

Audit en vue de l'obtention de la marque Qualité Tourisme TM

Informations Établissement

Etablissement audité	Office de tourisme (DOCID:qt90694)
Adresse	97600 Mayotte Mayotte
Responsable de l'établissement	***
Filière	Office de tourisme- AUDIT COMPLET 2021 + critères réassurance sanitaire 01/03/2021
Partenaire(s)	ADN Tourisme

Informations Audit

Cabinet d'audit	***
Nom de l'auditeur	***
Type d'audit	Adhésion
Date de visite mystère	
Date de visite du site web	
Date demande info écrit (français)	
Date demande info écrit (autre langue)	
Date demande info tel (français)	
Date demande info tel (autre langue)	
Date de debriefing	

Commentaire sur l'audit

Compte-rendu de l'audit

Rapport de visite

Points forts

Points d'amélioration

Audit Complet

PROMOTION / COMMUNICATION

Présence numérique

1 - La présentation du site internet est soignée, attractive et ergonomique.

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant

Si plusieurs sites internet, l'ensemble des sites est audité. Si l'OT comprend plusieurs BIT, il n'est pas obligatoire de disposer d'un site internet par BIT. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

2 - Le site internet est bien référencé.

☐ Oui ☐ Non

"Recherche avec mots clés type ""que faire/ quelle visite"" + ville Point validé si résultat en 1ère page de résultat sur le moteur de recherche Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable"

3 - BONUS - Le site internet est traduit en une troisième langue étrangère

☐ Oui ☐ Non

"BONUS- Indiquer non mesuré si le critère n'est pas respecté L'ensemble du site doit être traduit. Note : la traduction en anglais à minima (Cat II) et en une 2ème langue étrangère (Cat I) est déduite des nouveaux critères de classement applicables depuis juillet 2019. Si le site est non traduit, l'indiquer en ""points d'amélioration"". Comme pour la 1ère et 2ème langue dans le classement, le critère bonus est validé si réalisé par du personnel qualifié. L'aide à la traduction avec un moteur de traduction automatique doit impérativement être validée par des personnes qualifiées dans la langue concernée. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable"

4 - L'OT traite les demandes clients enregistrées sur les réseaux sociaux

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Il s'agit des demandes clients et non des avis/réclamations (autre critère)Exemple: demande d'informations via le chat messenger FB / Instagram / Google etc ...Ce critère concerne les pages gérées par l'OT. Si l'OT comprend plusieurs BIT, il n'est pas obligatoire de disposer d'un chaque BIT soit individuellement présent sur les réseaux sociaux. Pour une demande envoyée en période d'ouverture de l'OT, la réponse est apportée en un maximum de 8 heures. Hors période d'ouverture, le délai de réponse ne peut excéder 24h. Famille QT : Information Communication Coef 9 Rattrapable

5 - La charte graphique ou l'identité visuelle sont appliquées à tous ses supports numériques

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Si plusieurs sites internet, il existe une cohérence et/ou une uniformisation de la charte graphique. Si l'OT comprend plusieurs BIT, il n'est pas obligatoire de disposer d'un site internet par BIT. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

6 - L'OT formalise une ligne éditoriale*

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Définition d'une fréquence de mises à jour, de types de contenu, de la longueur du message, du ton, des cibles, texte/image, du responsable par support digital. Il s'agit de définir par support digital (ex : réseau sociaux, site web, chat, applications), les objectifs par cible, support et moyens (la fréquence de mises à jour, les types de contenu, la longueur du message, le ton, texte/image, les responsables). La formalisation peut prendre des formes variées : stratégie de communication et de publication sur mobile et sur internet, procédure, note... Non mesuré dans le cadre d'une visite mystèreFamille QT : Information Communication Coef 9 Rattrapable

7 - L'OT définit sa stratégie et ses objectifs de promotion et de communication sur tous supports (site internet, brochures, réseaux sociaux)*

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

" Cette stratégie est révisée annuellement en fonction de l'analyse des résultats. L'opportunité de réviser ou non la stratégie est étudiée annuellement mais la révision n'est pas systématique. Non mesuré dans le cadre d'une ""visite mystère"" Rattrapable. Famille QT : Information Communication Coef 9 Non mesuré possible dans le cadre d'une ""visite mystère"" Rattrapable"

STRATEGIE D'ACCUEIL

Accueil téléphonique

8 - La réponse au téléphone doit être rapide : maximum 4 sonneries

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

En cas de pré décroché, le temps d'attente est limité (maximum 2 minutes). Possible gestion centralisée des appels téléphoniques pour l'ensemble des BIT (principal et secondaire). Le nombre et les modalités des tests à distance sont précisés en annexe du Guide des VM OTF/ADN Tourisme. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

9 - S'il existe un pré-décroché automatique ou un répartiteur d'appel, l'OT évite les sous menus trop nombreux (3 ou 4 maximum)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

" Cocher en ""non mesuré"" en absence de pré-décroché. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable"

10 - L'identité du site doit être précisée dans la formule d'accueil

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

L'identité du site peut également être éventuellement précisée dans le pré-décroché. Pour les OT comprenant plusieurs BIT, l'OT choisit si les répondants citent le nom de l'OT dans sa globalité ou s'il préfère garder l'identité de chaque BIT. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

11 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

12 - La reformulation de la demande par le conseiller est réalisée de manière formelle, claire et précise

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

La reformulation n'est pas toujours nécessaire pour des questions très simples (ex : demande de plan, horaire). Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

13 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le conseiller élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

14 - Le conseiller propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

"Le critère est audité en test à distance (visite mystère ou audit complet). Cocher en ""non mesuré"" quand la situation ne s'est pas présentée en test à distance. . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable"

15 - Les conseillers présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins...)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

"Le critère est audité en test à distance (visite mystère ou audit complet). Cocher en ""non mesuré"" quand la situation ne s'est pas présentée en test à distance. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable"

16 - Le conseiller est en capacité de présenter aux visiteurs les principaux sites et services touristiques de la destination.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

17 - Le conseiller doit pouvoir informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

18 - Le conseiller pratique une langue étrangère.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Transmission d'appel avec une formule de courtoisie, autorisée. Il est recommandé que chaque conseiller en séjour assurant l'accueil parle au moins 2 langues étrangères. Il ne s'agit cependant pas d'une obligation, l'objectif est bien que la personne qui contacte l'OT puisse se voir apporter une réponse à tout moment aux heures d'ouverture de l'OT ou du BIT avec les langues parlées au sein de l'OT (avec une transmission d'appel le cas échéant). En complément des tests mystères, le planning permettant d'assurer sur l'ensemble des sites les réponses dans les langues parlées au sein de l'OT est examiné lors de : l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et l'audit complet sur site . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9 Non Rattrapable

19 - Le conseiller pratique au moins deux langues étrangères.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Transmission d'appel avec une formule de courtoisie, autorisée. . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9 Non Rattrapable

20 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.

☐ Oui ☐ Non

Transmission d'appel avec une formule de courtoisie, autorisée. . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9 Non Rattrapable

21 - Le personnel d'accueil assure le même niveau de service au téléphone qu'en face à face

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

L'objectif est de ne pas privilégier l'accueil téléphonique et l'accueil physique l'un par rapport à l'autre. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

22 - L'OT sépare l'accueil téléphonique de l'accueil physique en période d'affluence

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

"Contrôle visuel lors de la visite mystère ou de l'audit complet. Cocher en ""non mesuré"" en l'absence de forte fréquentation observée.. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 1 Rattrapable"

23 - En cas de recherche trop longue ou d'affluence, le personnel de l'OT doit proposer au correspondant téléphonique de le rappeler ou de lui adresser les informations par écrit

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Le critère n'est pas validé si le conseiller en séjour demande à son interlocuteur d'envoyer un mail pour formuler sa demande. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

24 - Le répondeur téléphonique est mis en fonctionnement pendant les périodes de fermetures

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

. Famille Qualité de la prestation. Coef 3 Rattrapable

25 - Le message est en une langue étrangère a minima

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Le nouvel arrêté de classement d'avril 2019 ne prévoit plus d'obligation relative au répondeur mais un message en une 2ème langue étrangère est recommandé pour les Ot en catégorie I. Famille Qualité de la prestation. Coef 3 Rattrapable

Courriel

26 - L'envoi d'informations correspond précisément à la demande du client

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Les informations et la documentation envoyée doivent répondre précisément à la demande et le courrier ou mail doit apporter des réponses aux questions posées ou renvoyer précisément vers la documentation envoyée (pages, rubriques, etc.). Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

27 - Les réponses aux demandes d'information sont faites dans les 24 heures pour les courriels

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Le critère est audité en tenant compte des journées d'ouverture de l'OT ou du BIT concerné(s). Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

28 - Un accusé de réception est envoyé lors d'une demande de documentation par courriel

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

"Il s'agit d'une demande de documentation et non pas d'information. Le critère spécifie donc que si le client demande par mail des documents, soit l'envoi de documentation est fait sous 24 heures par mail et le critère est ""non mesuré"" et soit un mail d'accusé de réception est envoyé sous 24 heures pour confirmer l'envoi par courrier . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable"

29 - Lors d'une demande d'information en français, la réponse écrite est personnalisée et adaptée.

☐ Oui ☐ Non

"A la différence du critère n°26 (pertinence de la réponse sur le ""fond""), ce critère porte davantage sur la ""forme"". Il s'agit par exemple d'éviter les phrases toutes faites non adaptées à la situation, que le message nomme la personne, indique son genre quand il est connu Contrôle visuel . Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable"

30 - Lors d'une demande d'informations en langue étrangère, la réponse est personnalisée, adaptée et dans la langue de la demande.

☐ Oui ☐ Non

Pas de Non mesuré possible. L'auditeur fait une demande d'informations par mail/courrier en langue étrangère. La réponse aux demandes d'information par mail (courrier non évalué)est apportée dans les langues parlées au sein de l'OT (cf langues du site internet de l'OT).Contrôle visuel . Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

31 - Lors d'une demande d'informations, la réponse mentionne le logo Qualité TourismeTM dans la signature.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Item noté Non mesuré en cas d'adhésion. Le logo est à apposer pour les signatures mail pour les BIT inclus dans le périmètre de labellisation. Contrôle visuel . Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

Stratégie d'accueil

32 - L'OT définit et met en place une stratégie d'accueil et d'information sur sa destination (exemples : bureaux d'information, accueils hors les murs, accueil chez les partenaires, outils numériques etc...)*

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

. Non mesuré si visite en cliet mystère. L'OT doit être en mesure d'expliquer les choix en matière d'accueil (ex : bureaux d'information, accueils hors les murs, accueil chez les partenaires, outils numériques, gestion de la relation client, aménagements etc., ...) selon le contexte, la clientèle, les enjeux de la destination. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 9 Rattrapable

Les abords de l'établissement et la signalétique

33 - BONUS : L'OT est implanté dans un endroit stratégique

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant

L'espace d'accueil de l'office de tourisme et/ou de des BIT se situe à proximité immédiate des flux touristiques. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

34 - Le fléchage permet de localiser l'OT et/ou ses BIT depuis les principaux accès de la ville et de ses sites touristiques

☐ Très satisfaisant
 ☐ Satisfaisant
 ☐ Insatisfaisant
 ☐ Très insatisfaisant
 ☐ Non Mesuré

Le fléchage est mis en place pour les différents modes de déplacement (auto, piétons, vélo, voie fluviale...). Le fléchage vers l'OT est mis en place depuis le parking le plus proche (auto, vélo ...). Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

35 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres.

☐ Très satisfaisant
 ☐ Satisfaisant
 ☐ Insatisfaisant
 ☐ Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré possible. Prendre en compte la ou les façades et les abords de l'entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être propre. Constat visuel. Il est recommandé de veiller à la propreté des abords même si l'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

36 - Les abords privatifs de l'établissement sont en bon état.

☐ Très satisfaisant
 ☐ Satisfaisant
 ☐ Insatisfaisant
 ☐ Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré possible. Prendre en compte : façades, entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être en bon état. Constat visuel. Il est recommandé de veiller au bon état des abords même si l'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

37 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont propres.

☐ Très satisfaisant
 ☐ Satisfaisant
 ☐ Insatisfaisant
 ☐ Très insatisfaisant
 ☐ Non Mesuré

Il convient de prendre en compte les enseignes signalant l'office de tourisme (même publiques) : façade et panneaux directionnels. Constat visuel. Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

38 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont en bon état.

☐ Très satisfaisant
 ☐ Satisfaisant
 ☐ Insatisfaisant
 ☐ Très insatisfaisant
 ☐ Non Mesuré

Si plusieurs enseignes, mesure sur l'ensemble. Constat visuel. Il convient de prendre en compte les enseignes signalant l'office de tourisme (même publiques) : façade et panneaux directionnels. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

39 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont harmonieuses.

☐ Oui
 ☐ Non
 ☐ Non Mesuré

Constat visuel. Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

40 - La façade et l'entrée sont mises en valeur par un fleurissement, un élément décoratif, un éclairage, etc.

☐ Oui
 ☐ Non

Pas de Non mesuré possible sauf si bâtiment classé. Une rénovation de la façade et de l'entrée respectant le style architectural permet de répondre au critère. Constat visuel. Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

Le parking et les extérieurs privatifs (si existants)

41 - L'OT dispose d'un parking privé ou une possibilité de stationnement est mise à la disposition du client à moins de 200m de la structure d'accueil, ou si implantation en centre ville présence d'une information sur les solutions de stationnement public à proximité.

☐ Oui
 ☐ Non
 ☐ Non Mesuré

Le stationnement à plus de 200 mètres de l'OT n'est recommandé que pour les centres villes piétonniers. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Constat visuel. Coef 3. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

42 - L'établissement dispose au moins d'une solution de stationnement pour les moyens de locomotion alternatifs à la voiture.

☐ Oui
 ☐ Non
 ☐ Non Mesuré

Non mesuré possible si implantation en centre ville. Présence d'un garage ou local pour les vélos ou motos, présence d'un système d'attaches pour les vélos, espace suffisant pour le stationnement des autocars. Le stationnement pour les moyens de locomotion alternatifs à la voiture à proximité de l'OT demeure recommandé pour les centres villes. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Constat visuel. Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

43 - Les extérieurs privatifs et l'entrée sont dotés de poubelles et de cendriers, vidés régulièrement.

☐ Oui
 ☐ Non
 ☐ Non Mesuré

Si absence d'extérieurs privatifs, présence a minima d'un cendrier à proximité de l'entrée. Observation au début et à la fin de la prestation. Pénaliser si absence d'action La présence d'une poubelle et d'un cendrier à proximité de l'entrée de l'OT et des BIT est recommandée. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Pénaliser si absence d'action. Constat visuel. Possibilité de rajouter une poubelle et un cendrier dans le cadre du rattrapage. Coef 1. Famille Confort Propreté Rattrapable

Les affichages extérieurs

44 - La plaque Qualité Tourisme™ est apposée à l'entrée de l'établissement.

☐ Oui
 ☐ Non
 ☐ Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Logo autorisé pour les bâtiments classés. L'apposition en façade est recommandée. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Constat visuel. Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

45 - A minima, il est affiché les horaires et les périodes d'ouverture, les langues pratiquées, l'ensemble des moyens de paiement acceptés, les numéros d'urgence et un plan de la ville

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Actualisation des plaques de classement. Tous types d'affichage. Il peut s'agir d'un affichage ou d'une borne interactive. Les langues parlées au sein de l'OT ou du BIT doivent être actualisées quotidiennement en considération des langues effectivement parlées par les conseillers présents. Le cas échéant un plan de la communauté de communes est recommandé. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Constat visuel. . Coef 1. Famille Information Communication Rattrapable

46 - Les affichages extérieurs sont soignés, propres et en bon état.

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

La mesure porte sur la qualité de l'affichage (calligraphie soignée, absence de ratures, feuilles non jaunies, feuilles non scotchées, etc.). Non mesuré si absence d'affichage. . Coef 3. Constat visuel. Information Communication Rattrapable

47 - Les affichages extérieurs sont à jour

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Non mesuré si absence d'affichage. Absence de vitrophanes obsolètes. Constat visuel. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

48 - Les affichages extérieurs sont traduits dans une langue étrangère au moins

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Constat visuel. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

49 - BONUS - Les affichages extérieurs sont traduits dans une deuxième langue étrangère.

☐ Oui ☐ Non

Bonus - Indiquer Non mesuré si réponse négative. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

L'espace d'accueil

50 - L'aspect général de l'espace d'accueil est accueillant.

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant, fond musical discret... Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

51 - L'espace d'accueil est bien ordonné et la décoration et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux.

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Il ne s'agit pas de juger l'esthétique mais bien de vérifier la cohérence des équipements (Par exemple, absence d'ajouts de présentoirs complètement différents d'année en année). Possibilité de rattrapage sur la cohérence des équipements et la décoration. Constat visuel. Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

52 - L'espace d'accueil est propre.

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Prendre en compte le mobilier, les équipements et les revêtements. Constat visuel. . Coef 9. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

53 - L'espace d'accueil est en bon état.

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Prendre en compte le mobilier, les équipements et les revêtements. Constat visuel. . Coef 9. Famille Confort Propreté Rattrapable

54 - La signalétique intérieure est homogène, en bon état, cohérente et facilite le parcours du visiteur.

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Non mesuré possible si pas de signalétique. Par exemple, présentoirs, billetterie et repérage au sein de l'office (en particulier pour les lieux partagés). Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Constat visuel. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

55 - Les informations et la documentation sont identifiées, classées par thèmes, les présentoirs régulièrement approvisionnés et l'affichage mis à jour.

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

Accueillir et informer

56 - Le personnel est identifié par un badge comportant au minimum la fonction et les langues parlées. Le personnel en formation est clairement identifié

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

57 - La tenue et la présentation du personnel d'accueil doivent être soignées et propres

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Contrôle visuel. . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

58 - L'aménagement des lieux doit permettre au visiteur de patienter en ayant accès à des informations utiles : affichage animations, sites...L'OT prend en compte la gestion de l'attente des clients.

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

L'information utile (animations, sites, patrimoine ...) peut être réalisée sous forme d'affichage ou sous forme numérique.Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

59 - Le personnel lors de l'accueil doit être présent, disponible, attentif et abandonner toute tâche administrative dès l'arrivée d'un visiteur

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

60 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Lors des audits complets, en l'absence de visiteurs permettant d'apprécier ce critère par observation, les auditeur-trices réalise une simulation d'entretien avec un conseiller. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

61 - La reformulation de la demande par le conseiller en séjour est réalisée de manière formelle, claire et précise

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

La reformulation n'est pas toujours nécessaire pour des questions simples (ex : demande de plan, horaire). Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

62 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le personnel d'accueil élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

63 - Le personnel d'accueil enregistre les informations de dernière minute concernant les activités touristiques du territoire (fermeture pour travaux, changement d'heures d'ouverture, annulation de manifestation...) et en informe les visiteurs

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Critère à auditer en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère et lors de l'audit complet. L'auditeur vérifie également sur le site internet que l'information concernant les animations soit actualisée.Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

64 - Le personnel d'accueil propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

"Ce critère est susceptible d'être évalué lors de la visite mystère de l'espace d'accueil et lors d'interview lors de l'audit complet. Cocher en ""non mesuré"" quand la situation ne s'est pas présentée . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable"

65 - Les agents d'accueil présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épiceries, médecins...)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Critère à auditer par interview du personnel d'accueil et vérification des outils existants: en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère et lors de l'audit complet. Contrôle visuel. . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

66 - Le personnel d'accueil est en capacité de présenter aux visiteurs les principaux sites et services touristiques de la destination.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Contrôle visuel. . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

67 - Le personnel d'accueil doit pouvoir informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Sur déclaratif. . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

68 - BONUS : Les agents d'accueil disposent d'un outil numérique afin de présenter les offres et les services touristiques de la destination.

☐ Oui ☐ Non

L'outil numérique peut être fixe (ex : un 2ème écran sur le comptoir en plus de l'écran d'ordinateur non visible ou un écran dans le hall d'accueil) ou mobile (ex: tablette). Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite)Contrôle visuel. . Famille Information Communication. Coef 3 Rattrapable

69 - Le personnel d'accueil pratique une langue étrangère.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Il est recommandé que chaque conseiller en séjour assurant l'accueil parle au moins 2 langues étrangères. Il ne s'agit cependant pas d'une obligation, l'objectif est bien que la personne qui contacte l'OT puisse se voir apporter une réponse à tout moment aux heures d'ouverture de l'OT ou du BIT avec les langues parlées au sein de l'OT. En complément des tests mystères, le planning permettant d'assurer sur l'ensemble des sites les réponses dans les langues parlées au sein de l'OT est examiné lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site . Contrôle visuel. . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9 Non Rattrapable

70 - Le personnel d'accueil pratique au moins deux langues étrangères.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Il est recommandé que chaque conseiller en séjour assurant l'accueil parle au moins 2 langues étrangères. Il ne s'agit cependant pas d'une obligation, l'objectif est bien que la personne qui contacte l'OT puisse se voir apporter une réponse à tout moment aux heures d'ouverture de l'OT ou du BIT avec les langues parlées au sein de l'OT. En complément des tests mystères, le planning permettant d'assurer sur l'ensemble des sites les réponses dans les langues parlées au sein de l'OT est examiné lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Contrôle visuel. . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9 Non Rattrapable

71 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.

☐ Oui ☐ Non

Bonus . Il est recommandé que chaque conseiller en séjour assurant l'accueil parle au moins 2 langues étrangères. Il ne s'agit cependant pas d'une obligation, l'objectif est bien que la personne qui contacte l'OT puisse se voir apporter une réponse à tout moment aux heures d'ouverture de l'OT ou du BIT avec les langues parlées au sein de l'OT. En complément des tests mystères, le planning permettant d'assurer sur l'ensemble des sites les réponses dans les langues parlées au sein de l'OT est examiné lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site Contrôle visuel. . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9 Non Rattrapable

72 - Le départ du client s'accompagne d'une prise de congé chaleureuse, aimable et souriante avec remerciements.

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

"Comportement souriant, ton aimable et salutations par ""au revoir madame"" , ""au revoir Monsieur"" . Critère à auditer en visite mystère + en observation visuelle lors de l'audit complet. Contrôle visuel. . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable"

73 - A la fin de la prestation, le personnel s'assure d'avoir répondu à la demande du client de manière satisfaisante et l'incite à remplir l'outil de recueil de satisfaction.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

L'outil de recueil de satisfaction peut être sur place ou dématérialisé et rempli par la visiteur a posteriori de la visite . Contrôle visuel. . Famille Savoir faire savoir être. Une sollicitation orale ou écrite (affichage, e -mail, autocollant ...) informe le client du recueil de la satisfaction. (cf critère Ecoute client) Coef 3 Non Rattrapable

74 - L'OT fournit l'information spécifique relative aux services et structures adaptés à la clientèle en situation de handicap

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Critère à auditer par interview du personnel d'accueil et vérification des outils existants: en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère et lors de l'audit complet. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

La documentation sur la destination

75 - Les documents sont traduits en au moins une langue étrangère

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Il s'agit des principaux documents produits par l'OT lui -même ex : guides, cartes (et non de ceux des socio-pros). Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

76 - Les documents sont traduits en au moins une deuxième langue étrangère correspondant à la fréquentation de la destination

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

77 - BONUS : Les documents sont traduits en une troisième langue étrangère correspondant à la fréquentation de la destination

☐ Oui ☐ Non

BONUS - Non mesuré si réponse négative. Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

78 - Le personnel doit fournir une information actualisée, qualifiée et complète sur sa destination dans l'intérêt du client.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

79 - La charte graphique ou l'identité visuelle sont appliquées à tous ses supports

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

LES SERVICES COMPLEMENTAIRES DE LA STRUCTURE PRINCIPALE

La boutique

80 - L'aménagement de la boutique est attractif et la boutique est bien approvisionnée.

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente non dédié. L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à présentation des produits (ex : veiller à quantité suffisante sur les étagères, possibilité de libre-service etc.), la circulation dans la boutique, etc. Ce chapitre s'applique sur le BIT principal (et/ou sur les BIT secondaires le cas échéant) dès lors que l'OT propose à la vente des objets et articles à vocation touristique pour promouvoir la destination. Le chapitre ne s'applique pas si la boutique ne propose qu'un nombre restreint de références tous articles confondus (moins de 20 références annuellement, hors cartes postales). (Le chiffre d'affaires réalisé précédemment pris en compte dans l'ancienne version du référentiel n'est plus à considérer). L'espace de vente intégré à l'espace d'accueil ou dans une pièce connexe à l'accueil est audité. Contrôle visuel . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

81 - La gamme de produits est diversifiée.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

"Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Librairie, cartes postales, gadgets, produits enfants etc. Contrôle visuel. Coche en ""non mesuré"" afin de ne pas pénaliser l'OT si la stratégie de l'OT est de ne proposer qu'une gamme restreinte de produits (ex : brochures, topoguide). Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable"

82 - L'OT propose une gamme de prix ouverte, adaptée à sa stratégie, ses produits et sa clientèle

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Les prix sont adaptés à la stratégie et aux produits proposés et il ne s'agit pas nécessairement d'une gamme de prix large. Contrôle visuel . Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable

83 - Sur demande un paquet cadeau est réalisé.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Vérifier présence papier cadeau lors du débriefing pour l'audit complet. Une pochette ou un sac kraft fermé peuvent constituer un papier cadeau. Contrôle visuel . Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

84 - Le personnel est aimable, disponible et attentif aux besoins de la clientèle. Il est capable d'apporter des renseignements sur les produits proposés.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Poser une question sur un produit. Evaluer capacité à répondre. Contrôle visuel . Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

85 - Le personnel de la boutique est capable de renseigner la clientèle et d'effectuer une transaction commerciale dans au moins une langue étrangère.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Contrôle visuel . Une personne permanente a bénéficié d'une formation agréée dédiée. Critère à auditer par interview en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la visite mystère et lors de l'audit complet. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

86 - BONUS - Le personnel de la boutique est capable de renseigner la clientèle et d'effectuer une transaction commerciale dans une deuxième langue étrangère.

☐ Oui ☐ Non

Bonus - Noter Non mesuré si réponse négative ou si absence de boutique ou espace de vente. Contrôle visuel . Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

87 - Les articles sont présentés sur du matériel adapté et mis en scène (en fonction de l'animation, de la saison, etc.)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

88 - L'origine des produits provenant de producteurs locaux est indiquée

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 3 Rattrapable

89 - Le personnel (au moins 1 permanent) est formé à l'aménagement de ces vitrines ainsi qu'à l'approvisionnement et aux relations avec les fournisseurs.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Une personne permanente a bénéficié d'une formation agréée dédiée. Critère à auditer par interview: en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère, et lors de l'audit complet. Famille QT : Savoir faire savoir-être Coef 1 Rattrapable

90 - L'OT disposant d'un site internet présente l'espace boutique

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Il s'agit de présenter a minima l'existence d'une boutique au sein de l'OT ou du BIT et non nécessairement l'exhaustivité des produits en vente en ligne. Famille QT : Information Communication Coef 1 Rattrapable

91 - Les moyens de paiements sont affichés en évidences à l'intérieur de l'OT

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Il est recommandé d'afficher également le refus de moyens de paiement et les paiements par type de carte acceptée. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

92 - L'OT formalise une stratégie de développement de boutique et une politique de choix des produits (territoire, région, éthique, artisanat local, création de produits...)*

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Cette stratégie est développée dans l'ensemble des BIT. La stratégie peut prévoir des orientations différentes suivant les BIT en fonction du contexte et des besoins. Contrôle documentaire. Non mesuré dans le cadre d'une visite mystère. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3. Rattrapable

93 - Les modalités de vente ont été définies (identification du besoin, conseil, réalisation de la vente)*

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Ces modalités sont développées dans l'ensemble des BIT disposant d'un espace de vente. La définition des modalités de vente peut prendre différentes formes (note, procédure, instruction...). Non mesuré dans le cadre d'une visite mystère. Contrôle documentaire. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

94 - L'OT dispose d'un outil de gestion de stocks (tableau, seuil d'alerte, inventaire annuel a minima)*

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Cet outil de gestion des stocks est utilisé par l'ensemble des BIT. L'outil de gestion des stocks peut prendre différentes formes selon les produits proposés et le volume d'activité de la boutique (ex : logiciel dédié, tableur excell...). Non mesuré dans le cadre d'une visite mystère. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

95 - Une analyse globale des ventes est effectuée au minimum une fois par an*

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

L'analyse compile les résultats de l'ensemble des BIT. Il est recommandé que la synthèse à minima annuelle compile les résultats de l'ensemble des BIT et que l'analyse soit formalisée même succinctement. Non mesuré dans le cadre d'une visite mystère. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Non Rattrapable

Organisation d'évènement

96 - L'organisation d'évènement est une mission clairement définie avec la collectivité

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Ce critère concerne les événements et/ou les animations (les visites guidées, contées etc.. n'en font pas partie). Ce chapitre s'applique pour l'organisation d'évènement(s) « d'envergure » (à caractère ponctuel ou exceptionnel sur le territoire de type culturel, sportif, loisir ou économique, et dont le financement est inscrit au budget de l'Office de Tourisme (et non à celui de la collectivité, et qui attire une clientèle touristique à l'échelle départementale, régionale ou nationale) ou d'au moins 5 animations dans l'année (ex : concerts du soir, vide greniers, marchés nocturnes etc...hors pots d'accueil), même s'il s'agit du même type d'animation. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 . Rattrapable

97 - L'OT planifie ses événements en cohérence avec les animations de son territoire

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Cocher en 'non mesuré' dans l'hypothèse où la collectivité impose à l'OT la date des événements gérés par l'OT. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 . Non Rattrapable

98 - Une planification de la manifestation est réalisée (sur le plan financier, humain et technique) et une personne pilote est identifiée.

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Une formalisation de la planification est recommandée Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 . Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

99 - Une réunion de briefing est organisée pour informer les membres de l'organisation

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Une ou plusieurs réunions de briefing peuvent être organisées selon les événements ou animations.. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 . Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

100 - L'OT informe la population locale et les prestataires : nature de l'évènement, nuisances, restriction de circulation...

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Différents supports d'informations peuvent être utilisés : supports, affichage, internet, réseaux sociaux, news-letter, par distribution ... Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 . Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

101 - Lors de l'organisation d'évènements, l'OT respecte des critères sociaux et environnementaux de durabilité. L'OT incite les autres partenaires de l'évènement à suivre ces principes

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Une ou plusieurs réunions de briefing peuvent être organisées selon les événements ou animations. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

102 - L'OT définit un plan de communication et média adapté

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Par période ou date, support et média, événement a minima, incluant le coût quand significatif. Un personnel de l'OT est désigné pour assurer son suivi, les retombées quantifiables ou mesurables (quand possible) sont enregistrées. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 . Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

103 - Les éditions se font en adéquation avec la politique environnementale de la structure

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Les éditions (ex : programmes, affiches, flyer..) prennent en compte un ou des critères environnementaux. Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

104 - L'OT gère les intervenants et/ou les artistes en amont de leur arrivée : prise de contact, élaboration du contrat, plan d'accès, présentation du territoire

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 . Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

105 - La signalétique et le fléchage sont mis en place et sont pertinents

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

La signalétique et le fléchage ont été analysés. Contrôle documentaire. Famille QT : Information Communication Coef 3 . Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

106 - L'événement dispose de lieux de stationnements à proximité, qui doivent être adaptés à la fréquentation

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 . Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

107 - Un point d'accueil et d'information du public est mis en place.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

"Cocher en ""non mesuré"" s'il s'agit d'une animation ne nécessitant pas de point d'accueil sur place (dans le cadre d'ateliers par exemple). Contrôle documentaire. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 . Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit. "

108 - Le personnel doit pouvoir être clairement identifié par le public et les partenaires (ex : badges, t-shirts...)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Contrôle documentaire. Famille QT : Information Communication Coef 3 . Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

109 - L'OT met en place un système d'écoute client dédié à l'évènement.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

"Il ne s'agit pas uniquement d'un outil de recueil de la satisfaction client comme dans le précédent référentiel. ""L'écoute client"" selon le guide méthodologique de la DGE porte de façon plus large sur des critères essentiels à l'amélioration de la qualité de l'accueil lors des événements ou animations : prise de connaissance des avis clients sur au moins 1 ou 2 avis en ligne choisis par l'OT, recueil de la satisfaction client, traitement des réclamations. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit. "

110 - L'OT établit un bilan en fin de manifestation, prenant en compte la synthèse de l'écoute client et le retour d'informations recueilli auprès de ses partenaires

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

La synthèse de l'écoute client est réalisée en tenant compte des avis sur les réseaux sociaux, outil de recueil de la satisfaction, réclamations. Le retour d'informations auprès des partenaires (ex : intervenants, partenaires financiers/organisationnels/équipements) peut varier (ex. débriefing en fin d'animation, mail, point téléphonique...). Cette synthèse de l'écoute client et ce retour d'informations des partenaires peut être globale à l'issue de plusieurs événements ou animations récurrentes. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

Commercialisation

111 - L'OT définit une offre de prestations et de produits à partir de l'offre existante sur le territoire

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Sélectionner et gérer une offre d'articles et d'objets répondant aux attentes des clients et valorisant la destination. Ce chapitre s'applique sur le BIT principal audité en audit complet : Pour les produits et prestations touristiques si l'Office de Tourisme est immatriculé, met en œuvre la commercialisation et crée des produits packagés. Ou pour la vente de billetterie pour des prestations locales et/ou de visites guidées si l'Office de Tourisme propose plus de 15 références de billets annuellement. Il s'agit de définir la stratégie en matière de commercialisation en fonction des enjeux et du contexte. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 . Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

112 - L'OT définit ses partenariats : il formalise son cahier des charges

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

"Les partenariats concernent les fournisseurs et prestataires de l'OT. Le ""cahier des charges"" (dont la dénomination peut être différente) a pour objectif de définir et formaliser de façon générale les modalités et critères de sélection et d'évaluation des partenaires. Il se distingue des contrats individuels avec chaque partenaire. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 . Rattrapable"

113 - Un engagement écrit est établi entre l'OT et ses fournisseurs. Il définit les conditions de vente, de réservation et d'annulation

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Il s'agit de rédiger un contrat qui formalise un accord sur la prestation fournie, soit en complément du cahier des charges. L'un des deux ou les deux peuvent être personnalisés par type de prestataires ou activités. Les garanties, responsabilités et assurance, régularité d'installation doivent être vérifiés, le contrat peut-être annuel ou par tacite reconduction et doit dans ce cas traiter la mise à jour de l'offre et des informations. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 . Rattrapable

114 - L'OT met en place un système d'écoute client à disposition des visiteurs et de ses partenaires

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

L'OT diffuse les retours clients à ses partenaires et assure le suivi des réclamations liées à l'activité touristique, dans le cadre d'un accord démontrable entre les parties ou d'une transaction financière. 'L'écoute client' selon le guide méthodologique de la DGE porte sur des critères essentiels à l'amélioration de la qualité de l'accueil lors de la commercialisation : prise de connaissance des avis clients sur au moins 1 ou 2 avis en ligne choisis par l'OT, recueil de la satisfaction client, traitement des réclamations. S'agissant des réclamations portant sur les partenaires (fournisseurs ou prestataires) l'OT est à minima en mesure de prouver l'envoi des réclamations transmises au partenaire, et assure le suivi (avec relance en l'absence de réponse du partenaire). Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 . Rattrapable

115 - L'OT met en œuvre des actions de fidélisation adaptées à ses clients et ses produits, dans le cadre d'une réflexion annuelle

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 . Rattrapable

116 - L'OT procède au minimum une fois par an à l'évaluation quantitative et qualitative de ses ventes

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 . Rattrapable

117 - L'OT met en place une ou des procédures de vente de ses produits touristiques

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

L'OT précise notamment les modalités pour : l'enregistrement de la demande, la politique tarifaire appliquée, l'envoi d'une proposition (devis), le fonctionnement des relances, le mode de confirmation, le suivi de la prestation, la facturation Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 . Rattrapable

118 - L'OT définit et transmet les conditions générales et particulières de vente

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

119 - Le service commercialisation met à disposition du service accueil les outils nécessaires à la vente directe en vis à vis ou au téléphone (fiches produits, formations internes, etc.)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

"Même s'il ne fait pas de vente directement le service ""accueil"" a accès à des fiches produits ou a été formé sur les produits pour informer au mieux le client et identifier clairement ses besoins et les transmette au service concerné le cas échéant. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable"

L'ECOUTE CLIENT

Le suivi de l'e-réputation

120 - L'OT prend connaissance des avis des consommateurs sur au moins 2 sites.

☐ Oui ☐ Non

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. Non si aucun référencement sur aucun site d'avis en ligne. L'auditeur interroge pour savoir quels sites d'avis de consommateurs l'OT a désigné et identifié dans sa stratégie de promotion (Tripadvisor, Michelin, Cityvox, Booking, google, OTA, réseaux sociaux, sites réseaux pro ...) et l'interroge sur le contenu des derniers commentaires. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

121 - L'OT a revendiqué la fiche de son OT sur au moins 2 sites d'avis en ligne

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

L'auditeur peut constater l'existence de réponses faites par le professionnel sur les 2 sites d'avis en ligne que l'OT a identifié et désigné dans sa stratégie de promotion. Il peut s'agir de 2 sites d'avis en ligne communs pour l'ensemble de l'OT et des BIT dans le cadre d'une gestion centralisée du suivi de la e-réputation de l'OT et non de 2 sites par BIT. Ex : Google, MyBusiness, TripAdvisor, Pages Jaunes, Booking. D'autres sites que FaceBook sont recommandés car il ne s'agit pas à proprement parler d'un site d'avis en ligne mais davantage d'un réseau social utilisé comme outil de promotion/communication. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

122 - L'OT exerce son droit de réponse aux avis de consommateurs

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Le droit de réponse s'exerce sur l'ensemble des sites sur lesquels l'OT a revendiqué une fiche. A minima sur les avis négatifs et recommandé sur les avis positifs. . Non mesuré possible si aucun avis mentionnant une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients). Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

123 - La réponse apportée par l'OT est constructive.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

La réponse est factuelle. Si la responsabilité de l'OT est avérée, un mot d'excuse est formulé. Suivant les cas, un geste commercial est proposé. Contrôle visuel . Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

Le suivi de la satisfaction

124 - Au moins, un outil de recueil de la satisfaction existe

☐ Oui ☐ Non

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. Exemples d'outils : questionnaire de satisfaction papier/dématérialisé/QR code du partenaire et/ou du professionnel, utilisation et suivi d'une ou plusieurs plateformes d'avis en ligne, module d'écoute client DGE, outil d'analyse de l'e-réputation, borne, suivi des avis ou recommandations Facebook, ...Un outil de recueil permet de mesurer la satisfaction client, et de personnaliser les réponses (. Le livre d'or en texte libre net l'utilisation des « pouces levés » sans réponse circonstanciée, ne sont pas un outil de recueil et de mesure). Contrôle visuel. Rattrapable. Différents outils peuvent être utilisés pour mesurer de façon adaptée la satisfaction client sur l'ensemble des services existants : l'accueil, la boutique, la commercialisation, l'événementiel. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

125 - Les clients sont informés de l'outil de recueil de la satisfaction

☐ Oui ☐ Non

Une sollicitation orale ou écrite (affichage, e-mail, autocollant ...) informe le client du recueil de la satisfaction. La présence d'un réseau social (TA, Facebook) sur le site internet du pro, sans préciser qu'il s'agit d'un outil de recueil de la satisfaction ou d'avis ne permet pas de valider le critère. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

126 - L'outil de recueil de la satisfaction est traduit dans une langue étrangère.

☐ Oui ☐ Non

L'utilisation régulière du module d'écoute client DGE valide le critère. Le module d'écoute client DGE est l'enquête de satisfaction via un QR code téléchargeable sur la fiche établissement de l'Office sur le portail DGE. D'autres outils de recueil de la satisfaction client par services proposés sont également possibles. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

127 - BONUS - L'outil de recueil de la satisfaction est traduit dans une deuxième langue étrangère.

☐ Oui ☐ Non

Bonus- Ne pas pénaliser si non vérifié. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

Le suivi des réclamations

128 - L'OT a formalisé une procédure écrite pour le suivi des réclamations.

☐ Oui ☐ Non

A minima, la procédure précise qui répond aux réclamations et sous quel délai de réponse et où sont archivées les réclamations. La procédure est examinée en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Cette procédure différencie les modalités de traitement et suivi selon que la réclamation porte sur les services proposés par l'Office de Tourisme, ou sur la collectivité ou un prestataire du territoire. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

129 - L'OT accuse réception des réclamations dans un délai de 72h et répond dans un délai maximum de 15 jours.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. Si la réclamation nécessite des recherches, envoi d'une lettre (ou courriel) de prise en compte de la réclamation. Les réponses se font dans un délai maximum de 15 jours ouvrés exception faite des demandes de remboursement. Non mesuré possible si aucun avis mentionnant une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients) n'est signalé sur les sites d'avis suivis par l'OT. Le respect du critère est examiné lors de : l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et l'audit complet sur site. Si la réclamation porte non pas sur l'office mais sur la collectivité ou sur un socio-professionnel, il appartient à l'Office : d'accuser réception dans les 72 heures, et de confirmer la transmission de la réclamation à l'interlocuteur concerné afin qu'il apporte directement une réponse au client, d'assurer une relance si cet interlocuteur n'envoie pas copie de sa réponse à l'OT, d'intégrer cette réclamation à l'analyse préparée pour le GQL le cas échéant. Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

130 - Les réponses aux avis négatifs et aux réclamations sont personnalisées et constructives.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. La réponse marque la prise en compte de la réclamation, fait preuve d'empathie, clarifie les circonstances et apporte une solution. Il est également recommandé de formaliser l'enregistrement des insatisfactions exprimées oralement. Différencier Réclamations sur OT et sur socio-pro. Non mesuré possible si aucun avis mentionnant une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients) . Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

131 - L'OT apporte une réponse aux insatisfactions notables et les traite comme une réclamation.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. L'OT contacte le client qui mentionne une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients). Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Non mesuré en cas d'absence d'insatisfaction notable ou de création/reprise récente de l'entreprise. Une réponse à l'ensemble des insatisfactions client exprimée est recommandée. Il est également recommandé de formaliser l'enregistrement des insatisfactions exprimées oralement. Différencier Réclamations sur OT et sur socio-pro. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

DEVELOPPEMENT DURABLE

Les actions liées au développement durable

132 - Le personnel de l'OT réalise un ensemble de gestes courants pour économiser l'énergie et l'eau

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Le respect du critère est examiné lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

133 - Le tri des déchets est réalisé si existant sur le territoire

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Le respect du critère est examiné lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

134 - Dans son fonctionnement interne, les impressions se font de manière raisonnée

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Le respect du critère est examiné lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

135 - Le développement durable est pris en compte dans les actions et le fonctionnement de l'OT

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Obligation de formuler ses engagements DD. Il est recommandé que les engagements Développement durable aillent au-delà des écogestes précisés plus haut et d'intégrer ces engagements dans la stratégie ou le plan d'actions annuel. Audité lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing si audité en visite mystère. Le respect du critère est examiné lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Non Rattrapable

136 - En cas d'acquisition d'équipement, l'OT favorise systématiquement l'achat d'équipements économes en énergie et économes en eau

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Audité lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing si audité en visite mystère. Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

137 - L'OT a une politique d'achat favorisant des produits ayant obtenu un label ou une certification environnementale ou éthique*

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Audité lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing si audité en visite mystère. Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

Les informations liées au développement durable

138 - L'OT informe précisément (ex. : oral, site internet, brochure, etc....) sur les moyens de se rendre et de circuler sur le territoire un utilisant les transports en commun ou en utilisant toute autre forme de circulations douces.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Rattrapable

139 - L'OT met en valeur les professionnels et / ou les produits (hébergement, restauration, animation, produits locaux, commerces...) engagés dans des démarches environnementales et/ ou de développement durable reconnues localement ou nationalement

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet ou les brochures téléchargeables. Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Rattrapable

140 - L'OT diffuse une information sur les milieux naturels fragiles (si existants sur le territoire) comme milieu marin ou lacustre, milieu enneigé, espaces préservés, biotopes spécifiques... Cette information se fait en collaboration avec les autres acteurs territoriaux engagés dans la protection de l'environnement (Parcs, ...)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet, les brochures téléchargeables et sur site (flyers, posters, totems...). Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Rattrapable

141 - L'OT informe de manière générale ses clients sur les engagements en matière de développement durable du territoire (gestion des ressources, accessibilité, transport etc..)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet, les brochures téléchargeables et sur site (flyers, posters, totems...). Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Rattrapable

142 - Les éditions sont réalisées par un imprimeur ayant obtenu un label ou une certification environnementale ou sur des papiers éco-labellisés

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer en dévoilé avant le débriefing. Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Non Rattrapable

PROMOTION QUALITE TOURISME

Promotion Qualité Tourisme

143 - L'OT communique sur sa démarche qualité mis en place vis-à-vis des clients (exemple : dans l'espace d'accueil, son site internet, dans sa documentation etc.) Ce critère concerne la démarche qualité de l'OT et ses engagements clients

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

En adhésion et renouvellement. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

144 - Dès l'obtention de la Marque Qualité et pendant toute la période d'attribution: le logo QUALITE TOURISME est présent sur les supports papier et sur le site internet

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Critère applicable après l'obtention de la Marque. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

145 - La démarche Qualité Tourisme™ est explicitée sur le site internet ou il existe un lien vers le site de Qualité Tourisme™.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

A auditer en adhésion et en renouvellement. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

146 - Les prestataires Qualité Tourisme sont identifiés parmi l'offre du territoire

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Les prestataires Qualité Tourisme sont valorisés par la présence du logo et/ou le moteur de recherche des prestataires proposent un filtre Qualité Tourisme A auditer en adhésion et en renouvellement. Famille QT : Information Communication Coef 9 Rattrapable

147 - BONUS : Il existe au moins 3 établissements marqués Qualité Tourisme sur le territoire de compétence

☐ Oui ☐ Non

A auditer en adhésion et en renouvellement. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

148 - L'OT sensibilise les socioprofessionnels / partenaires aux démarches qualité de leurs filières ainsi qu'aux démarches de développement durable*

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

A auditer en adhésion et en renouvellement. Non mesuré possible pendant la visite mystère. Famille QT : Développement Durable Coef 1 Rattrapable

149 - L'OT sensibilise les socioprofessionnels à la Marque Qualité Tourisme*

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Non mesuré possible pendant la visite mystère. Action de sensibilisation a minima annuelle. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 9 Rattrapable

DISPOSITIONS POUR ASSURER LA QUALITE DES SERVICES

Disposition pour assurer la qualité des services

150 - L'OT formalise une stratégie d'animation des socio-pros (visites régulières sur site, diffusion de la documentation, communication, partenariats)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 9 Rattrapable

151 - Les avantages et services proposés aux partenaires sont clairement identifiés ainsi que leurs tarifs (Pour les OT associatifs : services distincts de l'adhésion)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

152 - Le personnel formalise la mise à jour et l'actualisation de la documentation et de l'information

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Rattrapable

153 - La structure documentaire de l'OT est formalisée et permet la transmission et la continuité du service (fiches procédures, processus, site web, etc)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Les documents cités (fiches processus, procédures...) sont des exemples. L'OT est libre de choisir la terminologie de ses documents en fonction de ses besoins. Une liste des documents applicables n'est plus exigée en tant que telle mais reste recommandée pour formaliser et tracer la structure documentaire. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

154 - L'ensemble des documents est indexé et archivé entre deux audits. L'équipe assure la mise à jour des outils du système documentaire.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

La durée de conservation de certains documents (ex : courriers de réclamation) peut être inférieure à 5 ans. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

Groupe(s) Qualité de Destination

155 - L'OT met en place un ou des Groupe(s) Qualité de Destination impliquant au minimum des élus locaux ou des techniciens de la collectivité et les partenaires.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Le Groupe Qualité de Destination réunit les principaux représentants des intérêts des acteurs impliqués dans le dispositif. Il est mis en place par l'Office de Tourisme et est constitué au minimum : de la direction de l'Office de Tourisme et d'un membre du Conseil d'Administration ou du Comité de Direction ou de l'organe délibérant de l'Office de Tourisme, du responsable qualité de l'Office de Tourisme, des élus ou des représentants de la collectivité de tutelle, des représentants des partenaires (à minima deux), tout autre acteur du développement touristique ou économique pourra être associé. Le GQD pourra être assimilé au Conseil d'Administration ou au Conseil d'Exploitation ou au Comité Directeur à condition que la qualité fasse l'objet d'un ordre du jour spécifique. Une fréquence biannuelle pour la réunion du GQD (et les critères suivant en découlant) est recommandée. Famille QT : Développement Durable Coef 3 Rattrapable

156 - Le bilan d'écoute clients de l'OT est présenté au Groupe Qualité de Destination

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 3 Rattrapable

157 - Les remarques, suggestions, dysfonctionnements à l'échelle de la destination sont analysés et font l'objet de décisions d'action le cas échéant.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 3 Rattrapable

158 - Dans le cadre des démarches de progrès, le Groupe Qualité de Destination est amené à travailler sur des projets à l'échelle de son territoire (accueils d'excellences, destination responsable ...)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 1 Rattrapable

159 - Un suivi des actions est réalisé et enregistré

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 3 Rattrapable

ENGAGEMENTS INTERNES ET ENVERS LA COLLECTIVITE

Engagements internes et envers la Collectivité

160 - L'OT doit être associé à la réflexion et à la mise en œuvre du schéma de développement touristique local si existant

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Non mesuré si absence de schéma de développement touristique local. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

161 - La direction de l'OT formalise clairement sa politique stratégique et ses objectifs en partenariat avec la collectivité, comprenant ses engagements qualité. Une mise à jour au minimum tous les 3 ans sera faite

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Définir et rédiger la politique stratégique et la politique qualité : identifier les axes de travail de l'OT, décliner les axes en actions concrètes de mise en œuvre, indiquer pour chaque action, le délai de mise en œuvre de l'action, le responsable de l'action et un indicateur de réalisation (qui permet d'évaluer la réalisation de l'action). Famille QT : Qualité de la prestation Coef 9 Rattrapable

162 - La direction présente la politique stratégique et qualité de l'OT au personnel et aux partenaires

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

L'OT peut choisir le niveau de détail de la présentation (synthétique si besoin). Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

163 - Le plan d'actions opérationnel reprend et décline la stratégie et définit les actions à mener pour atteindre les objectifs annuels.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Le plan d'actions opérationnel reprend et décline la politique/stratégie et définit les actions à mener pour atteindre les objectifs travaillés sur l'année. Le plan d'actions opérationnel peut être formalisé sous forme de retroplanning par actions. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 9 Rattrapable

164 - L'OT met en place des indicateurs d'activité (Exemples : Visites, téléphone, e-mails, courrier, fax, type nature et origine des demandes, état des ventes, fréquentation du site web...)

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

165 - L'OT établit un bilan annuel de ses actions pour l'ensemble de ses services (financier, qualitatif et quantitatif), qu'il transmet à sa collectivité, à son personnel et aux prestataires

☐ Très satisfaisant ☐ Satisfaisant ☐ Insatisfaisant ☐ Très insatisfaisant ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Non Rattrapable

166 - La forme juridique, les moyens attachés et les missions confiées à l'OT sont formalisés dans un ou plusieurs documents cadres. Ces documents sont validés par la collectivité de rattachement

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

La formalisation peut prendre différentes formes : statuts, convention d'objectifs....Les objectifs qualité et engagements clients de l'OT sont distincts de la convention d'objectifs et de moyens de l'OT définie avec la collectivité. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

LES DISPOSITIONS DE MANAGEMENT

Gestion des ressources humaines

167 - Il existe des fiches de poste en conformité avec la Convention Collective où sont mentionnées les responsabilités du personnel dans la démarche qualité

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

168 - Il existe un organigramme à jour

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

169 - L'OT dispose d'un règlement intérieur

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Une note de comportement d'accueil ne peut pas valider ce critère. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

170 - La direction définit les modalités de recrutement de son personnel (permanent, vacataire, stagiaire...)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

La structure élabore le profil de poste, recrute le personnel, effectue la sélection, assure les entretiens, évalue les candidats, formalise l'embauche. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

Formation du personnel

171 - La Direction définit et met en oeuvre un plan prévisionnel de formation (de préférence sur 3 ans et en cohérence avec sa stratégie et ses besoins)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

172 - La direction met en place des entretiens annuels d'évaluation avec objectifs individuels et des entretiens professionnels

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Le critère concerne l'ensemble des salariés permanents de l'OT. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

173 - L'ensemble du personnel bénéficie d'au moins 3 jours de formation par an : formation externe, formation interne, éductours, de visites de prestataires, journées techniques, séminaires...

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Les 3 jours de formation sont proratisés pour les stagiaires ou le personnel saisonnier. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

174 - L'OT met en place un enregistrement annuel individuel des formations réalisées

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Pour les personnels saisonniers, l'individualisation de l'enregistrement n'est pas obligatoire, ni la réalisation de formations externes, mais les preuves de leur formation interne et de visites de prestataires (quand ces dernières ont été réalisées) doivent être conservées et disponibles. Ce critère concerne tout nouvel entrant permanent et non permanent. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

175 - L'OT formalise l'intégration du personnel non permanent ou nouvel entrant (vacataire, stagiaire, personnel débutant...)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

L'OT définit les missions et les responsabilités, réalise un programme d'intégration, évalue les compétences à l'issue de la période d'intégration. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

Communication interne

176 - Réunion périodique d'information du personnel et/ou création d'un outil adapté (au moins une fois par mois)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

177 - L'OT favorise et prend en compte les suggestions de pistes d'améliorations de son personnel. Un système d'identification et de prise en compte des suggestions en matière de qualité de la part du personnel est mis en oeuvre (cahier, boîte à idées, réunions, etc.)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

Dispositions de management

178 - L'établissement a une connaissance fine de ses clientèles

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Fréquentation globale + profil (indiv/groupes) + provenance. Non mesuré possible dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. Contrôle documentaire. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable

179 - Il est remis un livret d'accueil aux nouveaux embauchés. Ce livret présente les principales caractéristiques de l'entreprise et son environnement proche.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Non mesuré possible si moins de 5 employés. Constat visuel. . Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable

180 - Il y a une réunion de présentation de la saison et une réunion de bilan.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Non mesuré possible si moins de 5 employés. L'auditeur interroge le référent qualité et les employés afin de s'assurer qu'une réunion de présentation de la saison et une réunion de bilan ont bien été réalisées. La présentation et le bilan de la saison sont réalisés lors d'une réunion avec le personnel permanent. Pour les saisonniers, tout autre moyen peut être utilisé. . Coef 1. Famille Qualité de la prestation rattrapable

181 - Un référent qualité est identifié dans l'établissement.

☐ Oui ☐ Non

Il est recommandé d'envoyer une fiche récapitulative des informations relatives à l'office au cabinet sélectionné pour la visite mystère (un modèle est annexé au guide de la visite mystère ADN Tourisme). Contrôle documentaire. . Coef 1. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

182 - L'OT identifie les dysfonctionnements internes et met en place les actions préventives ou correctives

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 rattrapable

183 - L'OT effectue au moins 1 fois par an l'analyse des indicateurs qualité (activité et écoute client, réclamations, incidents internes, remarques et suggestions, etc.)

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Il est recommandé de formaliser l'enregistrement des remarques exprimées oralement et leur analyse. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 rattrapable

184 - Le personnel (stagiaires et bénévoles compris) est informé de la démarche qualité.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Non mesuré possible si moins de 5 employés. L'information du personnel sur la démarche qualité est recommandée même si l'effectif permanent est inférieur à 5 salariés. L'auditeur interroge le référent qualité afin de s'assurer que le personnel a été informé à la démarche qualité. . Coef 1. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

185 - Une réunion du personnel annuelle sur le fonctionnement de la démarche qualité est organisée.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Réunion co-animée et préparée par la direction et le référent qualité. Non mesuré possible si moins de 5 employés. La réunion est recommandée même si l'effectif permanent est inférieur à 5 salariés. . Coef 1. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

186 - Un bilan annuel de l'écoute client est présenté aux employés.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

L'écoute client comprend les questionnaires de satisfaction, les réclamations, les avis clients, etc. Ce bilan peut être présenté au personnel permanent lors de la réunion annuelle sur le fonctionnement de la démarche qualité. Contrôle documentaire. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable

187 - Un plan d'action relatif à la démarche qualité est mis en place annuellement.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Outils d'évaluation puis outils d'amélioration interne (plan d'actions relatif à la qualité) et externe (Groupe qualité pour la destination). Contrôle documentaire. . Coef 9. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

188 - Le plan d'action est établi lors du pré-audit ou de l'audit précédent (visite mystère ET audit complet), il est pris en compte et mis en œuvre.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Pour l'audit complet, le plan d'action est suivi et mis à jour selon le modèle proposé par ADN Tourisme. Pour la visite mystère, l'intégralité des non conformités a été traitée Item noté Non mesuré si adhésion Un ou des plans d'actions ont pu être mis en œuvre. Contrôle documentaire. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

REASSURANCE SANITAIRE

Information amont Covid-19

189 - Les mesures sanitaires sont précisées sur l'outil numérique pour informer les clients en amont de leur séjour/visite.

☐ Oui ☐ Non

Assurer une communication claire sur l'ensemble des mesures de prévention contre le COVID-19 mises en place dans les structures sur le site internet de la structure ou présence sur un réseau social

190 - Les mesures sanitaires précisées sur l'outil numérique sont traduites

☐ Oui ☐ Non

A minima dans une langue correspondant au bassin de fréquentation

191 - Les réservations sont encouragées pour limiter l'affluence et gérer les flux de clients

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Pour les LDV favoriser autant que possible la réservation à l'avance avec horodatage, afin de faciliter la gestion des flux d'entrées dans les sites. Non mesuré possible pour un OT (réponse à distance à une demande), ou si l'affluence est très faible (Ex caveaux), etc...

192 - Les principaux aménagements et restrictions de l'offre dûs à la mise en oeuvre des mesures sanitaires sont précisés sur l'outil numérique

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Ex : accès limité à certains équipements ou activités

Information sur site Covid-19

193 - Les modalités d'accueil et les consignes pour le client sont affichées à l'entrée du site

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Affichage de la capacité maximale à l'entrée de l'établissement, affichage des horaires temporaires

194 - Les modalités d'accueil et les consignes pour le client sont traduites

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

A minima dans une langue correspondant au bassin de fréquentation. Pictos autorisés

195 - Ces supports et la signalétique sont clairs, en bon état, visibles et positionnés aux endroits stratégiques de l'établissement

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

Distanciation physique

196 - Des dispositions de communication (panneaux d'affichages, marquages au sol...) et des aménagements physiques (moyens physiques ou distanciels...) permettent de rappeler les consignes de distanciation aux clients.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Matérialiser par marquage au sol, affichage des consignes, tiré file d'attente (ballisage...) ou tout autre moyen la mesure d'1 mètre minimum de distanciation physique dans les lieux d'attente (billetterie, caisse, salle de projection, œuvre spécifique...) Plan de circulation

197 - Les règles de distanciation physique au niveau du public sont rappelées et respectées tout au long du parcours client.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Pour les hébergements ou la restauration, les parcs de loisir, si distanciation impossible à respecter ou risque de regroupement, alors le port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Lorsque cela est pertinent, notamment sur les lieux d'accueil (réception) des barrières physiques additionnelles sont installées (vitrines, cloisons temporaires...) pour réduire les flux de circulation d'air et les contacts directs

Gestes barrière client

198 - Les clients portent un masque dans les espaces intérieurs

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Toute personne de onze ans ou plus. Pour l'hôtellerie, Les personnes portent un masque grand public dans les espaces intérieurs, où il y a des possibilités de regroupement. En espaces extérieurs, si distanciation impossible à respecter ou risque de regroupement, alors le port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Pour l'HPA, les RT, les VV, attention spécifique pour les activités de loisir et les animations. Pour l'HPA attention spécifique équipements collectifs pour la vaisselle (attente aux sanitaires, etc.).

199 - Le personnel chargé du nettoyage porte un masque.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Dans tous les cas de risque de rupture des règles de distanciation physique sauf dispositif physique type pareflex à l'accueil par exemple. Restauration: port du masque obligatoire pour le service et pas de gants.

200 - Du gel hydro alcoolique ou toute autre solution désinfectante est mise à disposition du public de façon visible et sont positionnés aux endroits stratégiques de l'établissement

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Preuve visuelle de la mise en place des solutions désinfectantes + pertinence de leur localisation. Présence d'un mot d'information demandant au client de signaler la rupture de stock de gel hydroalcoolique ou équivalent (ex: fin du flacon...). Le sel ou le poivre peuvent être proposés en sachets unitaires. Ex: dans les Lieux de visite et OT: limiter au maximum les supports de médiation (numériques et papier) et audioguides susceptibles de passer de mains en mains ou, si leur maintien est prévu, prévoir de les désinfecter après chaque utilisation; Dans les caves: L'utilisation de climatiseurs est possible, en évitant de générer des flux d'air vers les personnes, sans recyclage de l'air, et en recherchant le filtre le plus performant sur le plan sanitaire. Il convient de maintenir une aération des espaces clos tout en évitant des flux d'air horizontaux dirigés vers les clients. Brumisateurs collectifs autorisés en terrasse.

201 - Le mode de paiement sans contact est privilégié,

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Tout mode de paiement sans contact (pré-paiement, virement, cartes bancaires, téléphone...) est privilégié, pour cela une communication explicite est affichée ou des consignes orales sont formulées. Présence affiche. Pour l'hôtellerie/HPA/RT/VV la remise de la facture et la signature dématérialisées sont privilégiées

202 - Les ventilateurs collectifs dans les espaces communs même extérieurs ne sont pas mis en marche

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

L'utilisation de climatiseurs est possible, en évitant de générer des flux d'air vers les personnes, sans recyclage de l'air, et en recherchant le filtre le plus performant sur le plan sanitaire. Il convient de maintenir une aération des espaces clos tout en évitant des flux d'air horizontaux dirigés vers les clients. Brumisateurs collectifs autorisés en terrasse.

203 - Les objets pouvant être touchés par plusieurs personnes ne sont pas mis à disposition du client ou font l'objet d'une désinfection après chaque utilisation

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

" Ex dans les hébergements: livres, jeux, journaux, dépliants réutilisables, stylos à l'accueil, ordinateurs en libre-service, etc.). Ex dans la restauration: livres, jeux, journaux, salières, etc (sauf éléments partagés au sein du même table: carafe, pinière...). Le sel ou le poivre peuvent être proposés en sachets unitaires. Ex: dans les Lieux de visite et OT: limiter au maximum les supports de médiation (numériques et papier) et audioguides susceptibles de passer de mains en mains ou, si leur maintien est prévu, prévoir de les désinfecter après chaque utilisation; Dans les caves: L'utilisation de climatiseurs est possible, en évitant de générer des flux d'air vers les personnes, sans recyclage de l'air, et en recherchant le filtre le plus performant sur le plan sanitaire. Il convient de maintenir une aération des espaces clos tout en évitant des flux d'air horizontaux dirigés vers les clients. Brumisateurs collectifs autorisés en terrasse.

ne pas toucher les cuves, les bouteilles, les crachoirs et ne pas manipuler inutilement les produits ou le mobilier. Inviter à consulter les informations que l'établissement leur met à disposition (affichettes, etc). Si l'établissement a l'habitude de demander aux clients de remplir un livre d'or ou un questionnaire, remplacer les supports papier par un questionnaire informatique à envoyer par mail. Non applicable aux produits de la boutique."

204 - Si l'accès à la documentation en libre-service (supports de médiation papier, brochures touristiques...) est maintenu, il est organisé

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Des solutions alternatives au libre-service sont privilégiées (QRcode, renvoi vers des documents dématérialisés...). Pour la documentation à disposition en libre-service, il est conseillé d'apposer un autocollant ou une affiche 'Brochure touchée, brochure emportée'. Dans le cas de maintien de supports papier leur évacuation est organisée (poubelle à pédales). Pour les OT : limiter la documentation à disposition, imprimer à la demande, envoyer les liens dématérialisés des documents des pros...

Gestion des flux

205 - Un plan de circulation pour limiter les croisements et respecter les distances de sécurité, (marquage au sol, mural, sur les sièges...), est établi et matérialisé.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Des plans de circulation doivent ainsi être mis en œuvre pour garantir le respect de la distanciation physique minimaleY compris dans les files d'attente susceptibles de se former à l'intérieur et à l'extérieur de l'établissement., que ce soit dans des lieux clos et exigus ou dans des espaces ouverts, mais sous une forme incitative plus que contraignante (fluidifier plutôt que ralentir). Inciter le public à privilégier les escaliers aux ascenseurs lorsque cela est possible. Non mesuré possible pour les petites surfaces déportant leur accueil à l'extérieur.

206 - Espaces d'attente : réduction/suppression des espaces d'attente ou réduction du nombre de places assises, de manière à ce que les distances entre individus soient respectées

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

207 - Dès que possible, les flux entrées et sorties des clients et/ou marque de sens de circulation à l'intérieur des établissements (couloirs, allées...) sont séparés

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Gestion des flux - Visite guidée (depuis le 29 octobre 2020)

208 - Les visites guidées en espace extérieur uniquement sont limitées à 6 personnes maximum

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Par ailleurs, calibrage de la taille des groupes de façon à pouvoir respecter la distanciation physique et régulation de la fréquentation (limiter les départs toutes les X minutes).

Respect des consignes

209 - Le personnel de l'établissement s'assure que les règles et les bonnes pratiques définies sont bien respectées par les clients

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

En cas de non respect, le personnel rappelle les consignes aux personnes concernées et s'assurent de leur bonne application avec bienveillance et pédagogie. Pour les LDV, si la visite est libre, poster du personnel sur le parcours pour veiller au respect des consignes par les visiteurs, lorsque cela est possible.

Adaptation de l'offre Réaménagement & restrictions d'activité

210 - Le fonctionnement des fontaines à eau, les machines à cafés, distributeurs de boissons, équipements libres service destinées au public est suspendu .

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Les mini-bars sont temporairement suspendus de préférence

211 - Les activités ou les espaces qui ne pourraient pas faire l'objet de mesures de prévention sont suspendus/fermés temporairement

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Ex : (banquettes et fauteuils dans les lobbys et accueils, aire de jeux pour enfants dans les hôtels, salles communes exigües, etc.). Pour les parcs d'attraction retrait des mascottes du site lorsque aucune solution ne permet de respecter les distances de sécurité.

212 - La vente de produits est adaptée par un aménagement des différents services du site afin de répondre aux exigences des mesures de prévention et de mesures barrière : réorganisation de la vente de produits de restauration et de snacking, aménagement de la vente de produits dans les boutiques, etc.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Ex: Adaptation de l'offre des produits, notamment pour les produits vendus en vrac (arrêt des bonbons en vrac ou solution alternative, par exemple en assurant le service des produits par un opérateur ou la distribution de gants jetables à usage unique pour les visiteurs).

213 - Les parcours et les modalités des activités (visites guidées, ateliers pédagogiques...) sont modifiées si nécessaire pour prévenir tout risque de promiscuité.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

"Pour les LDV : Les activités d'éducation artistique et culturelle sont possibles, sous réserve qu'elles puissent se faire dans des conditions sanitaires satisfaisantes pour les animateurs et les publics ; Le port du masque « grand public » est préconisé pour les personnes appelées à intervenir devant des groupes."

214 - Les bornes tactiles interactives ne sont plus accessibles au public, si elles sont maintenues un protocole de nettoyage et de désinfection spécifique est mis en place.

☐ Oui ☐ Non ☐ Non Mesuré

Exemple : un nettoyage périodique. Il est également possible de mettre à disposition des lingettes (prévoir alors le dispositif d'élimination) ou une solution hydroalcoolique. Exemple : prévoir un nettoyage périodique des bornes. Il est également possible de mettre à disposition des visiteurs des lingettes (prévoir le dispositif d'élimination dans ce cas) ou du gel hydroalcoolique. En cas d'arrêt, mettre en place un affichage précisant l'arrêt volontaire pour des raisons d'hygiène

Engagement de la direction

215 - Le référent Covid19 connaît les restrictions locales particulières liées à son activité le cas échéant le protocole national de déconfinement pour assurer la sécurité et la santé des salariés, des fiches métiers du ministère du Travail applicables à son activité, du protocole de sa filière rédigé par son OP, les réglementations locales, et connaît la procédure en cas de contamination.

☐ Oui ☐ Non

216 - Les actions correctives suite aux remontées d'équipe et aux retours clients sont mises en place

☐ Oui ☐ Non

Communication des règles au personnel

217 - Le personnel est sensibilisé et formé aux règles et bonnes pratiques du protocole sanitaire

☐ Oui ☐ Non

Utilisation de E learning génériques et/ou sensibilisation...Des formations complémentaires propres à chaque établissement pourront effectuées en complément