



Offices de
Tourisme
de France

Union Départementale
de Saône-et-Loire



Bulletin d'information n° 54

Avril 2017

Édito

2017 est comme prévu une année de transition. Suite aux regroupements intercommunaux voulus par la loi NOTRe, les offices de tourisme ont eux aussi commencé pour la plupart et terminé pour quelques-uns leur fusion. L'UDOTSI accompagne, à leur demande, un certain nombre d'entre eux. Pour ma part je participe à la majorité des assemblées générales et peux ainsi répondre aux questions des adhérents et des élus. Nous poursuivrons cette mission au cours de cette année.

2017 c'est aussi un partenariat renforcé avec l'ADT 71. Notre agent de développement sera au côté de Laetitia Girardon pour Aventures Mômes et de Nathalie Bonnetain pour Tourisme et Handicap ; 20 jours sont prévus pour l'année en cours. L'ADT prendra en charge les heures de travail ainsi que les frais de déplacement. Nous avons veillé à ce que les 25 heures hebdomadaires effectuées par Corinne soient préservées ; seuls quelques changements des jours de permanence pourront avoir lieu. C'est un renforcement du rôle de l'UDOTSI et une valorisation des compétences de notre agent de développement.

2017 c'est la naissance de la MASCOT qui remplace notre FROTSI Bourgogne. L'UDOTSI à travers son CA a proposé de nombreux amendements au projet de statuts et a obtenu satisfaction. Nous aurons deux sièges au bureau : Nathalie CADET, vice-présidente et moi-même assesseur. La Côte d'Or y détient trois sièges alors que la Nièvre n'en a aucun !!! C'est une réelle déception.

2017 c'est un changement inattendu à Offices de Tourisme de France avec la démission de mon ami Jean Burtin, président, le départ de Danièle Bonnet et Romain Le Pemp. Une bonne nouvelle néanmoins : la nomination de Christophe Marchais, que je connais bien, comme directeur.

2017 enfin c'est, comme je l'espère pour notre UDOTSI, l'année qui permettra de préparer les nouveaux statuts pour 2018 après la fin des restructurations de nos territoires. Quant à moi, je pourrai alors faire valoir mes droits... à la retraite !

Bonne saison estivale à tous !

Très cordialement,

Jacques MATTEO
Président UDOTSI 71

CONTACT : UDOTSI 71 - Palais de Justice - 71700 TOURNUS Tel : 09.67.13.96.06 Fax : 03.85.51.96.06

Mail : udotsi.71@wanadoo.fr Site internet : www.udotsi71.org

Permanences : Mardi, mercredi et jeudi : 8h30-12h00 / 13h15-18h00

Tourisme Collaboratif, la nouvelle donne

Le tourisme connaît de fortes ruptures ces derniers temps avec la généralisation du mode collaboratif. L'engouement pour cette nouvelle formule a conduit les pouvoirs publics à se saisir de la question afin de réguler le secteur.

En quelques mots...

Définition

L'économie collaborative est constituée de « réseaux d'individus et de communautés connectées, par opposition à des institutions centralisées, et qui transforment la manière dont nous produisons, consommons, finançons et apprenons ».

L'enjeu

Désormais, le consommateur n'est plus seulement en position de demandeur, mais peut aussi parfois se retrouver en « offreur » de produits ou de services.

L'outil

Le développement du secteur collaboratif doit beaucoup aux plateformes Internet qui assurent la mise en relation des utilisateurs.

La crise économique mondiale, avec ses violents et multiples effets sur l'emploi, le pouvoir d'achat, etc., a participé à une réflexion accrue des citoyens sur les modes de production, de consommation, de financement. Si certains mouvements de pensée s'interrogeaient depuis longtemps sur notre mode de vie dans les pays industrialisés, cette interrogation a pris de l'ampleur depuis ces dernières années. L'idée générale est de s'orienter vers un modèle de société plus responsable, nos sociétés étant fortement animées par une recherche sans fin du consommer plus, du paraître, de l'existence sociale par la propriété. L'éthique environnementale et le développement du lien social s'inscrivent dans cette logique d'économie collaborative.

Les NTIC ont donné les moyens aux consommateurs de mieux s'informer, le consommateur devenant ainsi davantage un acteur plutôt qu'un élément passif ne pouvant s'exprimer et participer à l'élaboration des offres de produits ou de services.

L'économie collaborative est une économie à part entière, appelée à un développement important, que l'on retrouve, sous différentes formes, dans le domaine du tourisme.

LA PLACE DU TOURISME DANS L'ECONOMIE COLLABORATIVE

Le tourisme collaboratif va s'exprimer principalement dans les secteurs :

- **De l'hébergement** (échanges ou locations de meublés par des particuliers ; « couch-surfing » ou échanges de chambres entre particuliers)
- **Du transport** (covoiturage, service de VTC, location de véhicules entre particuliers : voitures, camping-cars, etc)
- **De la plaisance** (locations de bateaux entre particuliers)
- **De la location de places de stationnement...**

On peut imaginer le recours à l'économie collaborative pour d'autres aspects du tourisme, notamment en ce qui concerne la vente de produits locaux, l'organisation de séminaires, de visites guidées organisées par des particuliers, etc. Le champ d'intervention de l'économie collaborative dans le tourisme peut être très vaste.



Globalement, si la motivation première des individus du recours à l'économie collaborative est plutôt financière, il semblerait que la dimension écologique soit de plus en plus intégrée dans le comportement des consommateurs. Economie de l'usage, plus que la propriété, l'économie collaborative permet d'optimiser l'usage des produits et des services, limitant ainsi l'impact environnemental. Dans le domaine du tourisme, le logement, les transports seront ainsi utilisés au mieux de leurs capacités, alors même que ces secteurs touchent fortement l'environnement.

ZOOM SUR LES HERBERGEMENTS TOURISTIQUES COLLABORATIFS



Les pratiques collaboratives contemporaines en matière d'hébergement touristique peuvent être regroupées en deux catégories distinctes : celles qui sont purement désintéressées et celles marchandes.

- **L'hébergement collaboratif désintéressé**

Ce qui caractérise cette pratique, c'est la gratuité ou le modicité du coût de la nuitée. Il faut alors distinguer deux sous-catégories.

La première pratique tient dans la mise à disposition d'un local ou d'un espace déterminé dans un immeuble sans aucune contrepartie. Il s'agit de la mise à disposition où il est convenu que l'emprunteur n'a même pas à assumer les frais de consommation des fluides et d'entretien courant : mise à disposition d'une résidence secondaire ou d'une parcelle de terrain pour du camping. Le plus souvent cette pratique était réservée au cercle familial et amical.

Cette pratique s'est modernisée ces dernières années et s'est développée sur l'influence des sites Internet de mise en relation (couch-surfing). Il s'agit de proposer à titre gratuit pour une durée de séjour déterminé à l'avance, l'usage d'un couchage ou d'une chambre à des tiers. Le bénéfice retiré par les hébergeurs tient uniquement dans le plaisir de nouer connaissance avec des touristes.

La seconde pratique est toujours entendue à titre gratuit mais sur le modèle juridique de l'échange. Les biens échangés n'ont pas besoin d'être comparables en termes d'emplacement, de surface ou de prestations, le tout étant que les parties tombent d'accord sur la durée et les modalités de restitution. Ici encore, le numérique a facilité l'intermédiation et le développement de cette formule. D'autres habitats participatifs se sont écartés de l'idée d'entraide pour adopter une vision plus lucrative de ces hébergements.

- **L'hébergement collaboratif lucratif**

Parce que la rémunération peut prendre diverses formes, deux sous-catégories peuvent être distinguées : les hébergements collaboratifs rémunérés en numéraire et les hébergements collaboratifs offerts contre une prestation en nature.

Les premiers ont tout d'abord pris la forme du prêt à usage, cette fois-ci dans le versement d'une somme d'argent. Généralement en liquide et non déclaré, le montant est le plus souvent modique et ne reflète pas la réalité du coût du séjour s'il avait dû être réellement loué.

Même développé via des sites et des plateformes marchandes, l'hébergement collaboratif contemporain conserve cet objectif de moindre coût pour le consommateur par comparaison avec les hébergements professionnels marchands. Et même s'ils ont un coût équivalent, les consommateurs les plébiscitent parce qu'ils estiment séjourner dans du sur-mesure : locations saisonnières de meublés touristiques, de chambres d'hôtes et de gîtes ruraux proposés ou non sur Internet en individuel ou sur des plateformes dédiées type Airbnb.

La seconde catégorie oblige l'utilisateur à rémunérer l'hébergeur mais sans qu'il y ait un rapport d'argent. La contrepartie est alors stipulée en nature sans qu'il y ait une correspondance absolue entre la durée ou la qualité de l'hébergement offert et la prestation accomplie par l'hébergé. Longtemps pratiqué dans le monde paysan en faveur des itinérants, elle devient touristique dans les années 60 avec l'accueil à la ferme qui consiste à faire accomplir aux invités consentants des tâches agricoles. En contrepartie, l'hébergement et les repas sont gratuits ou moins chers qu'à l'occasion d'un séjour classique.



Cadre réglementaire

L'économie collaborative pose de nombreuses questions sur le cadre juridique qui en découle.

Cette économie doit être régulée, notamment l'hébergement collaboratif, afin de limiter la concurrence directe et donc néfaste entre les hébergeurs collaboratifs et les professionnels marchands.

L'UDOTSI 71 tient à votre disposition un dossier issu de « Juristourisme » pour plus de précisions à ce sujet. N'hésitez pas à nous le demander.

Seniors : repenser l'offre touristique

Une clientèle à ne pas négliger

Les seniors français sont un secteur touristique porteur de croissance, affirme *Le 4 Pages* de la Direction générale des entreprises (n° 51, février 2016). En 2014, près d'un tiers des nuitées des touristes français ont été réalisées par des personnes de 62 ans ou plus. Le tourisme des seniors a fortement progressé ces dernières années sous l'effet du vieillissement de la population et d'un taux de départ élevé jusqu'à plus de 80 ans.

88 % des déplacements touristiques des seniors sont réalisés en France. Par rapport aux publics actifs, ils voyagent plus souvent seuls ou en couple, pour des séjours plus longs et avec forfait, notamment tout compris. Souvent propriétaires d'une résidence secondaire, ils fréquentent moins les hébergements marchands que les plus jeunes. **Ils passent 26,4 % de leurs nuitées touristiques dans leurs résidences secondaires.**

Les seniors partent plus en mai et juin et beaucoup plus en septembre, mais également en octobre. Ils dépensent en moyenne 406 € par personne pour un voyage de 7 à 8 jours. Ils privilégient un peu plus les activités culturelles, le bricolage et le jardinage.

Le tourisme des seniors devrait se développer avec l'arrivée des générations nées après la guerre. Dans l'hypothèse de poursuite des tendances démographiques en termes d'espérance de vie ou de scénario migratoire, la population des 62-71 ans devrait augmenter de près de 10 % entre 2015 et 2025, et la population des 72-81 ans de plus de 40 %.

En 2014, les seniors ont réalisé 22,2 milliards d'euros de dépenses touristiques pour leurs voyages en France.

Des suggestions...



Le rapport de Christophe Bouillon, député de Seine-Maritime, intitulé **17 mesures qui visent à dynamiser le tourisme des seniors en France** confirme qu'en matière d'accueil des seniors, des études récentes montrent que la France est moins bien organisée que d'autres pays européens, alors même que les 65 ans et plus représentent 18,5 % de la population totale de l'Union européenne. Cette tendance est durable puisqu'un tiers de la population européenne aura plus de 60 ans en 2050.

Ce rapport recommande en priorité aux professionnels du tourisme de prendre en compte ce segment dans leur stratégie. Ce qui nécessite d'améliorer l'accueil, de structurer une offre adaptée (notamment en matière de transports), de soutenir l'investissement en matière d'hébergements et de veiller à la promotion de cette offre peu visible.

- **Faciliter l'accès à l'offre**

Le rapport suggère la création d'un Silver Pass par la SNCF afin de permettre aux seniors étrangers *repeaters* de la destination France de bénéficier de tarifs avantageux en hors saison, à condition de passer un moins une nuit en France. Il serait souhaitable d'améliorer la fluidité de la circulation des autocars aux abords des lieux touristiques à Paris et dans les capitales régionales.

Le rapport propose d'enrichir les critères de la marque Qualité Tourisme™ susceptibles d'optimiser l'accueil d'une clientèle senior ou de familles incluant des seniors.

Il envisage d'exploiter le potentiel du thermalisme auprès des touristes étrangers, notamment en créant une commission « séjours santé et bien-être » au sein du Cluster bien-être d'Atout France.



Il suggère de créer des contenus en ligne dédiés aux clientèles seniors et d'encourager la création d'applications de e-commerce destinées aux grands seniors.

- **Développer la formation**

Mais également de créer un guide des bonnes pratiques pour la structuration et la promotion des offres touristiques consacrées aux seniors, et un MOOC (formation en ligne ouverte à tous) pour les professionnels du secteurs afin de mieux répondre aux demandes spécifiques de ces clients (avec un focus sur le tourisme de mémoire, le tourisme de bien-être, le tourisme culturel et spirituel).

Sans oublier d'intégrer des modules sur la clientèle senior dans les formations aux métiers du tourisme.

Le rapport suggère enfin de mettre en place un système d'aide au départ en vacances se rapprochant du système Imsero développé en Espagne, qui serait complémentaire aux actions menées par l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV).



DESTINATION GROUPES

Destination groupes : un réseau pionnier

Tourisme & Territoires anime le Club Destination Groupes, créé en 1996, qui mutualise les compétences de 41 départements pour la promotion et la commercialisation d'offres groupes. Les 41 ADRT adhèrent à une charte quali-

té groupes garantissant la compétence de professionnels de terrain spécialistes de leur département, un interlocuteur unique assurant la réservation, l'organisation et la facturation, une réponse sous 48 heures, des propositions de programmes à la carte (journée, week-end, plusieurs jours) et la gratuité des frais de dossiers.

La clientèle de Destination Groupes est française à 96 %. Les groupes comptent en moyenne 35 participants. Les personnes du 3e âge et les grands seniors (autocaristes, clubs du 3e âge, caisse de retraite, mairie) sont des consommateurs de voyages en autocar, soucieux du confort et d'un voyage sans surprise. Pour cette clientèle qui a besoin d'être rassurée, la notion de service est essentielle. Il faut donc proposer un interlocuteur unique, avoir une bonne compréhension de la demande, une qualité d'écoute ainsi qu'un encadrement durant toute la prestation.

Les jeunes seniors (50 - 64 ans sont également la cible de Destination Groupes qui propose à ces clientèles des offres mini-groupes d'une journée ou de court séjour, avec découvertes insolites et tourisme actif (activités sportives, découverte culinaire ou viticole, bien-être, visites patrimoniales et culturelles, promenades...)

- **La recherche d'inédit**

La clientèle de « jeunes seniors » veut se démarquer. Il faut lui proposer une image dynamique et séduisante au travers d'un tourisme expérientiel. Ce public curieux recherche l'événementiel, l'authenticité, la découverte immersive, sensorielle, intelligente.

Il apprécie de découvrir un produit du terroir à travers son histoire, sa fabrication, ses réseaux de distribution. Il privilégie le loisir et la découverte à la restauration et souhaite apprendre au cours d'un voyage intelligent et identitaire. Il recherche l'initiation, l'expérimentation et la transmission intergénérationnelle.

D'où le succès des formules « ateliers » ou des visites d'entreprises. Le jeune senior veut être impliqué dans la conception et la programmation de son séjour. Il est important de se montrer imaginatif pour convaincre cette clientèle beaucoup plus avisée que les anciens et, en même temps, en pleine mutation.

Il faut donc s'appuyer sur les incontournables de notre offre en y ajoutant des éléments différenciateurs et de l'insolite afin qu'elle soit personnalisée, plus active et porteuse de sens.

Repères...

- ⇒ 55-64 ans (13 % de la population française) : 39 % d'actifs et 47 % de retraités
- ⇒ 65-75 ans (10 % de la population française) : 85 % d'inactifs et 64 % de retraités
- ⇒ 82 % des 65-75 ans se sentent plus jeunes que leur âge, avec en moyenne un écart de 10 ans de moins entre âge ressenti et âge réel
- ⇒ Les 55-75 ans sont une population connectée et multi-écrans

Source : enquête Ipsos du 3 au 9/08/2016

Retour sur les assises régionales du tourisme

Plus de 450 personnes ont assisté aux tables rondes et aux échanges lors des Assises régionales du tourisme qui se sont tenues le 9 février à Dole. Elles faisaient suite à l'atelier régional du 29 juin 2016 et aux ateliers de travail dans les 8 départements.

La région Bourgogne-Franche-Comté a choisi, sous l'impulsion de Patrick Ayache, vice-président de la Région chargé notamment du tourisme, de mener un travail de concertation de grande envergure pour construire la stratégie régionale. **Cette coopération va permettre d'élaborer le Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs (SRDTL) pour la période 2017-2022 dont l'un des défis à relever est de devenir la 1ère destination touristique d'oénotourisme en France.**

Afin de pouvoir attirer 250 000 touristes supplémentaires, la Région va investir pour créer ou moderniser les équipements et les infrastructures et renforcer la professionnalisation des acteurs par la formation. Patrick Ayache a évoqué la mise en œuvre de nouveaux projets comme des parcours d'oénotourisme. Il s'agit d'allier la gastronomie locale, les vins régionaux, mais aussi de transporter les touristes sur les canaux, fleuves et rivières. **Autre ambition** : faire de la Bourgogne-Franche-Comté une grande région d'écotourisme et d'itinérance autour du chemin de Saint-Jacques de Compostelle, de la grande traversée du Jura, des chemins de la contrebande franco-suisse ou encore du GR 5.



Au centre : Marie-Guite Dufay, présidente de la région
A droite : Patrick Ayache, vice-président en charge du tourisme

Actualité des Gîtes de France



Au cours de l'assemblée générale de la Fédération nationale des Gîtes de France qui s'est tenue en février à Paris, **Dominique Pommat, président des Gîtes de France de Savoie, a été élu à la tête de la Fédération** pour une durée de 3 ans, succédant ainsi à Yannick Fassaert, en place depuis 10 ans.

Leader du tourisme chez l'habitant dans l'Hexagone et en Europe depuis plus de 60 ans, avec 60 000 hébergements et 47 000 adhérents propriétaires, **Gîtes de France est entré en 2016 dans le top 5 des marques les plus recommandées par les Français** et a gravi la 2e marche du podium des marques de vacances les plus plébiscitées par les Français. Ce qui se répercute sur les résultats avec en 2016 une hausse de 6,96 % du volume d'affaires et une progression de 3,6 % des nuitées vendues.

Tourisme International - EN BREF...

La demande de tourisme international est restée forte en 2016 malgré les difficultés. Selon le dernier Baromètre OMT du tourisme mondial, les arrivées de touristes internationaux ont augmenté de 3,9 % pour atteindre un total de 1 milliard 235 millions. En 2016, le nombre de touristes (visiteurs qui passent la nuit) ayant réalisé un voyage international a progressé de quelque 46 millions par rapport à 2015.

Avec 24 millions d'arrivées de touristes internationaux de plus en 2016, soit au total 303 millions, l'Asie et le Pacifique (+ 8 %) ont pris la tête de l'accroissement des arrivées de touristes internationaux en 2016.

En Europe, les résultats ont été plutôt contrastés. Diverses destinations ont été affectées par des problèmes de protection et de sécurité des touristes. Les arrivées internationales se sont montées à 620 millions en 2016, soit 12 millions (+ 2 %) de plus qu'en 2015.

Cadre de la loi NOTRe

La loi NOTRe du 7 août 2015 a rationalisé l'exercice des compétences en matière de tourisme en introduisant respectivement aux articles L. 5214-16 et L. 5216-5 du code général des collectivités territoriales la « promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme » parmi les compétences obligatoires des communautés de communes et des communautés d'agglomération, au plus tard le 1er janvier 2017.



Pour autant, ces évolutions n'épuisent pas le contenu de la compétence tourisme, qui reste exercée au niveau communal. Ainsi, le transfert de la compétence « promotion du tourisme » n'emporte pas celui de la gestion des équipements touristiques, tels que les terrains de campings communaux. Toutefois, il est possible que ce transfert s'opère sur le fondement de la loi NOTRe qui prévoit le transfert, à compter de la même date, aux mêmes établissements publics de coopération intercommunale, des compétences attachées à la création, l'aménagement, l'entretien et la gestion des zones d'activités touristiques.

Dématérialisation des paies, MODE D'EMPLOI

Depuis le 1er janvier dernier, lorsque l'employeur décide de procéder à la remise du bulletin de paie sous forme électronique, il doit informer le salarié par tout moyen « conférant date certaine », un mois avant la première émission du bulletin ou au moment de l'embauche, de son droit de s'opposer à l'émission de son bulletin sous cette forme.



Le salarié peut notifier son opposition à l'employeur par tout moyen lui conférant une date certaine, préalablement ou postérieurement à la première émission du bulletin sous forme électronique. La demande du salarié prend effet « dans les meilleurs délais et au plus tard trois mois suivant la notification ».

Enfin, les conditions dans lesquelles l'employeur garantit la disponibilité pour le salarié du bulletin de paie émis sous forme électronique et son accessibilité dans le code du compte personnel d'activité sont précisées.

Décret n° 2016-1762 du 16 déc. 2016, JO du 18



Demande de subvention pour les associations

Un décret fixe les caractéristiques du formulaire unique de demande, par les associations, de subventions auprès des administrations, dont les collectivités territoriales et les organismes chargés de la gestion d'un service public industriel et commercial.

Ces caractéristiques communes et minimales sont définies en référence au principe « Dites-le nous une fois » inscrit à l'article L. 113-13 du code des relations entre le public et l'administration, et en lien avec la dématérialisation de la démarche en ligne « e-subvention » disponible sur l'espace « Votre compte associations » de *service-public.fr*.

Le décret prévoit les éléments que comporte le formulaire unique, l'attestation sur l'honneur du représentant légal de l'association et les documents à joindre. Les informations relatives à l'application du régime des aides d'Etat sont rendues nécessaires en vertu du Règlement 360/2012 du 25 avril 2012 relatif à l'application des articles 107 et 108 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne aux aides de minima accordées à des entreprises fournissant des services d'intérêt économique général.

Décret n° 2016-1971 du 28/12/2016 précisant les caractéristiques du formulaire unique de demande de subvention des associations. JO du 30/12/16

CONTACT : UDOTSI 71 - Palais de Justice - 71700 TOURNUS Tel : 09.67.13.96.06 Fax : 03.85.51.96.06

Mail : udotsi.71@wanadoo.fr Site internet : www.udotsi71.org

Permanences : Mardi, mercredi et jeudi : 8h30-12h00 / 13h15-18h00