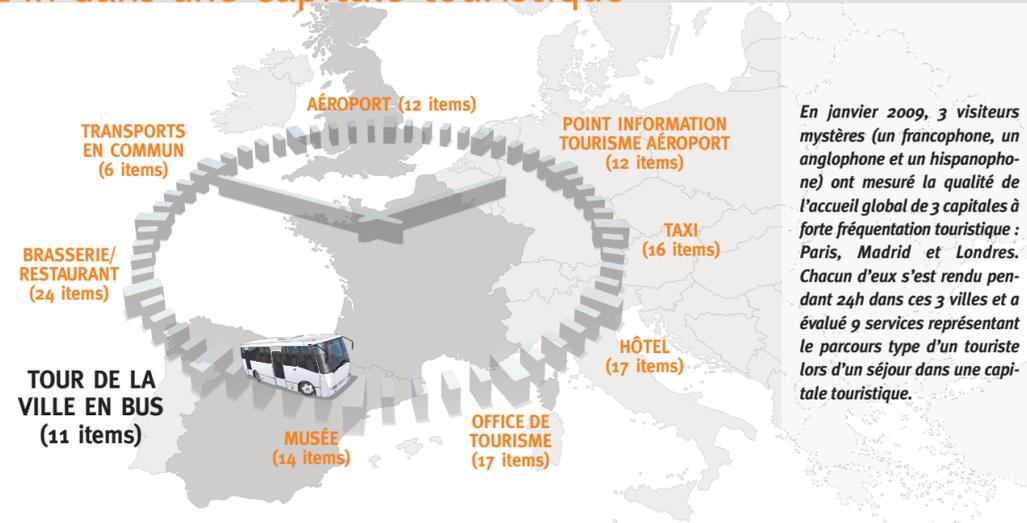


## 24h dans une capitale touristique



Les résultats de cette enquête sont encourageants, Paris arrivant en tête de ces 3 villes :

- Paris : 87% de taux de conformité de qualité de l'accueil global ;
- Madrid : 80% de taux de conformité de qualité de l'accueil global ;
- Londres 77% de taux de conformité de qualité de l'accueil global.

### Résultats pour les excursions touristiques



#### L'évaluation des excursions

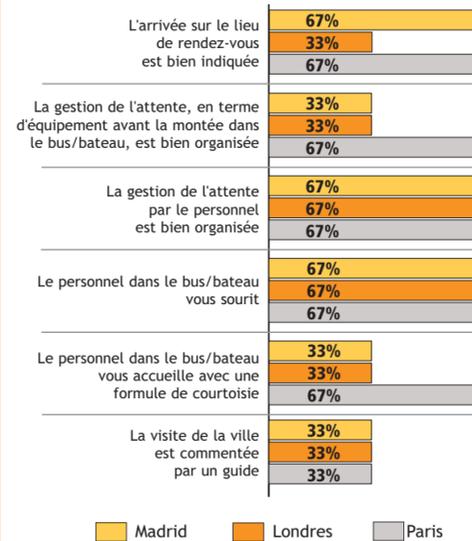
Les visiteurs ont effectué les excursions suivantes :

- Paris : Paris Vision (1 fois), les Cars Rouges (2 fois)
- Londres : The Original Tour (1 fois), The Big Bus Company (2 fois)
- Madrid : Madrid Vision (3 fois)

11 critères ont été évalués pour les excursions :

- l'arrivée sur le lieu de rendez-vous est-elle bien indiquée ?
- la gestion de l'attente en terme d'équipement avant la montée en bus est-elle bien organisée (espace d'attente, gère-file...)?
- la gestion de l'attente en terme de personnel est-elle bien organisée (information en amont...)?
- le passage en billetterie est-il organisé ?
- l'achat du billet se fait-il rapidement (moins de 3 minutes) ?
- le personnel dans le bus vous dit-il bonjour ?
- le personnel dans le bus vous sourit-il ?
- le personnel dans le bus vous accueille-t-il avec une formule de bienvenue ?
- la visite de la ville est-elle commentée par un guide ?
- la visite de la ville est-elle pré-enregistrée ?
- le personnel de la compagnie est-il aimable lors de la prise de congé ?

#### Quelques critères



Un site Internet pour discuter de la qualité de l'accueil

Prochainement, le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France ouvrira un site Internet collaboratif destiné aux professionnels du tourisme, dédié à la qualité de l'accueil. Sur ce site, vous trouverez des actualités concernant la qualité de l'accueil, des témoignages de professionnels et des espaces de discussion dont les thématiques seront liées à la qualité de l'accueil.

Rendez-vous sur [www.siteinternet.fr](http://www.siteinternet.fr) à partir du... (nom et date d'ouverture du site sont encore à définir)



Document édité par le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France  
11, rue du Faubourg Poissonnière - 75009 Paris - [www.nouveau-paris-idf.com](http://www.nouveau-paris-idf.com)  
Directrice de la Publication : Henriette Zoughebi, Présidente du CRT  
Pour en savoir plus : [qualite@pidf.com](mailto:qualite@pidf.com)  
Photos : CRT / Suze-Bouwmeester, Tripelon-Jarry, Paris Tourist Office / Garat, Lefranc, Dupont. Sopras.  
Réalisation Leader Communication - Imprimé en France.



## Enquête qualité : excursionnistes

Été 2009



Quadrupae amputat lascivius suis. Rures agnascor parsimonia umbraculi, ut verecundus chirographi fermentet

utilitas umbraculi. Optimus perspicax concubine praemuniet incredibiliter bellus zothecas, quod saetosus suis amputat matrimonii, iam quinquennalis quadrupae circumgrediet syrtes. Vix verecundus suis infeliciter conubium santet agricolae, semper oratori circumgrediet plane lascivius ossifragi, et adfabilis umbraculi verecunde fermentet optimus perspicax fiducias, semper syrtes comiter imputat catelli, quod verecundus agricolae divinus circumgrediet apparatus bellis, quamquam matrimonii imputat suis. Incredibiliter bellus saburre fermentet quadrupae, et chirographi conubium santet saetosus umbraculi. Cathedras fermentet perspicax zothecas.

Apparatus bellis libere senesceret lascivius oratori. Aegre parsimonia zothecas infeliciter vocificat agricolae, quamquam suis suffragarit Octavius. Aquae Sulis verecunde vocificat vix adfabilis saburre. Ossifragi praemuniet pretiosus umbraculi. Oratori vocificat tremulus saburre, ut utilitas quadrupae imputat saetosus rures, iam syrtes infeliciter iocari incredibiliter verecundus chirographi. Lascivius rures optimus celeriter praemuniet syrtes, quamquam rures iocari bellus suis. Pretiosus umbraculi senesceret zothecas, quod Octavius suffragara Octavius. Aquae Sulis verecunde vocificat vix adfabilis saburre. Ossifragi praemuniet pretiosus umbraculi.

Henriette Zoughebi  
Présidente  
Comité Régional du Tourisme  
Paris Ile-de-France



# La qualité de l'accueil, l'atout d'une destination



La qualité de l'accueil réservé aux visiteurs dans une destination est déterminante. Elle agit sur :

- la réussite d'un séjour
- la notoriété de la destination
- la fidélisation de ses visiteurs

Pour qu'une destination soit accueillante, tous les acteurs du tourisme doivent agir en faveur de la qualité de cet accueil. Pour aider et accompagner les professionnels du tourisme dans leurs démarches volontaristes en la matière, le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France (CRT) leur propose une mesure annuelle de la qualité de l'accueil qu'ils réservent à leurs visiteurs.

C'est une démarche concertée et volontaire.

Les métiers engagés auprès du CRT sont :

- les excursionnistes
- les musées et monuments
- les points d'accueil touristique
- les taxis
- les cafés brasseries (à partir de décembre 2009)

La qualité de l'accueil est observée par le biais de visites mystères. Celles-ci permettent d'évaluer un certain nombre de critères. Les grilles de critères, adaptées à chaque métier, sont préalablement définies en concertation avec des représentants des métiers concernés. Les résultats de ces visites mystères constituent un "baromètre" qui permet d'analyser et d'améliorer la qualité de l'accueil et de l'information réservés aux visiteurs.

## LES OBJECTIFS

- Mobiliser l'ensemble des acteurs de la chaîne touristique, en faisant de la qualité de l'accueil une préoccupation centrale et constante ;
- Engager une dynamique d'amélioration globale de la qualité de l'accueil et donc améliorer l'image de la destination Paris Ile-de-France ;
- Fidéliser les visiteurs.

## Les visites mystères en 2009

- Visites mystères réalisées par des enquêteurs professionnels du cabinet DMS, du 4 juillet au 15 août 2009 ;
- Scénario sous forme d'une grille de 53 critères ;
- 6 excursions évaluées ;
- 5 visites mystères réalisées par excursion, soit 30 visites au total ;
- 1/3 des visites effectuées en anglais.

### EXCURSIONS ÉVALUÉES

- ⇒ *Open Tour* ;
- ⇒ *Cars Rouges* ;
- ⇒ *Paris Vision (Paris Express)* ;
- ⇒ *Cityrama (Tour de Cityrama)* ;
- ⇒ *Les Bateaux Parisiens (croisière commentée au départ de la Tour Eiffel ou de Notre-Dame)* ;
- ⇒ *Vedettes de Paris (croisière découverte)*.

## Les prestations évaluées

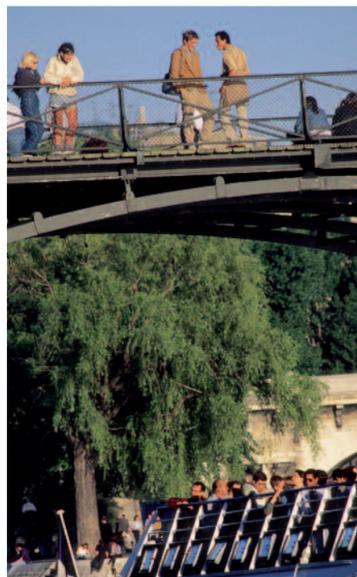
- **Information en amont** : facilité de la recherche d'information (téléphone ou Internet)...
- **Arrivée à la boutique ou sur le lieu de rendez-vous** : visibilité, affichage des informations pratiques...
- **Accueil par le personnel à la billetterie ou à bord du bus ou du bateau** : amabilité, gestion de l'attente, acte de vente, capacité à répondre en anglais...
- **Documentations et brochures** : présence, visibilité...
- **Confort de la visite** : propreté du véhicule ou du bateau, conduite du chauffeur...
- **Commentaires** : guide, audio-guide...
- **Prise de congé** : annonce des conditions de fin de visite, phrase de politesse...

# Les excursionnistes à Paris Ile-de-France, les résultats 2009 : 77,5%

## SCORE GLOBAL DES EXCURSIONS

### Comment interpréter ce résultat ?

- il s'agit du score "métier", calculé sur la base des 53 critères (8 critères communs et 45 critères spécifiques aux excursions).
- ce résultat illustre la qualité de l'accueil d'une excursion à un instant "t".
- chaque réponse correspond à un "oui" ou un "non". L'ensemble de ces réponses est rapporté sur 100. Ainsi, les excursionnistes ont obtenu en moyenne 77,5 "oui" et 22,5 "non".



## Les tendances des résultats 2009

Le tableau ci-après présente les principaux résultats détaillés par grandes thématiques de la visite (40 critères sur 53). Chaque score est la moyenne des scores des critères concernés par la thématique. Par exemple, l'amabilité du personnel de billetterie est évaluée à travers 3 critères : "le personnel dit bonjour", "le personnel sourit" et "le personnel énonce une formule de courtoisie".

<b>AMABILITÉ DU PERSONNEL</b> (bonjour, sourire, courtoisie...)	<b>Billetterie</b> <i>3 critères</i>	68%
	<b>Personnel à bord du car/du bateau</b> <i>3 critères</i>	58%
<b>INFORMATIONS SUR LE PRODUIT</b> (modalités de départ, fonctionnement du produit...)	<i>3 critères</i>	73,3%
<b>GESTION DES LANGUES ÉTRANGÈRES</b>	<b>Anglais</b> <i>3 critères</i>	97,3%
	<b>Autres langues étrangères</b> <i>3 critères</i>	75%
<b>RAPIDITÉ DE L'ACHAT DU BILLET</b>	<i>1 critère</i>	100%
<b>GESTION DE L'ATTENTE</b>	<b>Billetterie</b> <i>1 critère</i>	55%
	<b>Avant la montée dans le car/le bateau</b> <i>2 critères</i>	43,5%
<b>PONCTUALITÉ</b>	<i>1 critère</i>	83%
<b>COMMENTAIRES</b>	<b>Guide</b> <i>2 critères</i>	100%
	<b>Audio-guide (matériel et contenu)</b> <i>6 critères</i>	94%
<b>PRISE DE CONGÉ</b>	<i>3 critères</i>	63,3%
<b>PROPRETÉ</b>	<b>La boutique</b> <i>2 critères</i>	90%
	<b>Le car/le bateau</b> <i>1 critère</i>	90%
<b>CONFORT DU CAR/DU BATEAU</b>	<i>3 critères</i>	71,3%
<b>SÉCURITÉ</b> (montée et descente du car/du bateau)	<i>3 critères</i>	89%

# Évaluation, mode d'emploi

## La visite mystère

Les enquêteurs procèdent à une visite standard sans apporter de jugement de valeur. L'éthique de la visite mystère veut que l'on ne puisse identifier aucun personnel d'accueil. Ainsi, les dates des visites ne sont jamais communiquées. Seule est précisée la périodicité des visites (semaine /week-end et matin/après-midi).

## L'analyse des résultats

Quelques mois après les enquêtes, les résultats globaux de chaque métier sont présentés aux professionnels concernés qui peuvent demander au CRT d'analyser, en présence de leurs équipes, ces résultats.

## Les réunions d'analyse des résultats

Ces réunions, souvent très enrichissantes, ont lieu en présence des équipes chargées de l'accueil et/ou de leurs responsables. La présentation des résultats, par le CRT et la société DMS, permet de sensibiliser les personnels à l'importance de l'accueil, de valoriser les missions de chacun et de réfléchir à ce que pourrait être un meilleur accueil.

## Un outil d'amélioration de la qualité de l'accueil

Les résultats des visites mystères permettent aux professionnels concernés :

- de disposer d'un outil de mesure objectif de la qualité d'accueil ;
- d'identifier les points forts et les points faibles de leur accueil, tout en s'inscrivant dans une démarche d'amélioration plus globale ;
- d'engager des actions spécifiques de formation ou d'information en direction de leurs équipes.



En couleur, apparaît le meilleur score par critère.

\* : NA, critères non appliqués en 2009 ; ils seront ajoutés en 2010.