation, de développement et de protection des territoires de montagne et la circulaire du 12 décembre 2016 concernant les modalités de mise en œuvre de la dérogation au transfert de la compétence relative à la promotion du tourisme et à la gestion des offices de tourisme aux communautés de communes et aux communautés d'agglomération (NOR : ARCC163671OJ).

Dans ce contexte, les EPCI à fiscalité propre, qui récupèrent ladite compétence, décident de la localisation des offices de tourisme sur leur territoire intercommunal.

## **2. Rappel du dispositif de classement des offices de tourisme (articles D.133-20 à 133-25 du code du tourisme)**

Le dossier de demande de classement est préparé par l'office de tourisme et approuvé par son organe de direction. Il est ensuite transmis au maire ou au président du groupement de communes qui le soumet à l'approbation de l'organe délibérant de la collectivité pour être ensuite adressé au préfet de département. Ce dernier l'instruit dans un délai de deux mois à compter de la réception du dossier complet. Dans ce cadre, aucune consultation n'est requise. La décision de classement est délivrée par arrêté préfectoral pris pour une durée de cinq ans.

Jusqu'alors, il était communément admis que tout changement au sein de la structure d'un office de tourisme tel que le déménagement, l'élargissement du périmètre géographique d'intervention ou encore la modification de statut entraînaient la caducité du classement. Ces différentes situations impliquaient le dépôt d'un nouveau dossier complet auprès de la préfecture de département.

## **3. Dispositif d'accompagnement en faveur du maintien du classement des offices de tourisme**

La présente circulaire a pour objet d'accompagner la mise en œuvre des dispositions relatives au transfert de la compétence en matière de promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme aux EPCI à fiscalité propre en facilitant le maintien du classement d'un office de tourisme lorsque la structure de celui-ci est modifiée. Dès lors, deux cas de figures peuvent se présenter :

### *L'office de tourisme restructuré est classé en catégorie II ou III*

Dans ce cas, le classement de l'office de tourisme restructuré sera maintenu jusqu'à la date d'échéance du classement<sup>3</sup>.

À titre d'exemple : un office de tourisme communal classé catégorie III jusqu'au 12 janvier 2018 transformé en office de tourisme communautaire par regroupement avec deux autres offices de tourisme, l'un classé catégorie II et l'autre sans classement, tous deux transformés en bureaux chargés notamment de l'information touristique, bénéficiera, ainsi, du classement en catégorie III jusqu'à la date d'échéance de ce classement soit, le 12 janvier 2018. Ce dispositif s'applique sous réserve que cet office de tourisme devenu communautaire ne change pas d'implantation.

Dans le cas présent, l'office de tourisme classé en catégorie II, transformé en bureau d'information, ne peut transférer la catégorie de son classement à l'office de tourisme désormais communautaire. En l'espèce, c'est bien le classement initial de l'office transformé qui fait référence pour le classement de l'office communautaire.

### *L'office de tourisme restructuré est classé en catégorie I*

Dans ce cas, l'office de tourisme peut conserver son classement en catégorie I lorsque les modifications structurelles n'affectent pas les critères de classement requis. Il est valable dans deux situations seulement : le changement de statut ou le transfert de collectivité de rattachement étant entendu, dans ce dernier cas, que la zone géographique d'intervention ne doit pas être modifiée<sup>4</sup>. Le maintien du classement en catégorie I est alors accordé d'emblée sans qu'il soit nécessaire d'entamer de démarches particulières.

Lorsque l'office de tourisme déménage ou que son périmètre géographique d'intervention est élargi (fusion, absorption...), une procédure de maintien de classement demeure nécessaire mais celle-ci est simplifiée. Cette procédure implique le contrôle de dix critères dans le cadre du déménagement et de dix-sept critères lorsque le périmètre géographique d'intervention est agrandi (cf. tableaux annexés).

Dans les autres cas, lorsque les modifications structurelles ne sont pas prévues par la présente circulaire, un nouveau dossier de classement complet doit être déposé auprès de la préfecture de département.

---

<sup>3</sup> Néanmoins, lorsqu'un groupement de communes souhaite obtenir la dénomination en groupement de communes touristiques conformément à l'article R.133-36 du code du tourisme, une nouvelle instruction de classement s'avère nécessaire.

<sup>4</sup> Cas où l'EPCI décide de conserver pour cet office de tourisme sa zone géographique initiale.

#### **4. La procédure simplifiée de maintien de classement des offices de tourisme de catégorie I**

À compter de la date de la délibération actant la modification structurelle de l'office de tourisme, l'organe délibérant de l'EPCI dispose d'un délai de 4 mois pour déposer un dossier complet de maintien de classement auprès de la préfecture de département. Ce dossier est préparé par l'office de tourisme et approuvé par son organe de direction. Une fois le dossier déclaré complet, la préfecture dispose d'un délai de 2 mois pour l'instruire puis adresse<sup>5</sup> à l'organe délibérant et à l'office de tourisme concerné un récépissé de maintien de classement ou, à défaut, un refus de maintien de classement entraînant la caducité de celui-ci. Sans réponse de l'administration au terme du délai d'instruction, la demande de maintien de classement est réputée favorable.

#### **5. Quels critères pour les bureaux permanents ou non permanents chargés notamment de l'information touristique (article L. 133-3-1 du code de tourisme)?**

Dans le contexte de la réforme territoriale, les offices de tourisme en tant qu'entité juridique seront restructurés. Ces opérations donneront lieu à la création de plusieurs bureaux d'information. Pour chacun de ces lieux (office[s] de tourisme et bureau[x] d'information), les exigences attendues en termes d'accueil et d'accès à l'information devront être strictement identiques et devront respecter la catégorie visée. A votre demande, en tant que de besoin, une vérification des critères applicables sur un ou plusieurs de ces lieux peut être réalisée.

#### **6. Quels critères pour les bureaux d'information des stations classées?**

Quand ce type d'établissement se substitue à l'office de tourisme communal, les services qu'il offre, en termes d'accueil et d'accès à l'information, doivent strictement correspondre aux exigences de classement fixées par la catégorie I. Ainsi, lorsque l'office de tourisme de rattachement est en cours de classement en catégorie I ou lorsqu'il doit le renouveler, la nature des services proposés par le bureau d'information doit correspondre aux critères de la catégorie I et faire l'objet d'une instruction conformément au tableau annexé.

#### **7. Dispositions relatives à la marque QUALITE TOURISME™ des offices de tourisme**

L'attribution de la marque QUALITE TOURISME™ aux offices de tourisme satisfait le critère 2.2.1.4 du classement en catégorie I. Afin de faciliter le processus de regroupement des offices de tourisme et la mise en œuvre de la procédure simplifiée de maintien de classement des offices de tourisme de catégorie I décrite au point 4, il est décidé que le droit d'usage de la marque QUALITE TOURISME™, théoriquement acquis pour 3 ans sur la base d'un audit externe tierce partie serait prorogé pour les offices de tourisme titulaires du droit d'usage au 31 décembre 2016 jusqu'au 1<sup>er</sup> juillet 2018. Dès lors, deux cas de figures peuvent se présenter :

En cas de fusion/absorption de plusieurs offices de tourisme autour d'un office de tourisme, déjà porteur de la marque QUALITE TOURISME™, le nouvel office de tourisme conserve le droit d'usage de la marque QUALITE TOURISME™ jusqu'au 1<sup>er</sup> juillet 2018, ou jusqu'à échéance de la marque QUALITE TOURISME™ pour les offices de tourisme ayant obtenu la marque ou son renouvellement après le 1<sup>er</sup> juillet 2015.

En cas de création d'une nouvelle structure, regroupant d'anciens offices de tourisme porteurs de marque QUALITE TOURISME™ (présence au minimum d'un office de tourisme porteur de la marque), la marque QUALITE TOURISME™ est transférée à la nouvelle structure jusqu'au 1<sup>er</sup> juillet 2018, par dérogation à l'article 5.4 du Règlement d'usage de la marque QUALITE TOURISME™.

Dans les deux cas, seuls les bureaux d'accueil compris dans le périmètre d'audit initial peuvent afficher le panneau de la marque à l'extérieur de leurs locaux.

Fait le 1<sup>er</sup> février 2017.

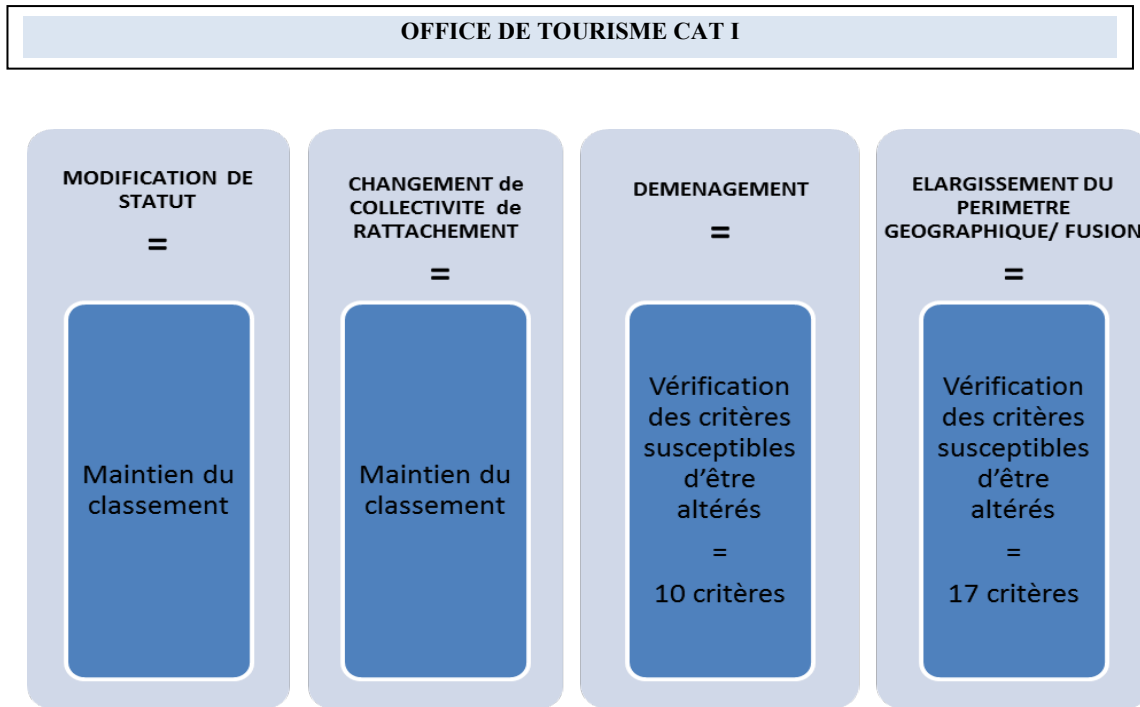
Pour le ministre et par délégation :  
*Le directeur général des entreprises,*  
P. FAURE

---

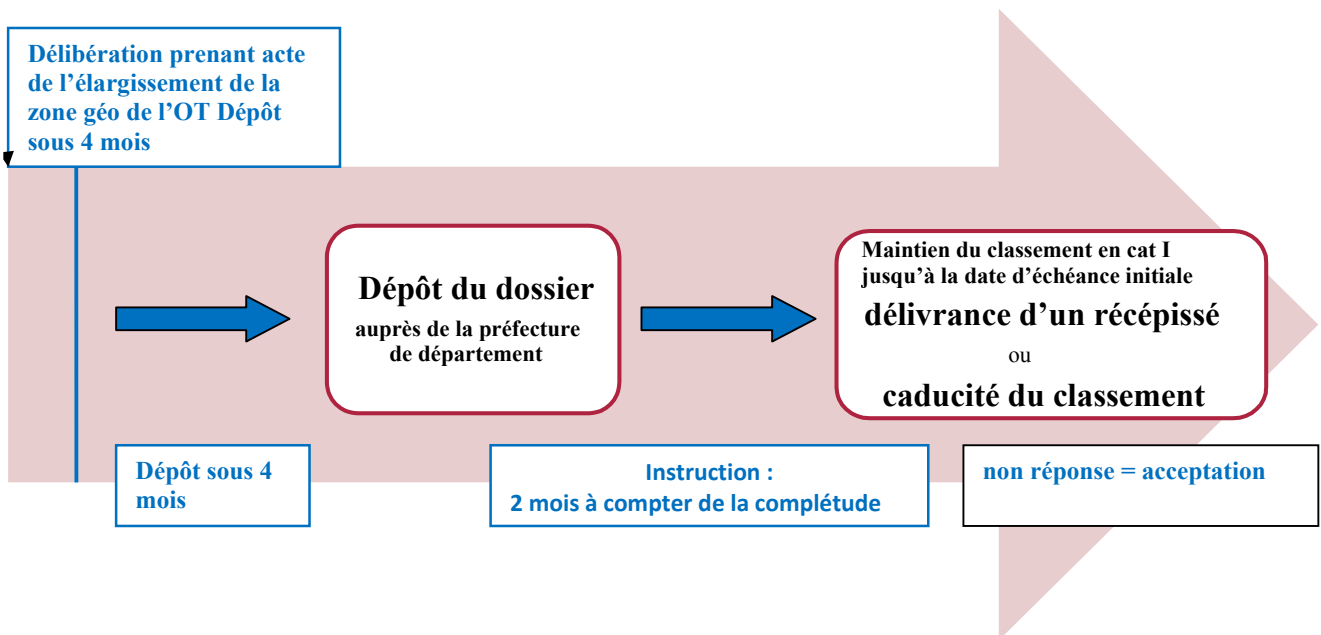
<sup>5</sup> Dans ce cas, un courriel envoyé avec accusé de réception suffit.

ANNEXES À LA CIRCULAIRE RELATIVE AUX EFFETS DE LA RÉFORME TERRITORIALE SUR LE CLASSEMENT DES OFFICES DE TOURISME DANS LE CONTEXTE DU TRANSFERT DE LA COMPÉTENCE EN MATIÈRE DE PROMOTION DU TOURISME, DONT LA CRÉATION D'OFFICES DE TOURISME

**Dispositif de maintien de classement des offices de tourisme de catégorie I selon la modification structurelle**



**Procédure de dépôt de dossier de maintien de classement d'un office de Tourisme de catégorie I**



PROCÉDURE SIMPLIFIÉE DE MAINTIEN DE CLASSEMENT  
CRITÈRES REQUIS EN CAS DE DÉMÉNAGEMENT

CRITÈRES	CAT I	CRITÈRES VALIDES
1.1.1.1. L'espace d'accueil de l'office de tourisme est facile d'accès. Il se situe à proximité immédiate des flux touristiques. Il est signalé par une enseigne visible depuis la voie publique.	x	
1.1.1.2. La signalisation directionnelle et d'indication est conforme aux normes en vigueur.	x	
1.1.1.3. L'office de tourisme adhère à une fédération nationale représentative des offices de tourisme signale son appartenance à ce réseau par tout moyen approprié.	x	
1.1.2.1. Les locaux ou les espaces d'accueil sont identifiables et directement accessibles à tout public et indépendants de toute activité non touristique.	x	
1.1.2.2. Il existe un espace dédié à l'accueil et à l'information. L'agencement des locaux facilite le déplacement des visiteurs et l'accès à l'information. Le mobilier permet de s'asseoir.	x	
1.1.2.3. L'office de tourisme doit afficher dans ses locaux et publier sur son site internet les engagements qui correspondent à sa catégorie de classement de manière visible pour la clientèle conformément aux dispositions de l'annexe II.	x	
1.1.2.4. L'information touristique est accessible gratuitement <i>via</i> un moyen d'accès internet à haut débit sans fil dans l'espace d'accueil de l'office de tourisme.	x	
1.1.3.2. Les périodes et horaires d'ouverture sont visibles à l'extérieur de l'espace d'accueil de l'office de tourisme, sont présentés dans les brochures à large diffusion, dans les messages des répondants ou standards téléphoniques ainsi que sur tout site internet dédié à l'office de tourisme, en au moins deux langues étrangères.	x	
1.2.1.3. Il existe un service trilingue permanent d'accueil pendant les horaires et périodes d'ouverture de l'espace d'accueil de l'office de tourisme. La fonction et les langues parlées du personnel d'accueil sont identifiées sur un badge.	x	
1.2.3.3. Les numéros de téléphone d'urgence sont affichés et visibles de l'extérieur de l'espace d'accueil de l'office de tourisme.	x	

PROCÉDURE SIMPLIFIÉE DE MAINTIEN DE CLASSEMENT  
CRITÈRES REQUIS EN CAS D'ÉLARGISSEMENT DU PÉRIMÈTRE D'INTERVENTION

CRITÈRES	CAT I	CRITÈRES VALIDES
1.1.1.2. La signalisation directionnelle et d'indication est conforme aux normes en vigueur.	x	
1.2.2.1. L'office de tourisme fournit des cartes touristiques ou des plans ainsi que des guides pratiques sur support papier.	x	
1.2.2.3. La documentation touristique sous format papier ou numérique est traduite en deux langues étrangères et mise à jour. Elle couvre la zone géographique d'intervention.	x	
1.2.2.6. Il existe un site internet trilingue avec un nom de domaine dédié à l'office de tourisme, mis à jour et adapté à la consultation <i>via</i> des supports embarqués.	x	
1.2.3.1. L'office de tourisme doit diffuser des informations à <i>minima</i> sur support papier sur sa zone géographique d'intervention relatives:	x	
1.2.3.5. L'office de tourisme offre la possibilité de consultation des disponibilités pour tous les modes d'hébergement classés et référencés par lui et les partenaires du dispositif de mise à jour des disponibilités sur sa zone géographique d'intervention en dehors des horaires et périodes d'ouverture.	x	
2.2.1.1. Les objectifs et les moyens consacrés aux missions de l'office de tourisme sont définis par une convention d'objectifs, de préférence pluriannuelle, passée avec la collectivité territoriale ayant institué l'office de tourisme. L'office de tourisme met en place des indicateurs de performance relatifs aux résultats atteints et aux moyens déployés qui font l'objet d'une revue annuelle.	x	
2.2.1.2. 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.	x	
2.3.1.1. L'office de tourisme est organisé pour rendre possible la production ou la vente de forfaits touristiques individuels ou de groupe.	x	
2.4.1.1. L'office de tourisme définit un plan d'action annuel de promotion et de communication: les objectifs sont déterminés, des indicateurs opérationnels sont établis et les actions sont évaluées.	x	
2.5.1.1. L'office de tourisme dispose d'un système de gestion de l'information organisé et informatisé permettant de référencer, de qualifier, de mettre à jour et de diffuser une information maîtrisée et validée sur l'offre touristique locale.	x	
2.5.1.2. L'office de tourisme développe une démarche de qualification de l'offre par thématique affinitaire, par centre d'intérêt ou par concept, ou par période, ou par prix, ou par localisation ou par type d'hébergement ou par cible.	x	
2.6.1.1. L'office de tourisme met en place des actions d'animation du réseau des acteurs touristiques locaux, notamment la tenue de réunions de restitution avec les socio-professionnels.	x	
2.6.1.2. L'office de tourisme tient à jour un tableau de bord de l'offre touristique de sa zone géographique d'intervention.	x	
2.6.1.3. 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 ou des sites internet et la fréquentation des hébergements touristiques marchands classés de sa zone géographique d'intervention.	x	
2.6.1.4. L'office de tourisme gère et met à disposition des données économiques et marketing sur l'activité touristique développée dans sa zone géographique d'intervention.	x	
2.7.1.1. L'office de tourisme réalise des actions internes basées sur les principes du développement durable.	x	

CRITÈRES REQUIS POUR LES BUREAUX D'INFORMATION

CRITÈRES (à l'exception de ceux situés dans des stations classées de tourisme lorsqu'ils se substituent à l'office de tourisme)	CAT III	CAT II	CAT I	CRITÈRES valides
1.1.1.1. L'espace d'accueil de l'office de tourisme est facile d'accès. Il se situe à proximité immédiate des flux touristiques. Il est signalé par une enseigne visible depuis la voie publique.	x	x	x	
1.1.1.2. La signalisation directionnelle et d'indication est conforme aux normes en vigueur.	x	x	x	
1.1.1.3. L'office de tourisme adhère à une fédération nationale représentative des offices de tourisme signale son appartenance à ce réseau par tout moyen approprié.	x	x	x	
1.1.2.1. Les locaux ou les espaces d'accueil sont identifiables et directement accessibles à tout public et indépendants de toute activité non touristique.	x	x	x	
1.1.2.2. Il existe un espace dédié à l'accueil et à l'information. L'agencement des locaux facilite le déplacement des visiteurs et l'accès à l'information. Le mobilier permet de s'asseoir.	x	x	x	
1.1.2.3. L'office de tourisme doit afficher dans ses locaux et publier sur son site internet les engagements qui correspondent à sa catégorie de classement de manière visible pour la clientèle conformément aux dispositions de l'annexe II.	x	x	x	
1.1.2.4. L'information touristique est accessible gratuitement <i>via</i> un moyen d'accès internet à haut débit sans fil dans l'espace d'accueil de l'office de tourisme.		x	x	
1.1.3.1. Les périodes et horaires d'ouverture sont visibles à l'extérieur de l'espace d'accueil de l'office de tourisme, sont présentés dans les brochures à large diffusion, dans les messages des répondeurs ou standards téléphoniques ainsi que sur tout site internet dédié à l'office de tourisme, en au moins une langue étrangère.	x			
1.1.3.2. Les périodes et horaires d'ouverture sont visibles à l'extérieur de l'espace d'accueil de l'office de tourisme, sont présentés dans les brochures à large diffusion, dans les messages des répondeurs ou standards téléphoniques ainsi que sur tout site internet dédié à l'office de tourisme, en au moins deux langues étrangères.		x	x	
1.2.1.2. Il existe un service bilingue permanent d'accueil pendant les horaires et périodes d'ouverture de l'espace d'accueil de l'office de tourisme. La fonction et les langues parlées du personnel d'accueil sont identifiées sur un badge.	x			
1.2.1.3. Il existe un service trilingue permanent d'accueil pendant les horaires et périodes d'ouverture de l'espace d'accueil de l'office de tourisme. La fonction et les langues parlées du personnel d'accueil sont identifiées sur un badge.		x	x	
1.2.3.3. Les numéros de téléphone d'urgence sont affichés et visibles de l'extérieur de l'espace d'accueil de l'office de tourisme.	x	x	x	



CRITÈRES REQUIS VISANT LE BUREAU D'INFORMATION DE STATION CLASSÉE DE TOURISME SE SUBSTITUANT A L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAL

LES CRITÈRES* *Applicable aux bureaux d'information, ne pas tenir compte du vocable « office de tourisme ».	CAT I	CRITÈRES VALIDES
1.1.1.1. L'espace d'accueil de l'office de tourisme est facile d'accès. Il se situe à proximité immédiate des flux touristiques. Il est signalé par une enseigne visible depuis la voie publique.	x	
1.1.1.2. La signalisation directionnelle et d'indication est conforme aux normes en vigueur.	x	
1.1.1.3. L'office de tourisme adhère à une fédération nationale représentative des offices de tourisme signale son appartenance à ce réseau par tout moyen approprié.	x	
1.1.2.1. Les locaux ou les espaces d'accueil sont identifiables et directement accessibles à tout public et indépendants de toute activité non touristique.	x	
1.1.2.2. Il existe un espace dédié à l'accueil et à l'information. L'agencement des locaux facilite le déplacement des visiteurs et l'accès à l'information. Le mobilier permet de s'asseoir.	x	
1.1.2.3. L'office de tourisme doit afficher dans ses locaux et publier sur son site internet les engagements qui correspondent à sa catégorie de classement de manière visible pour la clientèle conformément aux dispositions de l'annexe II.	x	
1.1.2.4. L'information touristique est accessible gratuitement <i>via</i> un moyen d'accès internet à haut débit sans fil dans l'espace d'accueil de l'office de tourisme.	x	
1.1.3.2. Les périodes et horaires d'ouverture sont visibles à l'extérieur de l'espace d'accueil de l'office de tourisme, sont présentés dans les brochures à large diffusion, dans les messages des répondants ou standards téléphoniques ainsi que sur tout site internet dédié à l'office de tourisme, en au moins deux langues étrangères.	x	
1.1.3.5. Pour les communes dont la population municipale est supérieure ou égale à 5000 habitants, l'office de tourisme doit s'engager à ouvrir son espace d'accueil au moins trois cent cinq jours par an, dont le samedi et le dimanche obligatoirement, en période de fréquentation touristique. Il est également ouvert en sus lors des manifestations événementielles sur sa zone géographique d'intervention.	x	
1.1.3.6 Pour les communes dont la population municipale est inférieure à 5000 habitants, l'office de tourisme doit s'engager à ouvrir son espace d'accueil au moins deux cent quarante jours par an, dont le samedi et le dimanche obligatoirement, en période de fréquentation touristique. Il est également ouvert en sus lors des manifestations événementielles sur sa zone géographique d'intervention	x	
1.2.1.3. Il existe un service trilingue permanent d'accueil pendant les horaires et périodes d'ouverture de l'espace d'accueil de l'office de tourisme. La fonction et les langues parlées du personnel d'accueil sont identifiées sur un badge.	x	
1.2.3.1. L'office de tourisme doit diffuser des informations à <i>minima</i> sur support papier sur sa zone géographique d'intervention relatives :	x	
– à tous les hébergements touristiques classés comportant au moins le nom de l'établissement, les coordonnées postales, le courriel, l'adresse du site internet, les coordonnées téléphoniques, le nombre d'étoiles;		
– aux monuments et sites touristiques culturels, naturels ou de loisirs pouvant comporter l'indication des tarifs d'usage, des périodes et horaires d'ouverture au public, du site internet et des coordonnées téléphoniques et postales;		
– aux événements et animations;		
– aux numéros de téléphone d'urgence.		
1.2.3.3. Les numéros de téléphone d'urgence sont affichés et visibles de l'extérieur de l'espace d'accueil de l'office de tourisme.	x	
2.5.1.1. L'office de tourisme dispose d'un système de gestion de l'information organisé et informatisé permettant de référencer, de qualifier, de mettre à jour et de diffuser une information maîtrisée et validée sur l'offre touristique locale. Le bureau doit avoir accès à l'outil.	x	