

DÉMARCHE MARQUE QUALITÉ TOURISME™

www.visitparisregion.com

**PARIS
REGION**
COMITÉ RÉGIONAL
DU TOURISME





LES ÉTAPES À L'OBTENTION DE LA MARQUE

- Accompagnement à la formalisation des procédures.
- Réalisation d'un pré-audit.



- Pour candidater à la marque, l'Office de Tourisme dépose son dossier sur l'espace adhérent d'OTF.
- La candidature est effectuée lors de la sélection du cabinet visite mystère ou au plus tard un mois avant la date prévue pour l'audit complet.
- ADN Tourisme réceptionne le dossier, vérifie les pièces du dossier et facture les frais de candidature.

<https://www.offices-de-tourisme-de-france.org>

Frais de candidature :

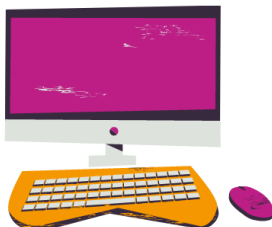
OT classés en catégorie III : 150 € HT (adhérents) / 300 €

HT (non adhérents)

OT classés en catégorie II : 250 € HT / 500 € HT

OT classés en catégorie I : 350 € HT / 750 € HT

- La Plateforme Qualité Tourisme est l'espace permettant de réaliser les auto-évaluations et l'ensemble des audits.
- L'application met à disposition des Offices de Tourisme un questionnaire de satisfaction dématérialisé.
- Publication des résultats sur le site grand public de la marque.



<https://portail.questionnaire-qualite-tourisme.fr/#/login>

The screenshot shows the login interface for the 'Qualité Tourisme' portal. At the top left is the 'QUALITÉ TOURISME' logo. The main heading is 'Authentification'. Below it are two input fields: 'Nom d'utilisateur' (containing 'Votre nom d'utilisateur') and 'Mot de passe' (containing 'Votre mot de passe'). There are two checkboxes: one checked for 'Garder la session ouverte' and one unchecked for 'J'accepte les conditions d'utilisation de portail.questionnaire-qualite-tourisme.fr et m'engage à respecter la confidentialité des données des professionnels et des consommateurs'. A blue 'Connexion' button is at the bottom. The footer contains the copyright notice: '© Direction générale des entreprises (DGE) 2019'.

INFORMATIONS À REMETTRE À L'AUDITEUR



Tableau d'informations à remplir et à remettre aux auditeurs lors la sollicitation des devis. Ces informations permettront à l'auditeur de proposer une offre adaptée.

Tableau à remplir pour tous les BIT <i>L'échantillonnage, si nécessaire, sera fait par le cabinet en collaboration avec le relais territorial</i>	BIT PRINCIPAL	BIT SECONDAIRE N°1	BIT SECONDAIRE N°2
Nom du BIT (ou du dispositif d'accueil hors les murs hors triporteur)			
Classement 1 ^{ère} ou 2 ^{ème} catégorie			
Langues étrangères indiquées lors du classement (documentation, site internet et accueil)			
Langues pratiquées dans les accueils (physique et téléphonique)			

Il faut bien veiller à :

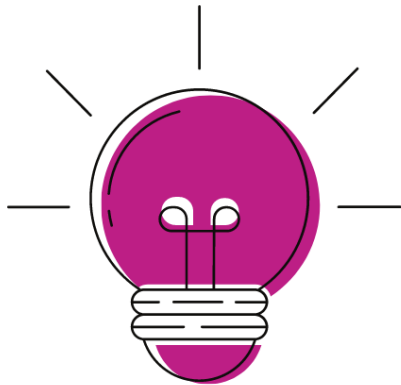
- Renseigner les langues sur lesquelles être auditées, elles peuvent être différentes en fonction des BIT.
- Renseigner les périodes de congés.
- Pour les bureaux ouverts à temps partiel, préciser les roulements des conseillers en séjour.

LES PRÉREQUIS POUR LA CANDIDATURE

En amont de la démarche



La déclaration sur l'honneur de la conformité aux exigences réglementaires de l'activité par le Responsable légal ou le Référent Qualité de l'établissement accompagné au travers de la validation des conditions générales d'utilisation du Portail Qualité Tourisme.



EN COURS

● CGU acceptées le 30/03/2021



La mise en œuvre d'une écoute client conformément aux critères de l'écoute client.

Un classement à jour.



Le classement d'un Office peut être obtenu dans les 6 mois suivant la décision d'attribution ou de renouvellement de la Marque Qualité Tourisme™ par la Direction Générale des Entreprises.

LES PRÉREQUIS POUR LA CANDIDATURE



La demande d'audit doit se faire après au minimum 6 mois de fonctionnement de la démarche qualité (application des dispositions d'organisation, mise en place de l'écoute client).



Rassembler les pièces justificatives pour le dépôt de la candidature sur ADN Tourisme :

- Documents réglementaires/administratifs suivants : Statuts de l'OT, arrêté de classement de l'Office de Tourisme.
- Les documents relatifs à l'organisation qualité de l'OT : la stratégie et les objectifs de l'Office de Tourisme (cf critère n°162), le plan d'actions opérationnel (cf critère n°164), la synthèse des indicateurs d'activité (cf critère n°165), la convention d'objectifs (si existante).
- Les éléments expliquant l'architecture de la structure documentaire selon la forme retenue au sein de l'OT (ex : impression écran du cloud, tableau, liste, procédure...) (cf critère n°154).
- Le dernier compte rendu d'un bilan du Groupe Qualité de Destination.
- Organigramme de l'OT.

Après la visite-mystère



Un résultat d'évaluation égal ou supérieur à 85%.



Une conformité aux critères de de la thématique **Savoir-faire** non rattrapables. En cas de non-conformité, il sera nécessaire de prévoir une contre-visite.

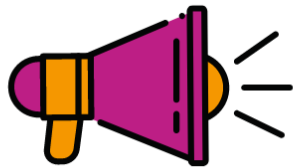
MODALITÉS D'OBTENTION DE LA MARQUE

2 évaluations complémentaires tous les 5 ans



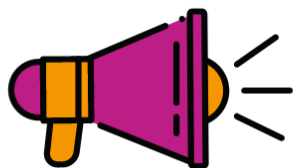
• *Visite-mystère*

- L'ensemble des bureaux d'accueil sont évalués, la dernière visite a lieu dans le BIT principal.
- Elle permet d'évaluer le cœur du métier qu'est l'accueil et l'écoute-client.
- Elle s'effectue à distance (courriel, téléphone) et en présentiel.
- C'est un scénario à un instant T.



La visite-mystère n'est pas une méthode d'évaluation visant à piéger les conseillers en séjour !

- La boutique est le seul service complémentaire évalué lors de la visite-mystère (non concerné si moins de 20 références proposées à l'année, hors cartes postales).
- En concertation avec le relais territorial, sélection du cabinet indépendant agréé par ADN Tourisme (liste de 8 cabinets).
- C'est le relais territorial qui donne le feu vert à l'auditeur, dès lors que l'OT se sent prêt.



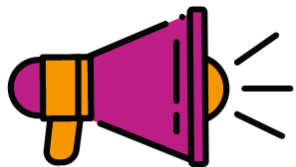
Attention, les BIT saisonniers doivent être ouverts pour la visite-mystère.

MODALITÉS D'OBTENTION DE LA MARQUE



- **Audit complet**

- L'audit complet concerne uniquement le BIT principal.
- Il se formalise par des tests mystère à distance et une visite planifiée en amont.
- Il permet de contrôler les procédures et l'architecture documentaire.
- En concertation avec le relais territorial, sélection du cabinet indépendant agréé par ADN Tourisme (liste de 11 cabinets, dont deux en commun avec les auditeurs des VM).
- Les chapitres **Engagements Internes envers la Collectivité**, **les Dispositions pour Assurer la Qualité des Services** et **Les Dispositions de Management** ne sont évalués que lors de l'audit complet.
- Tous les services complémentaires, si existants, sont pris en compte lors de l'audit complet.



Le chapitre **Organisation d'événements** s'applique lorsque l'OT organise au moins 5 événements annuels (concerts, marchés nocturnes) ou si il organise des animations d'envergure ponctuels (ces événements attirent à minima une clientèle départementale) pour lesquels le financement est inscrit au budget de la structure.

Le chapitre **Commercialisation** s'applique si l'OT est immatriculé, met en œuvre la commercialisation et crée des produits packagés ou s'il assure la vente de billets pour des prestations locales et/ou visites guidées (15 références annuelles de billets au minimum).

MODALITÉS D'OBTENTION DE LA MARQUE

Les auditeurs de la visite-mystère

Coordonnées des Cabinets agréés par Offices de Tourisme de France pour réaliser des Visites en client-mystère dans le cadre de la Marque Qualité
Tourisme pour la filière des Offices de Tourisme

v2 Le 28/01/2020

Les modalités de réalisation des visites en client mystère sont précisées dans le Guide méthodologique des audits de la DGE et dans le Guide des audits en client mystère pour la filière des Offices de Tourisme d'OTF (nombre de BIT à auditer, informations à fournir au(x) cabinet(s) lors de la sollicitation de devis, déroulement des visites...).

L'audit visite en client mystère comprend les prestations décrites dans le Guide rédigé par Offices de Tourisme de France.

Les tarifs ci-dessous présentent une fourchette définie en fonction de l'ensemble des réponses des cabinets lors de l'appel à candidature. Ils ne comprennent pas les frais de déplacement et les frais d'hébergement et/ou restauration sur place.

Pour la réalisation des visites mystère dans les DOM-TOM, voir auprès de chaque cabinet.

Raison Sociale du Cabinet	Mail	Téléphone	Site internet	Couverture géographique	Tarifs
ADONEO	bcollaudin@adoneo.com	04.78.64.10.56	www.adoneo.com	Couverture nationale	BIT Principal : de 300 à 495€ HT Par BIT Secondaire : de 120 à 350€ HT (Tarifs dégressifs en fonction du nombre de BIT selon les cabinets).
AUTHENTIS	contact@authentis.net	09.77.92.16.69	www.authentis.net	Couverture nationale	
EVOLUTION TOURISME	sdanguiral@evolution-tourisme.com	06.87.34.43.36	www.evolution-tourisme.com	Couverture nationale	
HEAD LIGHT CONSULTING	info@headlight.fr	01.60.42.71.71	www.headlight.fr	Couverture nationale	
HESILMA	contact@hesilma.fr	02.31.40.96.74	www.hesilma.fr	Couverture nationale	
IN AURIS	r.zaïter@inauris.fr	06.71.38.28.18	www.inauris.fr	Couverture nationale	
INCOGNITO	audits.incognito@gmail.com	06.82.30.34.47 ou 07.69.06.14.53		Couverture nationale	
TOURISME & CETERA	s.baudet@tourisme-etcetera.fr	06.87.29.64.92	www.tourisme-etcetera.fr	Couverture nationale	



Prise de contact avec le cabinet au minimum 2 à 3 mois en avance par rapport à la période souhaitée, selon les dates d'ouverture des BIT. Transmettre à l'auditeur les informations des BIT à auditer.

MODALITÉS D'OBTENTION DE LA MARQUE

Les auditeurs de l'audit complet

Coordonnées des auditeurs qualité agréés Offices de Tourisme de France pour réaliser les "Audits complets"

Informations :

La durée de l'audit "complet" varie entre 1 et 1,5 jour sur le seul Bureau d'Information Touristique Principal :

- 1 jour pour un Office ne disposant pas de « services complémentaires »
- 1,5 jour pour un Office disposant de tout ou partie de ces services : Boutique, production-commercialisation, événementiel

Les tarifs exprimés ci-dessous sont les tarifs HT maximum appliqués par chaque auditeur :

Ces tarifs comprennent :

- La préparation de l'audit
- L'audit
- Un rapport d'audit

Ces tarifs ne comprennent pas :

- Les frais de déplacement
- L'hébergement et/ou restauration sur place

Seul le devis fourni par l'auditeur fait foi

Civilité	Prénom	Nom	Raison sociale de la structure	Adresse de la structure	Code postal + ville de la structure	Adresse e-mail	Téléphone	Tarif HT max 1 jour	Tarif HT max 1,5 jours	TVA
Monsieur	Pierre	ALLAND	AXITER CONSEIL - GROUPE ALPA CONSEIL	Savoie Hexapole 101 rue Maurice Herzog	73420 MERY	pierre@alpaconseil.com	06 19 50 56 00	1 200 €	1 550 €	Oui
Madame	Sandrine	BAUDET	TOURISME & CETERA	3 rue des camélias	17138 ST XANDRE	s.baudet@tourisme-etcetera.fr	06 87 29 64 92	1 100 €	1 500 €	NON
Madame	Gwenaëlle	DE LINAGE - BURGUION	CONSEIL ET AUDITS QUALITE	31 Place de Nation	87500 Saint-Yrieix-la-Perche	gwendelinage@yahoo.fr	06 45 51 02 04	1 200 €	1 500 €	Oui
Madame	Anne	ERPELDINGER	ANAE, QUALITE & DEVELOPPEMENT	Villa Rossi, avenue des platanes prolongée 1 avenue de la gare CS 30068	06100 Nice	anaenice06@gmail.com	06 08 56 81 86	1 100 €	1 450 €	Oui
Monsieur	Lucas	GIRAudeau	WILLIAM TERRY CONSEIL	227 Route de la Chapelle	40102 Dax Cedex	L.giraudeau@wtconseil.fr	06 98 18 59 46	1 150 €	1 500 €	Oui
Madame	Emmanuelle	L'HERMITE	AVEIS	227 Route de la Chapelle	74540 St Félix	elhermite@aveis-qse.com	06 01 74 44 77	1 200 €	1 550 €	Oui
Madame	Brigitte	LE BLEVENNEC	LE BLEVENNEC BRIGITTE	La ville folle, 34	22960 PLEDRAN	leblevennebrigitte.conseil22@gmail.com	06 25 62 91 72	1 100 €	1 500 €	NON
Madame	Alexia	MERCORELLI	MCA	21 Place Monge	73000 Chambéry	alexiamerco@marketingconseilaudit.com	06 21 91 17 18	1 190 €	1 590 €	Oui
Madame	Sophie	PAPIN	ACCESSITOUR	5 beg Chatel	29340 RIEC SUR BELON	contacts@accessitour.com	07 69 06 14 53	1 100 €	1 450 €	NON
Madame	Fabienne	PONS	FABIENNE PONS CONSEIL	17 boulevard Augustin Creusa	13007 Marseille	fabienneponsconseil@orange.fr	06 08 87 08 11	1 100 €	1 450 €	NON
Madame	Sophie	DURDILLY	SO TOURISTIQUE	25 lotissement la Fontaine Hameau d'Essieu	01300 SAINT-GERMAIN-LES-PAROISSES	sdurdilly@sotouristique.fr	06 82 30 34 47	1 100 €	1 500 €	NON



De la même manière que pour la VM, prise de contact avec le cabinet au minimum 2 à 3 mois avant la période d'audit souhaitée.
Planification de l'audit.

C'est parti, nous sommes prêts (M-1) !

MODALITÉS D'OBTENTION DE LA MARQUE

Articulation entre la visite-mystère et l'audit complet

La préparation de la visite-mystère et sa réalisation.

Délai de la rédaction du rapport suite à la visite des BIT.

Prise de connaissance du rapport et mise en place des mesures correctives (justifier la correction des critères rattrapables).

Bilan des mesures correctives.

Préparation à l'audit complet et finalisation des procédures.

AUDIT

1 mois

7 jours

Environ 1 mois

7 jours

Environ 15 jours



Environ 1 mois avant l'audit complet, l'auditeur demandera à l'OT de lui transmettre les procédures et documents (dont les pièces justificatives demandées pour la candidature).

- L'audit complet doit être effectué au maximum 6 mois après la visite-mystère.
- Un délai minimum de 3 mois est conseillé entre la visite-mystère et l'audit complet.

Notre accompagnement en qualité de relais territorial

Le Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France accompagne les Offices de Tourisme dans le suivi de leur Démarche Qualité et dans la formalisation des outils et procédures en vue de l'obtention ou du renouvellement de la marque Qualité Tourisme™.



- ➔ Accompagnement à la formalisation des procédures et à la mise en place d'un plan d'action.
- ➔ Concertation pour la sollicitation d'un ou des devis auprès de cabinets agréés. Le CRT accompagne les Offices de Tourisme dans la sélection des cabinets, sur la base du ou des devis proposés. Le CRT rattache l'auditeur à la fiche de l'OT sur le portail Qualité Tourisme.
- ➔ Réunions de points d'étape (selon un planning défini ou à la demande de l'OT).
- ➔ Réalisation d'un pré-audit dans les conditions de la visite-mystère.
- ➔ La planification et le suivi du planning des visites-mystères et des audits complets.
- ➔ L'inscription des Offices de Tourisme aux commissions mensuelles d'attribution ou de renouvellement de la Marque Qualité Tourisme™.

Notre accompagnement en qualité de relais territorial

Le Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France accompagne les Offices de Tourisme dans le suivi de leur Démarche Qualité et dans la formalisation des outils et procédures en vue de l'obtention ou du renouvellement de la marque Qualité Tourisme™.



Le plan de formation annuel dédié aux Offices de Tourisme pour les actions de professionnalisation.



L'organisation d'ateliers collectifs avec les Offices de Tourisme investis et souhaitant s'investir dans la démarche de labellisation pour le partage d'expérience.



Dispositif des visites-mystères du CRT.



La décision de labellisation est désormais prise par la Direction Générale des Entreprises – Sous-Direction du Tourisme après avis motivé du Relais Territorial.

CONFORMITÉ ÉCOUTE-CLIENT

Ce sont des critères obligatoires, 4 d'entre eux sont des critères non rattrapables, bloquants, à l'issue de la visite-mystère !

L'établissement prend connaissance des avis clients sur au moins 2 sites.

Au moins, un outil de recueil de la satisfaction existe.

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

Les réponses aux réclamations sont personnalisées et constructives.

L'établissement apporte une réponse aux insatisfactions notables et les traite comme une réclamation.

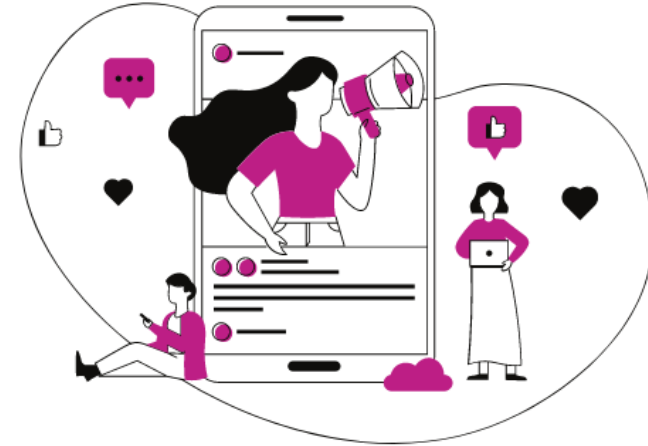
L'établissement a formalisé une procédure écrite pour le suivi des réclamations.



Ce dernier critère n'est plus obligatoire, il est rattrapable mais fait partie des critères intéressants à remplir (coefficient 3) !

PROMOTION QUALITÉ TOURISME

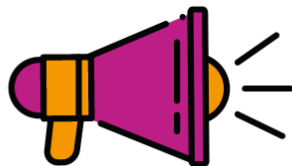
6 Critères (dont 1 BONUS) parmi les 7 du chapitre Promotion Qualité Tourisme concernent des Offices de Tourisme en cours d'adhésion !



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.



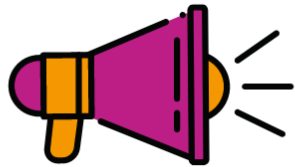
La démarche Qualité Tourisme™ est explicitée sur le site internet ou il existe un lien vers le site de Qualité Tourisme™.



Engagements catégorie I explicités sur le site de l'OT mais des précisions à apporter sur l'engagement dans la démarche Qualité Tourisme, sur les engagements Qualité.

PROMOTION QUALITÉ TOURISME

→ ***Les prestataires Qualité Tourisme sont identifiés parmi l'offre du territoire.***

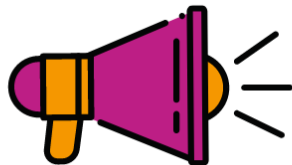


Coefficient 9 !
Possibilité d'apposer les logos dans les documents, création d'une brochure spécifique, etc.

→ ***BONUS : Il existe au moins 3 établissements marqués Qualité Tourisme sur le territoire de compétence.***

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

→ ***L'OT sensibilise les socioprofessionnels à la Marque Qualité Tourisme.***



Les deux derniers critères ne sont pas mesurés lors de la visite-mystère. Une action de sensibilisation annuelle (réunion d'échange, ajouter les actions de sensibilisation aux Engagements Qualité, etc.)



IDENTIFIER ET CRÉER LES OUTILS DE MESURE ET DE SUIVI DE LA SATISFACTION

État des lieux des outils et procédures à disposition

Questionnaire de satisfaction

Formulaire de réclamation et de suggestion ?

Base de données de traitement des questionnaires ?

Réunions Bilan Qualité ?



Quelle est l'architecture documentaire actuelle ?
Quelles procédures existantes ?