



## Séjours à thème / Produits touristiques

Proposer des produits packagés (journées ou séjours) peut permettre à un professionnel du tourisme de dynamiser son approche commerciale et de valoriser son établissement de façon ciblée.

### CONTEXTE

**La Drôme est une destination de courts séjours, tout particulièrement en matière de tourisme de proximité.**

Des clientèles françaises en majorité de proximité, arrivant du Sud-Est avec 13% des nuitées du département du Rhône devant les Bouches-du-Rhône (6%), Paris (5%), le Nord (4%), la Haute-Savoie (3%), l'Ardèche (3%) et les Hauts-de-Seine (3%).

Le top des 3 des régions émettrices de touristes varie selon les saisons.

La région Rhône-Alpes est en 1ère place au printemps, à l'automne et en hiver (représentant respectivement 27%, 27% et 29% des nuitées françaises).

La saisonnalité varie en effet selon l'origine des clientèles.

Pour la clientèle rhônalpine, la fréquentation touristique est en effet plus marquée en avril et lors des ponts. La clientèle de PACA, quant à elle, présente une fréquentation plus régulière sur l'année, avec une bonne présence sur les ailes de saison, ainsi que pendant les vacances de Noël.

66% des séjours réalisés par les rhônalpins dans la Drôme (2 millions de nuitées touristiques au total, soit 25% des nuitées touristiques françaises du département) sont des séjours d'1 nuit (contre 62% pour la moyenne des clientèles françaises).

On estime que les séjours des rhônalpins dans la Drôme sont en moyenne de 1,8 nuit contre 2,0 nuitées pour la moyenne des touristes français.

Une tendance remarquée également pour la clientèle provenant de la région PACA mais dans une moindre mesure (63% des séjours réalisés sont des séjours d'1 nuit et la durée moyenne de séjour pour cette clientèle est de 1,9 nuit).

*Source et informations détaillées : Rapport Flux Vision Tourisme - ADT26 - Données 2018*

**Partir en court séjour est une tendance nationale importante.** Une étude de KANTAR TNS (mars 2018) sur « les français et les courts séjours à la campagne » révèle que :

- 3 Français sur 10 sont partis en court séjour à la campagne lors des 12 derniers mois.
- Les Français effectuant des courts séjours à la campagne le font en moyenne 2 fois par an – une fréquence plus forte chez les Franciliens\*.
- Le court séjour à la campagne se vit à plusieurs, bien souvent dans un cadre familial. Le séjour entre amis séduit plus fortement les Franciliens.
- C'est avant tout hors des périodes de vacances que l'on part en court séjour à la campagne. Le printemps séduit pour un court séjour à la campagne, devant l'autre saison tempérée, l'automne.
- Le triptyque repos, partage et dépaysement est à la base des motivations pour partir en court séjour à la campagne.

Par ailleurs, **le nouveau touriste veut vivre des expériences.** Il est à la recherche de « sens » qui s'exprime en particulier à travers la dimension identitaire et patrimoniale des territoires.

**Voir notre dossier « Le tourisme expérientiel » :**

<http://www.ladrometourisme.com/fr/espace-pro/professionnels-et-porteurs-de-projet/documentation-thematique-et-veille/>

### QU'EST-CE QU'UN PRODUIT / FORFAIT TOURISTIQUE ?

D'un point de vue commercial et marketing, « un forfait touristique est un ensemble de prestations, incluant généralement une nuitée, dont le prix englobe tous les services. C'est un **produit spécialement conçu pour les besoins d'une clientèle spécifique, simplifiant le processus d'achat pour celle-ci.** »

*Source : Réseau Veille Tourisme « 5 étapes pour créer un forfait touristique » Août 2017.*

## La Drôme Tourisme - Pro

### Accompagnement et conseils en matière de commercialisation pour :

- « Monter » / créer des produits
- Comprendre la réglementation
  - Identifier les éventuelles démarches réglementaires à entreprendre
  - Rédiger et illustrer vos offres
- Faire connaître vos offres auprès des clientèles visées
  - Identifier les possibilités de distribution / commercialisation

### Contact :

**Bénédicte SEGURET**

Chargée de mission  
Accompagnement à la  
commercialisation

04 75 82 19 20

[bseguret@ladrometourisme.com](mailto:bseguret@ladrometourisme.com)

[pro.ladrometourisme.com](http://pro.ladrometourisme.com)

**Note d'information et de  
vulgarisation réalisée par  
l'Agence de  
Développement  
Touristique**

Été 2019

*Les informations contenues dans ce document ne se substituent pas aux textes et à la documentation officielle en vigueur.*



« Les hôteliers et autres hébergeurs qui sortent de leur rôle de simples « logeurs de touristes », en proposant des packages pour des courts séjours, ont tout compris. » « **Innover passe aussi par la création d'offres hors hébergement** ».

« Proposer des séjours clés en main est **rassurant pour les clients**, y compris pour ceux qui n'opteront pas pour un forfait, mais seront intéressés de voir que l'hôtel et son environnement offrent de nombreuses possibilités d'activités. »

« Proposer des forfaits adaptés aux tendances du moment et les renouveler régulièrement pourra permettre d'**inciter la clientèle à revenir passer d'autres séjours**. »

*Source : Le livret des forfaits à thème par Coach Omnium, destiné aux hôteliers et hébergeurs touristiques, 2017*

Il y a 2 façons de concevoir un week-end ou séjour à thème - Vous pouvez :

- **valoriser ce qui, à partir de l'activité propre à votre établissement, peut être considéré comme un plus par rapport à un « hébergement sec ».**

Par exemple : un dîner en table d'hôtes, une activité animée par vous-même, un espace détente en libre accès, des conseils spécifiques pour une activité « libre »...

- ou **travailler avec un autre professionnel** : accompagnateur en montagne, prestataire d'activités, artiste, centre de soins...

Dans les 2 cas, veuillez-vous reporter au paragraphe suivant « ORGANISATION ET VENTE DE VOYAGES OU DE SEJOURS EN TOUTE LEGALITE » pour vous informer sur le cadre réglementaire en matière de vente de voyages et de séjours.

## CONSEILS POUR CONCEVOIR UN PRODUIT TOURISTIQUE

- Définir le marché principal que vous souhaitez cibler et proposer un / des **séjour(s) inédit(s)** sur votre territoire et **en adéquation avec un besoin, une attente de la clientèle visée**.
- Proposer un **prix avantageux** (évités de proposer un forfait à un tarif représentant l'addition des prix publics des différentes prestations ; votre offre doit représenter pour le client un réel intérêt tarifaire).
- Décliner les prestations qui composent votre forfait selon **une seule thématique forte** (attention à ne pas intégrer trop de prestations dans un même forfait).
- **Bien choisir votre partenaire** (n'hésitez pas à tester vous-même l'activité proposée !) et mettre par écrit les engagements réciproques de chacune des parties.
- Soigner la description de votre produit (rédactionnel et illustrations) dans le but de **séduire et informer**. « Pour faire un bon travail promotionnel, un package ou forfait à thème doit **être présenté comme un événement**, avec une notion d'exceptionnalité ». Et donc avoir une durée limitée.
- Faire clairement ressortir les **avantages** de votre forfait (en termes tarifaires ou en termes d'expérience, par exemple).

## CONSEILS POUR COMMERCIALISER VOTRE PRODUIT

Vous avez le choix entre vendre le forfait directement auprès de la clientèle ou passer par un intermédiaire, tel qu'un office de tourisme immatriculé, une agence de voyages... Cette deuxième option permet une plus grande visibilité, mais elle engendre un coût supplémentaire souvent sous la forme d'une commission sur la vente.

> **Voir notre fiche pratique « Travailler avec un organisateur de voyages » :**

<http://www.ladrometourisme.com/fr/espace-pro/professionnels-et-porteurs-de-projet/aide-a-la-commercialisation/>

Pensez à prendre en compte les spécificités du e-tourisme qui concourt à stimuler la demande, notamment de courts séjours, par l'accès en temps réel aux informations et aux disponibilités. "**Plus le séjour est court, thématique, expérientiel, optimisé en rapport qualité/prix, plus il est conforme aux spécificités du e-tourisme.**" *Source : [www.raffour-interactif.fr](http://www.raffour-interactif.fr)*

« Créez une page sur votre site Web qui sera dédiée à vos produits/forfaits en reprenant le descriptif, les photos et le processus d'achat. Utilisez vos réseaux sociaux pour accroître leur visibilité et invitez vos partenaires à faire de même. Si vous diffusez une infolettre, n'hésitez pas à l'utiliser pour en faire la promotion. »

*Source : Réseau Veille Tourisme « 5 étapes pour créer un forfait touristique » - Août 2017*

**Bon à savoir** : l'ADT de la Drôme et certains de ses partenaires (Offices de Tourisme de la Drôme, association de promotion d'une destination, Stations de la Drôme...) offrent, sur leur site Internet, une visibilité aux séjours à thème et/ou journées groupes commercialisés sous forme de packages.

Ces sites sont alimentés grâce à une saisie unique dans la base de données touristiques Apidae (fiche objet de type « séjour et produit packagé »)... Pensez-y !

Exemples de diffusion :

- [www.ladrometourisme.com/fr/idees-de-sejours](http://www.ladrometourisme.com/fr/idees-de-sejours)
- [www.ladrometourisme.com/fr/espace-groupe/journees-groupes](http://www.ladrometourisme.com/fr/espace-groupe/journees-groupes)

Autres exemples de diffuseurs / distributeurs (privés) : Weekendes, Les « boxes cadeaux » (Smartbox, Wonderbox, Dakotabox...), les sites de ventes privées (Voyageprivé, VeryChic, Suiteprivée,...)



## ORGANISATION ET VENTE DE VOYAGES OU DE SEJOURS EN TOUTE LEGALITE

Depuis l'entrée en vigueur le 1er juillet 2018 de la transposition (par ordonnance du 20 décembre 2017) de la directive 2015/2302 du Parlement et du Conseil Européen du 25 novembre 2015, **l'obligation d'immatriculation au registre des opérateurs de voyages et de séjours et l'ensemble de la réglementation en vigueur en matière de vente de voyage et de séjours** s'applique aux personnes physiques ou morales qui élaborent et vendent ou offrent à la vente (dans le cadre de leur activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale) :

« 1° des forfaits touristiques ;

« 2° des services de voyage portant sur le transport, le logement, la location d'un véhicule ou d'autres services de voyage qu'elles ne produisent pas elles-mêmes.

### Code du tourisme, art. L. 211-2.-II.-A.

« Constitue un **forfait touristique** la combinaison d'au moins deux types différents de services de voyage aux fins du même voyage ou séjour de vacances, dépassant vingt-quatre heures ou incluant une nuitée, si :

« 1° Ces services sont combinés par un seul professionnel, y compris à la demande du voyageur ou conformément à son choix, avant qu'un contrat unique incluant tous ces services ne soit conclu ;

« 2° Indépendamment de l'éventuelle conclusion de contrats séparés avec des prestataires de services de voyage individuels, ces services sont :

« a) Soit achetés auprès d'un seul point de vente\* et choisis avant que le voyageur n'accepte de payer ;

« b) Soit proposés, vendus ou facturés à un prix tout compris ou à un prix total ;

« c) Soit annoncés ou vendus sous la dénomination de " forfait " ou sous une dénomination similaire ;

« d) Soit combinés après la conclusion d'un contrat par lequel un professionnel autorise le voyageur à choisir parmi une sélection de différents types de services de voyage ;

« e) Soit achetés auprès de professionnels distincts grâce à des procédures de réservation en ligne liées, lorsque le nom du voyageur, les modalités de paiement et l'adresse électronique sont transmis par le professionnel avec lequel le premier contrat est conclu à un ou plusieurs autres professionnels et lorsqu'un contrat avec ce ou ces derniers est conclu au plus tard vingt-quatre heures après la confirmation de la réservation du premier service de voyage. »

**> Ainsi, la notion de forfait touristique est étendue pour faire entrer, dans le champ d'application de la loi, le principe du forfait à portée de clic (« clic and through » = échange de données et achat dans les 24 h en ligne) et des packages dynamiques (assemblage en temps réel de plusieurs prestations).**

La nouvelle réglementation s'applique également aux professionnels qui facilitent aux voyageurs l'achat de prestations de voyage liées.

### Code du tourisme, art. L. 211-2.-III.

« Constitue une **prestation de voyage liée** la combinaison d'au moins deux types différents de services de voyage achetés aux fins du même voyage ou séjour de vacances, couvrant au moins vingt-quatre heures ou une nuitée, ne constituant pas un forfait et entraînant la conclusion de contrats séparés avec des prestataires de services de voyage individuels, si un professionnel facilite :

« 1° A l'occasion d'une seule visite à son **point de vente** \* ou d'une seule prise de contact avec celui-ci, le choix séparé et le paiement séparé de chaque service de voyage par les voyageurs ou

« 2° D'une manière ciblée, l'achat d'au moins un service de voyage supplémentaire auprès d'un autre professionnel lorsque le contrat avec cet autre professionnel est conclu au plus tard vingt-quatre heures après la confirmation de la réservation du premier service de voyage. »

**> Ainsi, la notion de Prestation de Voyage Liée (PVL) vient s'ajouter au champ d'application de la loi, tenant compte ainsi de l'essor de la vente de voyages en ligne.**

\* Par **point de vente**, il faut comprendre : « tout site commercial, qu'il soit meuble ou immeuble, ou un site internet commercial ou une structure de vente en ligne similaire, y compris lorsque des sites internet commerciaux ou des structures de vente en ligne sont présentés aux voyageurs comme une structure unique, y compris un service téléphonique ».

**Sont exclus de ces 2 définitions (forfait touristique et prestation de voyage liée)**, les cas où un seul service de transport, logement ou location de véhicule est combiné/lié à un ou plusieurs autres services touristiques, si ces derniers services :

- ne représentent pas une part significative (jusqu'à 25%) de la valeur de la combinaison (ou de la valeur combinée des services),
- ne sont pas annoncés comme étant une caractéristique essentielle de la combinaison, du voyage ou du séjour de vacances,
- ne constituent pas d'une manière ou d'une autre une telle caractéristique.

La nouvelle réglementation n'est, par ailleurs, « pas applicable aux personnes qui ne proposent des forfaits, des services de voyage ou ne facilitent la conclusion de prestations de voyage liées qu'à titre occasionnel, dans un but non lucratif et pour un groupe limité de voyageurs uniquement ».

Enfin, le code du tourisme s'applique aux personnes physiques ou morales qui émettent des bons ou coffrets mais « pas à celles qui n'effectuent que la vente de ces bons ou coffrets ».



## IMMATRICULATION SUR LE REGISTRE DES OPERATEURS DE VOYAGES OU DE SEJOURS

Le registre des opérateurs de voyages et de séjours est tenu par « Atout France ».

Afin d'être immatriculées, les personnes physiques ou morales mentionnées à l'article L. 211-1, doivent :

- a) Justifier, à l'égard des clients, d'une **garantie financière** suffisante, spécialement affectée au remboursement des fonds reçus au titre des forfaits touristiques et de ceux des services énumérés à l'article L. 211-1 [...]
- b) Justifier d'une **assurance** garantissant les conséquences pécuniaires de la **responsabilité civile professionnelle**.

*N.B. : Par ordonnance n° 2015-1682 du 17 décembre 2015 portant sur la simplification de certains régimes d'autorisation préalable et de déclaration des entreprises et des professionnels, la condition d'aptitude professionnelle pour exercer l'activité d'opérateur de voyages et de séjours a été supprimée à compter du 1er janvier 2016.*

### DEMARCHE ET DELAIS D'IMMATRICULATION

La procédure de demande d'immatriculation est totalement **dématérialisée** ; ci-après le lien vers le formulaire à compléter en ligne : [https://registre-operateurs-de-voyages.atout-france.fr/web/rovs/creation\\_compte](https://registre-operateurs-de-voyages.atout-france.fr/web/rovs/creation_compte).

Deux pièces justificatives (conformes aux modèles téléchargeables d'Atout France) sont à joindre au dossier : **l'assurance de responsabilité civile professionnelle et la garantie financière**.

Le dossier sera instruit par la commission d'immatriculation, si et seulement si : le formulaire a été complété et enregistré, et l'ensemble des pièces justificatives ont été jointes au dossier.

Dès réception du **dossier** complet par Atout France, un récépissé est transmis au prestataire par mail (téléchargeable sur son Espace Personnel - mes attestations).

A compter de la date du récépissé, **la commission d'immatriculation dispose d'un mois pour prendre sa décision** :

- Si elle prend une décision favorable, un **certificat d'immatriculation** par voie postale comportant le numéro d'immatriculation et la date d'enregistrement est alors envoyé. Dans le mois suivant l'immatriculation au registre, publicité est faite sur le site internet de l'agence Atout France.
- Si la commission prend une décision de refus, une notification motivée de cette décision par lettre recommandée avec avis de réception est transmise au demandeur.

Le calendrier des réunions de commission est consultable sur le site d'[Atout France](#)

### LA GARANTIE FINANCIERE

La garantie financière vise, en cas de défaillance constatée de l'opérateur, à permettre le **remboursement de l'intégralité des avances versées par les clients et leur rapatriement d'urgence**.

Le décret n° 2015-1111 du 2 septembre 2015 relatif à la garantie financière et à la responsabilité civile professionnelle des agents de voyages et autres opérateurs de la vente de voyages et de séjours (qui modifie celui du 23 décembre 2009 et rend caduque l'arrêté du 29 octobre 2014) **impose aux opérateurs de garantir la totalité des fonds déposés par les clients**, comme le stipule la réglementation européenne.

*Code du tourisme, art. R.211-26 :*

« La garantie financière est affectée au remboursement de l'intégralité des fonds reçus par l'opérateur de voyages et de séjours au titre des engagements qu'il a contractés à l'égard du consommateur final pour des prestations en cours ou à servir et permet d'assurer, notamment en cas de cessation de paiements ayant entraîné un dépôt de bilan, le rapatriement des voyageurs et la prise en charge des frais de séjour supplémentaires qui résulteraient directement de l'organisation du rapatriement. »

Les conséquences du décret précité sont :

- La **disparition du montant minimum de la garantie financière** (auparavant de 200 000 € pour les agences de voyages et 30 000 € pour les organismes locaux).
- **Chaque organisme de garantie financière peut désormais fixer ses propres règles et modes de calculs** permettant une garantie totale des fonds (par exemple, en fonction du volume d'affaires, de sa répartition ou du bilan financier).

Il est donc recommandé d'interroger différents organismes garants pour étudier et comparer leurs propositions.

La garantie financière doit être délivrée par **un seul garant** qui peut être :

- a) soit l'APST, l'Association Professionnelle de Solidarité du Tourisme : [ici](#).
- b) soit un établissement de crédit, une société de financement ou une entreprise d'assurances habilitée à délivrer une garantie financière.
- c) soit un groupement d'associations ou d'organismes sans but lucratif, le FMS-UNAT : [ici](#).

### INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

Espace Informations sur le site d'Atout France:

<https://registre-operateurs-de-voyages.atout-france.fr/web/rovs/actualites#https://registre-operateurs-de-voyages.atout-france.fr/immatriculation/rechercheMenu?1>

