

**RÉSULTATS DE LA DESTINATION
PARIS – ILE-DE-FRANCE
SUR LA QUALITÉ RÉALISÉE**

JUIN 2013 - NOVEMBRE 2013



RÉSULTATS DE LA DESTINATION PARIS – ILE-DE-FRANCE SUR LA QUALITÉ RÉALISÉE

MÉTHODOLOGIE

MÉTHODOLOGIE

Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

NOMBRE DE VISITES
PAR SEMESTRE

**DESTINATION
PARIS –
ILE-DE-FRANCE**

127 STRUCTURES

1 062 VISITES

47 MUSÉES – MONUMENTS (50 SITES)

(Groupe 1 : 24 visites / Groupe 2 : 12 visites / Groupe 3 et 4 : 6 visites)

540 VISITES

42 POINTS D'ACCUEIL TOURISTIQUE

(Groupe 1 : 12 visites / Groupe 2 : 6 visites / Groupe 3 : 3 visites)

294 VISITES

30 CAFÉS – BRASSERIES

(6 visites par structure)

180 VISITES

6 EXCURSIONNISTES

(6 visites par structure)

36 VISITES

4 SOCIÉTÉS DE TAXI

(12 visites par semestre par structure)

48 VISITES

2 HÉBERGEMENTS ÉVALUÉS EN 2013

(12 visites par an par structure)

12 VISITES

DÉROULEMENT DES VISITES-MYSTÈRE

1 062 visites mystère réalisées entre le 01/06/2013 et 30/11/2013

- Des **grilles de critères construites spécifiquement** pour le Dispositif Qualité de la Destination Paris – Ile-de-France et **validées par l'ensemble des acteurs professionnels.**
- Des visites **tous les jours de la semaine, week-end et jours fériés inclus, à des horaires variés et des scénarios de visite diversifiés :**
 - visites avec réservation préalable ou non
 - visites d'expositions permanentes / temporaires, jours de gratuité, etc.
 - achat de prestations ou information simple
- Des visiteurs-mystère aux profils variés, afin de **coller à la réalité des visiteurs fréquentant la destination Paris Ile-de-France**
 - répartition équilibrée entre hommes et femmes
 - environ ¼ de moins de trente ans, ½ entre 30 et 45 ans, et ¼ de plus de 45 ans
 - des visites réalisées en version "individuel", "couple" ou "famille"
 - un tiers des enquêteurs de nationalité étrangère, permettant ainsi de laisser s'exprimer des différences culturelles : parmi les nationalités représentées on retrouve des Britanniques, Italiens, Espagnols, Allemands, Portugais, Brésiliens, Autrichiens, Chinois et Russes...
(les langues d'évaluation ayant été limitées à l'anglais, l'espagnol, l'italien, l'allemand, le portugais)

RÉSULTATS DE LA DESTINATION PARIS – ILE-DE-FRANCE SUR LA QUALITÉ RÉALISÉE

VISION GLOBALE DESTINATION

VISION GLOBALE DE LA DESTINATION

Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

2S13 : 2ème Semestre 2013
(juin 2013 - novembre 2013)

	Musées et Monuments		PAT		Cafés / Brasseries		Excursionnistes		Taxis		Hébergements
	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13
	VISION CLIENT	8,3	8,3	8,2	8,4	8,3	8,2	8,0	7,9	7,7	7,6
QUALITE DE LA PRESTATION	8,5	8,5	8,8	9,0	8,8	8,8	8,4	8,2	8,0	7,8	8,6
CŒUR DE METIER	8,8	8,9	8,7	9,1	8,8	9,0	8,8	8,1	7,7	7,4	8,6

Note inférieure ou égale à 6,0	Note comprise en 6,1 et 8,0	Note supérieure strictement à 8,0
--------------------------------	-----------------------------	-----------------------------------

↗ ↘ *Ecart à la hausse ou à la baisse supérieurs à 0,3 pts*

- **Qualité de la prestation** : Ensemble des critères constituant la prestation aujourd'hui attendue (**cœur de métier** : composé des basiques de l'accueil, des compétences des personnels (hors langues étrangères) et de la proactivité du personnel + **expérience visiteurs**, composée de l'ensemble des services d'aide à la visite : information et orientation, propreté et image, gestion des langues, gestion de l'attente, confort et sécurité)
- **Cœur de métier** : Ensemble des critères au cœur de l'activité principale, hors services constituant l'expérience visiteurs qui peuvent être pour tout ou partie délégués à des partenaires / prestataires
- **Vision Client** : Exhaustivité des critères mesurés, dont certains supposent une montée en charge progressive (accessibilité, développement durable, par ex.) ce qui a conduit à les exclure provisoirement de la qualité de la prestation

VISION GLOBALE DE LA DESTINATION

Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

- A l'échelle de la destination, **les résultats des évaluations de juin 2013 à novembre 2013 restent assez stables et sont positifs, même si des différences entre métiers** sont identifiables.
 - Seul le cœur de métier des points d'accueil touristique chute ce semestre (en lien avec la proactivité des personnels)
 - Après avoir chuté au semestre précédent, **le cœur de métier des excursionnistes remonte fortement ce semestre** (en lien avec des progrès sur la courtoisie des personnels et leurs compétences).
 - *Les résultats des excursionnistes progressent également sur la gestion des langues étrangères*
 - **Les Points d'accueil touristique et les Cafés / Brasseries** recueillent encore les **notes les plus élevées**.
 - *Avec à nouveau une progression ce semestre des services "Plus" pour les Cafés / Brasseries*
 - *Et une progression de la gestion des langues étrangères dans les PAT*
 - Les résultats des **Musées & Monuments restent stables globalement**
- Les **fondamentaux qualitatifs identifiés lors des précédentes mesures sont confortés** :
 - Que ce soit la courtoisie, les compétences des personnels (hors proactivité) ou la propreté et l'image
- Et, des **voies de progrès transverses** sont :
 - la **proactivité du personnel** *en baisse sur tous les métiers* ;
 - la **gestion de l'attente**, *plus sensiblement pour les PAT et les Excursionnistes* ;
 - l'**information-orientation**, et notamment les signalétiques et contenus des sites Internet ;
 - les **services avant / après la visite ou pendant la visite** (dont les innovations technologiques et l'intégration des logiques communautaires aux sites Internet, mais aussi les supports de visite) ;
 - et, enfin, la prise en compte des logiques **d'accessibilité pour tous** et **de développement durable**.

PAROLES DE VISITEURS-MYSTÈRE

Préparation du séjour sur Internet

"sur le site Internet on trouve toutes les informations pour préparer le séjour. Les restaurants, les hôtels, et on nous propose des parcours de promenade dans la ville, avec des parcours verts. Le site est vraiment très bien fait, on y trouve toutes les informations nécessaires."

"Site assez pauvre, peu d'informations, quelques photos, et assez vieillot dans son aspect visuel. Les informations présentes sont assez sommaires."

Gestion des langues étrangères

"Le site Internet est traduit en 5 langues, et on peut télécharger des brochures dans 8 langues."

"Le personnel parle 3 langues au minimum, et semble aussi bien maîtriser l'anglais, que le français et le russe."

"Quand on regarde bien, il n'y a que la page d'accueil du site qui est traduite en italien, tout le reste est toujours en anglais."

Proactivité du personnel

"Accueil très proactif, le personnel me demande si je viens en famille, quel âge ont mes enfants et me propose des activités liées."

"Aucune proactivité, on répond vite, trop vite à mes questions"

PAROLES DE VISITEURS-MYSTÈRE

Gestion de l'attente

"L'organisation des files d'attente est efficace malgré l'affluence, rapide et sans encombrement."

"Les files d'attente débordent sur la route, il n'y a aucune information. L'attente est assez dangereuse avec des voitures qui passent vite auprès des gens, alors qu'il y a des enfants."

"On attend deux heures sous le soleil, il n'y a pas d'eau, il fait chaud... et personne ne nous dit rien. Même quand on demande combien de temps on doit encore attendre, les agents ne savent pas nous répondre."

Information et orientation

"Des écrans diffusent de l'information claire et bien mise en valeur sur les événements de la période."

"Quand je me renseigne sur les événements de la période, on me propose d'aller acheter le Pariscope ou l'Officiel des spectacles ."

"Les informations sur le site Internet ne sont pas à jour, on y parle d'une exposition de février 2013...."

PAROLES DE VISITEURS-MYSTÈRE

Accessibilité pour tous

"Il y a une rubrique accessibilité sur le site Internet, avec plein d'informations en fonction des différents handicaps."

"Il y a des audioguides pour les aveugles, on peut toucher les sculptures, et des boucles magnétiques pour les malentendants. Ils ont pensé à tout."

"Le site n'est pas accessible aux PHMR, et les toilettes sont en sous sol avec un escalier étroit et raide."

Développement durable

"Mis en avant du rapport d'activité développement durable."

"Potager bio, vente de la production."

"Poubelle pour le tri sélectif."

"Il n'y a rien sur le développement durable."

PAROLES DE VISITEURS-MYSTÈRE

Courtoisie et compétence du personnel

"Le personnel est très accueillant, très chaleureux et sympathique, tout en étant très efficace."

"Accueil très limite, on a l'impression de déranger. Le personnel se montre froid et brusque, apparemment elle vient de se disputer avec son collègue."

"On ne se sent pas bien accueilli, on a l'impression d'être un porte monnaie qu'il faut vider."

Propreté, image et confort

"On est presque dans le luxe, tout est beau, rutilant. Le service est impeccable, le personnel est aux petits soins"

"Le personnel est bien identifiable et porte des tenues de garçons de cafés très sympas"

"Les toilettes sont sales, l'odeur est désagréable, le sol est inondé."

RÉSULTATS DE LA DESTINATION PARIS – ILE-DE-FRANCE SUR LA QUALITÉ RÉALISÉE

LES MUSÉES ET MONUMENTS



RÉSULTATS DES MUSÉES & MONUMENTS



Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier		Groupe 1		Groupe 2		Groupe 3		Groupe 4	
	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,3	8,3	8,3	8,5	8,4	8,3	8,5	8,3	8,2	8,2
QUALITE DE LA PRESTATION	8,5	8,5	8,3	8,6	8,4	8,5	8,7	8,6	8,5	8,4
CŒUR DE METIER	8,8	8,9	8,6	8,9	8,7	8,8	9,0	8,9	9,0	9,1

Note inférieure ou égale à 6,0	Note comprise en 6,1 et 8,0	Note supérieure strictement à 8,0
--------------------------------	-----------------------------	-----------------------------------

- **Vision Client** : exhaustivité des critères mesurés, dont certains supposent une montée en charge progressive (accessibilité, développement durable, par ex.) ce qui a conduit à les exclure provisoirement de la qualité de la prestation
- **Qualité de la prestation** : ensemble des critères constituant la prestation aujourd'hui attendue (cœur de métier + expérience visiteurs, composée de l'ensemble des services d'aide à la visite : information et orientation, propreté et image, gestion des langues, gestion de l'attente, confort et sécurité)
- **Cœur de métier** : ensemble des critères au cœur de l'activité principale (basiques de l'accueil, compétences et proactivité des personnels – à l'exception de la maîtrise des langues étrangères), hors services constituant l'expérience visiteurs qui peuvent être pour tout ou partie délégués à des partenaires / prestataires

RÉSULTATS DES MUSÉES & MONUMENTS



Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier		Groupe 1		Groupe 2		Groupe 3		Groupe 4	
	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,3	8,3	8,3	8,5	8,4	8,3	8,5	8,3	8,2	8,2
Basique de l'accueil	9,2	9,2	8,9	9,1	9,1	9,0	9,3	9,2	9,6	9,4
Courtoisie Personnel	9,2	9,2	8,9	9,1	9,1	9,0	9,3	9,2	9,6	9,4
Compétences spécifiques	8,3	8,6	8,1	8,7	8,1	8,5	8,7	8,6	8,4	8,7
Compétences Personnel (hors langues étrangères)	9,5	9,5	9,3	9,5	9,4	9,5	9,5	9,5	9,5	9,6
Proactivité Personnel	6,1	6,8	5,8	7,0	5,6	6,6	7,1	6,7	6,0	7,1
Expérience visiteurs	8,3	8,2	8,2	8,3	8,2	8,2	8,4	8,3	8,2	8,0
Information & Orientation	8,2	8,2	8,1	8,2	8,3	8,2	8,5	8,4	8,1	8,1
Propreté & Image	9,8	9,7	9,7	9,7	9,7	9,7	9,9	9,8	9,9	9,8
Gestion des langues étrangères	6,5	7,0	7,6	8,0	6,5	7,2	6,0	6,8	5,9	5,9
Gestion de l'attente	6,1	5,9	6,1	6,3	5,6	5,6	6,4	5,8	6,5	5,9
Confort	8,3	8,2	8,2	8,3	8,2	8,4	8,3	8,3	8,4	7,8
Services "Plus"	7,3	7,4	8,2	8,1	7,6	7,4	7,3	7,4	6,4	7,0
Service (avant / après visite)	8,5	8,7	9,4	9,5	9,0	9,0	8,1	8,6	7,6	7,6
Service (durant la visite)	8,6	8,9	9,0	9,0	8,8	8,8	8,8	9,0	7,9	8,7
Accessibilité pour tous	6,3	6,3	7,7	7,3	6,5	6,1	6,3	6,2	5,1	5,8
Développement durable	2,9	2,7	3,5	3,3	2,8	2,4	2,7	2,0	2,5	3,3

Note inférieure ou égale à 6,0

Note comprise en 6,1 et 8,0

Note supérieure strictement à 8,0

RÉSULTATS DES MUSÉES & MONUMENTS



Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier		Groupe 1		Groupe 2		Groupe 3		Groupe 4	
	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,3	8,3	8,3	8,5	8,4	8,3	8,5	8,3	8,2	8,2
SITE INTERNET	8,3	8,3	8,7	8,8	8,5	8,3	8,1	8,3	7,9	8,0
APPEL TELEPHONIQUE	8,2	8,2	7,7	8,1	8,1	8,3	8,5	8,3	8,5	8,3
ACCES AU SITE	7,9	8,1	8,2	8,3	7,9	8,2	7,9	7,9	7,5	8,0
ENTREE DANS LE SITE	8,3	8,1	7,9	8,1	8,1	8,0	8,9	8,0	8,7	8,1
BILLETTERIE	8,3	8,5	8,4	8,7	8,1	8,3	8,4	8,5	8,2	8,4
POINT D'INFORMATION DES VISITEURS	8,8	9,0	8,7	9,1	8,8	8,8	8,9	9,0	9,0	9,3
INFORMATION ECRITE	8,8	8,9	8,8	8,8	9,0	9,2	9,0	9,3	8,2	8,3

Note inférieure ou égale à 6,0

Note comprise en 6,1 et 8,0

Note supérieure strictement à 8,0

RÉSULTATS DES MUSÉES & MONUMENTS



Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier		Groupe 1		Groupe 2		Groupe 3		Groupe 4	
	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,3	8,3	8,3	8,5	8,4	8,3	8,5	8,3	8,2	8,2
VESTIAIRE AVEC PERSONNEL	9,2	9,3	9,1	9,2	9,2	9,2	9,0	9,5	9,4	9,2
AUDIO-GUIDE	9,6	9,8	9,6	9,6	9,6	9,8	9,5	9,8	9,8	9,9
ESPACES D'EXPOSITION / DE VISITE	8,4	8,4	8,6	8,7	8,2	8,3	8,6	8,5	8,1	8,1
TOILETTES	8,3	8,2	8,3	8,6	8,2	7,8	8,3	8,2	8,4	8,2
BOUTIQUE	9,4	9,4	9,2	9,4	9,3	9,3	9,6	9,6	9,6	9,4
CAFETERIA	8,9	9,1	9,0	9,3	8,8	8,8	9,0	8,9	8,9	9,4

Note inférieure ou égale à 6,0

Note comprise en 6,1 et 8,0

Note supérieure strictement à 8,0

RÉSULTATS DES MUSÉES & MONUMENTS



Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

- A l'instar des précédentes mesures, des **résultats positifs pour le métier Musées & Monuments à l'échelle de la destination** : l'ensemble des notes cœur de métier, qualité de la prestation et vision client sont supérieures à 8,0 / 10
- Au-delà de ces bons résultats, des **voies de progrès transverses sont identifiables** :
 - la **gestion de l'attente**
 - *organisation des files d'attente notamment, et information sur le temps d'attente*
 - *à noter, cependant, une amélioration notable pour les sites des groupes 3 et 4*
 - la **proactivité des personnels**
 - *prise de parole en 1^{er}, relation avec le client au-delà de la réponse stricte à ses questions, au téléphone et sur site*
 - *une thématique en net recul ce semestre, alors qu'elle était déjà en zone intermédiaire*
 - la **gestion des langues étrangères**
 - *anglais et autres langues étrangères - portugais, espagnol, allemand, italien - pour l'information statique, guides et supports de visite par ex., et au-delà de l'anglais pour les interactions humaines*
 - *un critère qui baisse sur tous les groupes sauf pour le groupe 4*
 - et enfin, la prise en compte des logiques **d'accessibilité pour tous et de développement durable** pour lesquels il faut cependant noter une bonne progression par rapport au semestre précédent
- Une **forte homogénéité des résultats entre les groupes**, avec quelques différences cependant :
 - les sites du groupe 1 apparaissent encore comme étant en avance sur la **gestion des langues étrangères**, les **services avant / après la visite (services technologiques)**.
 - à l'inverse, les sites du groupe 4 sont en retrait sur le **site Internet**, les **services avant / après la visite** et la **gestion des langues étrangères**

RÉSULTATS DE LA DESTINATION PARIS – ILE-DE-FRANCE SUR LA QUALITÉ RÉALISÉE

LES POINTS D'ACCUEIL TOURISTIQUE (PAT)



RÉSULTATS DES POINTS D'ACCUEIL TOURISTIQUE



Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier		Groupe 1		Groupe 2		Groupe 3	
	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,2	8,4	8,2	8,2	8,4	8,5	8,0	8,4
QUALITE DE LA PRESTATION	8,8	9,0	8,7	8,8	9,0	9,2	8,6	9,1
CŒUR DE METIER	8,7	9,1	8,3	8,6	9,0	9,6	9,0	9,4

Note inférieure ou égale à 6,0	Note comprise en 6,1 et 8,0	Note supérieure strictement à 8,0
--------------------------------	-----------------------------	-----------------------------------

- **Vision Client** : exhaustivité des critères mesurés, dont certains supposent une montée en charge progressive (accessibilité, développement durable, par ex.) ce qui a conduit à les exclure provisoirement de la qualité de la prestation
- **Qualité de la prestation** : ensemble des critères constituant la prestation aujourd'hui attendue (cœur de métier + expérience visiteurs, composée de l'ensemble des services d'aide à la visite : information et orientation, propreté et image, gestion des langues, gestion de l'attente, confort et sécurité)
- **Cœur de métier** : ensemble des critères au cœur de l'activité principale (basiques de l'accueil, compétences et proactivité des personnels – à l'exception de la maîtrise des langues étrangères), hors services constituant l'expérience visiteurs qui peuvent être pour tout ou partie délégués à des partenaires / prestataires

RÉSULTATS DES POINTS D'ACCUEIL TOURISTIQUE



Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier		Groupe 1		Groupe 2		Groupe 3	
	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,2	8,4	8,2	8,2	8,4	8,5	8,0	8,4
Basique de l'accueil	9,5	9,6	9,5	9,5	9,3	9,8	9,4	9,7
Courtoisie Personnel	9,6	9,6	9,5	9,5	9,4	9,8	9,4	9,7
Compétences spécifiques	8,3	8,8	7,8	8,1	8,7	9,6	8,8	9,2
Compétences Personnel (hors langues étrangères)	9,6	9,7	9,4	9,5	9,7	9,9	9,6	9,9
Proactivité Personnel	7,6	8,3	7,0	7,7	7,9	9,1	7,9	8,8
Expérience visiteurs	8,9	8,9	8,9	8,9	9,0	8,9	8,6	8,9
Information & Orientation	8,9	9,0	8,8	8,9	9,0	9,0	8,4	9,0
Propreté & Image	9,6	9,6	9,8	9,9	9,7	9,4	8,6	9,5
Gestion des langues étrangères	7,9	7,0	8,7	7,5	8,1	7,2	7,2	5,7
Gestion de l'attente	7,0	8,5	4,8	8,1	8,9	9,2	8,9	8,2
Confort	9,3	9,4	9,2	9,3	9,1	9,6	9,4	9,3
Services "Plus"	5,7	5,6	6,1	6,1	5,3	5,0	5,1	5,4
Service (avant / après visite)	5,8	5,7	6,4	6,2	5,3	5,0	5,1	5,6
Service (durant la visite)	7,7	8,3	6,6	7,0	9,1	9,6	9,1	9,2
Accessibilité pour tous	6,8	5,8	7,6	7,3	5,5	4,7	5,7	4,5
Développement durable	2,1	2,5	2,7	2,9	1,6	2,3	1,4	2,2

Note inférieure ou égale à 6,0

Note comprise en 6,1 et 8,0

Note supérieure strictement à 8,0

RÉSULTATS DES POINTS D'ACCUEIL TOURISTIQUE



Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier		Groupe 1		Groupe 2		Groupe 3	
	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,2	8,4	8,2	8,2	8,4	8,5	8,0	8,4
SITE INTERNET	7,9	7,9	8,3	8,2	7,6	7,7	7,4	7,6
APPEL TELEPHONIQUE	8,9	9,0	8,9	9,0	9,1	9,0	8,7	9,0
ACCES AU SITE	8,6	8,7	8,8	8,8	8,5	8,4	7,6	8,6
ENTREE DANS LE SITE	9,1	9,3	8,8	9,2	9,2	9,3	9,3	9,4
ACCUEIL PAR LE PERSONNEL DU POINT D'ACCUEIL TOURISTIQUE	9,2	9,6	9,0	9,3	9,4	9,9	9,1	9,7
INFORMATION - CONSEIL - VENTE	8,7	8,8	8,3	8,3	9,0	9,3	9,2	9,3
PRISE DE CONGE PAR LE PERSONNEL	8,2	8,7	7,9	8,6	8,3	9,5	8,3	8,4

Note inférieure ou égale à 6,0 Note comprise en 6,1 et 8,0 Note supérieure strictement à 8,0

RÉSULTATS DES POINTS D'ACCUEIL TOURISTIQUE



Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

- A l'instar des mesures précédentes, des **résultats positifs pour le métier Point d'Accueil Touristique à l'échelle de la destination** : les notes qualité de la prestation et vision client étant supérieures à 8,0 / 10. Le "**cœur de métier**" (courtoisie et compétences des personnels) **baisse néanmoins fortement à l'échelle du métier et sur chacun des groupes**, en lien avec une forte baisse des résultats sur la proactivité des personnels sur chacun des groupes.
- Au-delà de ces bons résultats, des **voies de progrès transverses identifiées** :
 - **La proactivité des personnels**, qui passe en zone intermédiaire sur chaque groupe
 - **la gestion des langues étrangères**
 - *En particulier pour les sites du groupe 4, significativement en retrait sur ce point*
 - *Un critère qui remonte ce semestre*
 - **La gestion de l'attente**, en baisse notamment sur le groupe 1
 - **les services avant / après la visite**
 - *Innovations technologiques et intégration des logiques communautaires et réseaux sociaux*
 - **les services durant la visite** (écran, borne multimédia, ordinateur mis à disposition des visiteurs)
 - **la prise en compte des logiques d'accessibilité pour tous et de développement durable**
- Une **forte homogénéité des résultats entre les groupes, voire entre les sites**, avec quelques différences cependant :
 - les sites du groupe 2 et 3 apparaissent comme encore en avance sur la **proactivité du personnel** (*très bien notée pour le groupe 2*) et les **services pendant la visite** ; mais ils sont davantage en **retrait sur le site Internet et l'accessibilité pour tous** ;
 - à l'inverse, les sites du groupe 1 sont en retrait sur les **services pendant la visite** ; mais ils sont en **avance sur les services avant et après la visite et l'accessibilité pour tous** (une thématique en progrès sur l'ensemble des groupes).

RÉSULTATS DE LA DESTINATION PARIS – ILE-DE-FRANCE SUR LA QUALITÉ RÉALISÉE

LES CAFÉS / BRASSERIES



RÉSULTATS DES CAFÉS & BRASSERIES



Qualité réalisée
(résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier		Gare du Nord / Gare de l'Est		Opéra / Grands Boulevards		Louvre / Rivoli	
	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,3	8,2	8,4	8,6	8,5	8,4	8,1	8,4
Basique de l'accueil	9,5	9,5	9,5	9,6	9,6	9,6	9,0	9,5
Courtoisie Personnel	9,5	9,5	9,5	9,6	9,6	9,6	9,0	9,5
Compétences spécifiques	8,4	8,6	8,3	8,8	8,9	8,9	7,8	8,8
Compétences Personnel (hors langues étrangères)	9,3	9,4	9,0	9,4	9,6	9,5	9,1	9,4
Proactivité Personnel	7,0	7,5	7,3	8,0	7,8	7,9	6,0	7,9
Expérience visiteurs	8,9	8,7	8,9	8,9	9,0	8,9	8,8	8,8
Information & Orientation	8,2	8,2	8,4	8,5	8,6	8,4	8,0	8,4
Propreté & Image	9,8	9,6	9,6	9,6	9,9	9,9	9,8	9,6
Gestion des langues étrangères	7,9	7,8	7,8	7,7	7,0	7,5	8,1	7,7
Gestion de l'attente	9,0	9,1	8,9	9,6	8,9	9,1	9,0	9,0
Confort	9,6	9,3	9,6	9,6	9,8	9,4	9,2	9,7
Services "Plus"	6,4	6,1	6,9	7,0	6,7	6,2	6,4	6,2
Service (avant / après visite)	7,3	7,4	8,6	8,6	7,4	7,2	6,9	8,3
Service (durant la visite)	8,8	8,4	8,8	8,6	9,2	8,4	9,0	8,4
Accessibilité pour tous	3,7	3,2	4,2	4,4	3,6	3,6	4,3	3,4
Développement durable	1,9	1,6	1,5	2,7	3,3	2,2	1,8	0,5

Note inférieure ou égale à 6,0

Note comprise en 6,1 et 8,0

Note supérieure strictement à 8,0

RÉSULTATS DES CAFÉS & BRASSERIES



Qualité réalisée
(résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier		Saint-Michel / Notre-Dame / Montparnasse			Montmartre		Champs-Élysées	
	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	
VISION CLIENT	8,3	8,2	8,4	8,1	8,0	8,0	8,4	7,9	
Basique de l'accueil	9,5	9,5	9,8	9,4	9,4	9,5	9,7	9,3	
Courtoisie Personnel	9,5	9,5	9,8	9,4	9,4	9,5	9,7	9,3	
Compétences spécifiques	8,4	8,6	8,7	8,5	8,0	8,3	8,4	8,3	
Compétences Personnel (hors langues étrangères)	9,3	9,4	9,7	9,4	9,1	9,5	9,4	9,0	
Proactivité Personnel	7,0	7,5	7,3	7,3	6,5	6,6	7,0	7,2	
Expérience visiteurs	8,9	8,7	9,0	8,7	8,7	8,5	8,8	8,4	
Information & Orientation	8,2	8,2	8,6	8,2	7,6	7,7	8,0	7,9	
Propreté & Image	9,8	9,6	9,8	9,7	9,7	9,5	9,8	9,5	
Gestion des langues étrangères	7,9	7,8	6,4	7,2	9,1	8,8	8,7	7,6	
Gestion de l'attente	9,0	9,1	9,0	9,2	9,4	8,8	8,7	9,1	
Confort	9,6	9,3	9,6	9,0	9,5	9,0	10,0	9,0	
Services "Plus"	6,4	6,1	6,3	5,9	5,6	5,6	6,6	6,0	
Service (avant / après visite)	7,3	7,4	6,5	6,7	6,6	6,5	7,8	7,5	
Service (durant la visite)	8,8	8,4	9,1	8,3	8,1	8,3	8,9	8,0	
Accessibilité pour tous	3,7	3,2	4,3	3,5	2,3	1,7	3,3	2,6	
Développement durable	1,9	1,6	0,8	0,9	0,6	1,6	2,9	1,5	

Note inférieure ou égale à 6,0

Note comprise en 6,1 et 8,0

Note supérieure strictement à 8,0

RÉSULTATS DES CAFÉS & BRASSERIES



Qualité réalisée
(résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier		Gare du Nord / Gare de l'Est		Opéra / Grands Boulevards		Louvre / Rivoli	
	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,3	8,2	8,4	8,6	8,5	8,4	8,1	8,4
SITE INTERNET	7,0	7,0	7,7	7,6	7,4 ↗	7,1	6,8 ↘	7,3
APPEL TELEPHONIQUE	8,9	9,0	8,5 ↘	9,3	9,3	9,1	8,6 ↘	9,0
ACCES AU SITE	7,9 ↗	7,6	7,7	7,7	8,1	8,1	8,2 ↗	7,8
ACCUEIL PAR LE PERSONNEL	8,8 ↘	9,2	8,4 ↘	9,4	9,4	9,2	8,4 ↘	9,2
SERVICE	9,1	9,0	9,2	9,2	9,3	9,2	8,9	9,1
ADDITION ET PRISE DE CONGE PAR LE PERSONNEL	9,3	9,4	9,8	9,7	9,2	9,3	9,4	9,5

Note inférieure ou égale à 6,0

Note comprise en 6,1 et 8,0

Note supérieure strictement à 8,0

RÉSULTATS DES CAFÉS & BRASSERIES



Qualité réalisée
(résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier		Saint-Michel / Notre-Dame / Montparnasse		Montmartre		Champs-Élysées	
	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,3	8,2	8,4	8,1	8,0	8,0	8,4 ↗	7,9
SITE INTERNET	7,0	7,0	7,0	6,8	6,1 ↘	6,5	6,6	6,9
APPEL TELEPHONIQUE	8,9	9,0	9,3	9,1	9,0	9,0	8,9 ↗	8,3
ACCES AU SITE	7,9 ↗	7,6	8,0 ↗	7,3	7,5 ↗	7,0	8,1	8,1
ACCUEIL PAR LE PERSONNEL	8,8 ↘	9,2	8,8 ↘	9,1	8,9	8,9	9,0	9,0
SERVICE	9,1	9,0	9,2	8,9	8,9	8,9	9,2	8,9
ADDITION ET PRISE DE CONGE PAR LE PERSONNEL	9,3	9,4	9,5 ↗	9,1	8,9 ↘	9,5	9,4 ↗	9,0

Note inférieure ou égale à 6,0

Note comprise en 6,1 et 8,0

Note supérieure strictement à 8,0

RÉSULTATS DES CAFÉS & BRASSERIES



Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

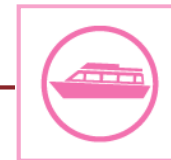
- A l'instar des mesures précédentes, des **résultats stables et positifs pour le métier Café / Brasserie à l'échelle de la destination** : l'ensemble des notes cœur de métier, qualité de la prestation et vision client étant supérieures à 8,0 / 10.
- Au-delà de ces bons résultats, des **voies de progrès transverses identifiées** :
 - la **proactivité du personnel** ; *un critère en recul ce semestre et ce quel que soit le quartier*
 - la **gestion des langues étrangères** et notamment de **l'anglais**
 - les **services avant / après la visite** (contenus des sites Internet)
 - la prise en compte des logiques **d'accessibilité pour tous** et **de développement durable**, *avec là-aussi une tendance à l'amélioration*
 - l'**accès au site** (information présente à l'extérieur : menu traduit, moyens de paiement, horaires d'ouverture)
- Une **forte homogénéité des résultats selon les quartiers, voire entre les sites**, même si des différences se font sentir :
 - Le Quartier de *Louvre / Rivoli* se distingue néanmoins par des résultats en retrait notamment sur la prestation du personnel, et la proactivité du personnel
 - A l'inverse, les quartiers *Saint-Michel / Notre-Dame / Montparnasse* et *Champs-Élysées* progressent quant à eux fortement ce semestre

RÉSULTATS DE LA DESTINATION PARIS – ILE-DE-FRANCE SUR LA QUALITÉ RÉALISÉE

LES EXCURSIONNISTES



RÉSULTATS DES EXCURSIONNISTES



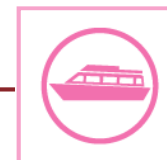
Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier	
	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,0	7,9
QUALITE DE LA PRESTATION	8,4	8,2
CŒUR DE METIER	8,8 ↗	8,1

Note inférieure ou égale à 6,0	Note comprise en 6,1 et 8,0	Note supérieure strictement à 8,0
--------------------------------	-----------------------------	-----------------------------------

- **Vision Client** : exhaustivité des critères mesurés, dont certains supposent une montée en charge progressive (accessibilité, développement durable, par ex.) ce qui a conduit à les exclure provisoirement de la qualité de la prestation
- **Qualité de la prestation** : ensemble des critères constituant la prestation aujourd'hui attendue (cœur de métier + expérience visiteurs, composée de l'ensemble des services d'aide à la visite : information et orientation, propreté et image, gestion des langues, gestion de l'attente, confort et sécurité)
- **Cœur de métier** : ensemble des critères au cœur de l'activité principale (basiques de l'accueil, compétences et proactivité des personnels – à l'exception de la maîtrise des langues étrangères), hors services constituant l'expérience visiteurs qui peuvent être pour tout ou partie délégués à des partenaires / prestataires

RÉSULTATS DES EXCURSIONNISTES



Qualité réalisée
(résultats juin 2013 - novembre 2013)

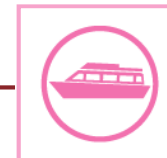
	Métier	
	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,0	7,9
Basique de l'accueil	9,2 ↗	8,4
Courtoisie Personnel	9,2 ↗	8,4
Compétences spécifiques	8,3 ↗	7,7
Compétences Personnel (hors langues étrangères)	9,6 ↗	9,1
Proactivité Personnel	7,2 ↗	6,5
Expérience visiteurs	8,2	8,2
Information & Orientation	7,6	7,6
Propreté & Image	9,4	9,7
Gestion des langues étrangères	9,8 ↗	9,0
Gestion de l'attente	6,6 ↘	7,2
Sécurité	9,6	9,8
Confort	8,1 ↗	7,6
Services "Plus"	6,4	6,7
Service (avant / après visite)	7,5	7,7
Service (durant la visite)	8,4 ↘	8,8
Accessibilité pour tous	3,3	3,5
Développement durable	1,5	1,7

Note inférieure ou égale à 6,0

Note comprise en 6,1 et 8,0

Note supérieure strictement à 8,0

RÉSULTATS DES EXCURSIONNISTES

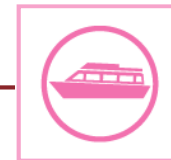


Qualité réalisée
(résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier	
	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,0	7,9
SITE INTERNET	6,9 ↘	7,3
APPEL TELEPHONIQUE	8,9 ↗	8,4
ACCES AU POINT DE VENTE	7,8 ↘	8,1
ACHAT DE VOTRE BILLET	8,3	8,1
REALISATION DU TOUR	8,0	7,9
TOILETTES	6,0 ↗	5,6
BOUTIQUE	9,8 ↗	8,9
CAFETERIA	9,8 ↗	8,5

Note inférieure ou égale à 6,0	Note comprise en 6,1 et 8,0	Note supérieure strictement à 8,0
--------------------------------	-----------------------------	-----------------------------------

RÉSULTATS DES EXCURSIONNISTES



Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

- Des **résultats plutôt positifs pour le métier Excursionnistes à l'échelle de la destination** : les notes de vision client, de cœur de métier et qualité de la prestation étant supérieures ou égales à 8,0 / 10.
 - A noter, la forte progression du cœur de métier ce semestre (-0,6 point)
- Des **voies de progrès transverses sont identifiées** :
 - la **proactivité des personnels** (en lien avec la prise de parole en premier, le renseignement spontané, le renseignement clair sur le fonctionnement du produit)
 - *Cette thématique progressant ce semestre (+ 0,7 point)*
 - la **gestion de l'attente** (en lien avec le manque d'organisation de l'espace file d'attente et une présence limitée de zone d'assise)
 - *A noter, une baisse ce semestre (- 0,6 point)*
 - **l'information et l'orientation des visiteurs** (affichage de l'offre, des moyens de paiement acceptés, des modalités du service)
 - les **services avant / après la visite** (contenus des sites Internet, et notamment logiques communautaires – testimoniaux clients)
 - la prise en compte des logiques **d'accessibilité pour tous** et **de développement durable**
 - *Avec également une nette amélioration ce semestre*
 - le **confort de visite sort de la zone intermédiaire ce semestre**
- Ces logiques pesant particulièrement sur certaines étapes : **site Internet, accès au point de vente, réalisation du tour** (indication du point de départ, organisation de la file d'attente, information sur les éventuels retards et information sur les moyens de paiement) et **toilettes** (indication de toilettes pour les PHMR).

RÉSULTATS DE LA DESTINATION PARIS – ILE-DE-FRANCE SUR LA QUALITÉ RÉALISÉE

LES TAXIS



RÉSULTATS DES TAXIS



Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier	
	2S13	1S13
VISION CLIENT	7,6	7,6
QUALITE DE LA PRESTATION	7,8	7,8
CŒUR DE METIER	7,5	7,4

Note inférieure ou égale à 6,0	Note comprise en 6,1 et 8,0	Note supérieure strictement à 8,0
--------------------------------	-----------------------------	-----------------------------------

- **Vision Client** : exhaustivité des critères mesurés, dont certains supposent une montée en charge progressive (accessibilité, développement durable, par ex.) ce qui a conduit à les exclure provisoirement de la qualité de la prestation
- **Qualité de la prestation** : ensemble des critères constituant la prestation aujourd'hui attendue (cœur de métier + expérience visiteurs, composée de l'ensemble des services d'aide à la visite : information et orientation, propreté et image, gestion des langues, gestion de l'attente, confort et sécurité)
- **Cœur de métier** : ensemble des critères au cœur de l'activité principale (basiques de l'accueil, compétences et proactivité des personnels – à l'exception de la maîtrise des langues étrangères), hors services constituant l'expérience visiteurs qui peuvent être pour tout ou partie délégués à des partenaires / prestataires

RÉSULTATS DES TAXIS



Qualité réalisée
(résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier	
	2S13	1S13
VISION CLIENT	7,6	7,9
Basique de l'accueil	8,9	8,8
Courtoisie Personnel	8,9	8,8
Compétences spécifiques	6,5 ↘	7,2
Compétences Personnel (hors langues étrangères)	9,0 ↘	9,4
Proactivité Personnel	4,1 ↘	5,0
Expérience visiteurs	8,2	8,4
Information & Orientation	7,5 ↘	8,0
Propreté & Image	9,5	9,6
Gestion des langues étrangères	7,6 ↗	6,7
Gestion de l'attente	6,6 ↘	7,5
Sécurité	8,9	9,3
Confort	9,9	9,8
Services "Plus"	6,3	6,4
Service (avant / après visite)	8,1 ↘	8,7
Service (durant la visite)	6,5 ↘	7,0
Accessibilité pour tous	3,0 ↗	1,4
Développement durable	2,0	2,1

Note inférieure ou égale à 6,0

Note comprise en 6,1 et 8,0

Note supérieure strictement à 8,0

RÉSULTATS DES TAXIS



Qualité réalisée
(résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier	
	2S13	1S13
VISION CLIENT	7,6	7,9
SITE INTERNET	8,2	8,0
APPEL TELEPHONIQUE	8,6	9,3
STATION DE TAXIS	6,8	8,4
TAXI	7,0	6,9
CHAUFFEUR	7,3	7,6
PAIEMENT	8,6	8,4

Note inférieure ou égale à 6,0	Note comprise en 6,1 et 8,0	Note supérieure strictement à 8,0
--------------------------------	-----------------------------	-----------------------------------

RÉSULTATS DES TAXIS



Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

- Des **résultats en retrait pour le métier Taxis à l'échelle de la destination** : l'ensemble des notes qualité de la prestation, cœur de métier et vision client étant inférieures à 8,0 / 10.
- Des voies de progrès transverses identifiées :
 - la **proactivité des chauffeurs** (serviabilité auprès des PHMR, ouverture de la porte passager, prise de parole en premier, proposition d'itinéraire, demande d'ouverture ou de fermeture des vitres, demande la mise en marche de la radio, gestion du volume sonore de la radio)
 - la **gestion des langues étrangères** (traduction du site Internet, traduction des informations pratiques dans le véhicule),
 - les **services durant la visite** (recours au GPS, paiement pas CB),
 - la **gestion de l'attente** (attente de plus de 3 sonneries au téléphone, présence d'un agent en station)
 - **l'information et l'orientation** (information sur le temps et le coût de la course, information sur les moyens de paiement)
 - la prise en compte des logiques **d'accessibilité pour tous** et **de développement durable**
- Avec deux séquences qui concentrent les évaluations négatives :
 - la **relation avec le chauffeur** (courtoisie, maîtrise des langues)
 - Et le **site Internet**

RÉSULTATS DE LA DESTINATION PARIS – ILE-DE-FRANCE SUR LA QUALITÉ RÉALISÉE

LES HÉBERGEMENTS

RÉSULTATS DES HÉBERGEMENTS

Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier
	2S13
VISION CLIENT	8,4
QUALITE DE LA PRESTATION	8,6
CŒUR DE METIER	8,6

Note inférieure ou égale à 6,0	Note comprise en 6,1 et 8,0	Note supérieure strictement à 8,0
--------------------------------	-----------------------------	-----------------------------------

- **Vision Client** : exhaustivité des critères mesurés, dont certains supposent une montée en charge progressive (accessibilité, développement durable, par ex.) ce qui a conduit à les exclure provisoirement de la qualité de la prestation
- **Qualité de la prestation** : ensemble des critères constituant la prestation aujourd'hui attendue (cœur de métier + expérience visiteurs, composée de l'ensemble des services d'aide à la visite : information et orientation, propreté et image, gestion des langues, gestion de l'attente, confort et sécurité)
- **Cœur de métier** : ensemble des critères au cœur de l'activité principale (basiques de l'accueil, compétences et proactivité des personnels – à l'exception de la maîtrise des langues étrangères), hors services constituant l'expérience visiteurs qui peuvent être pour tout ou partie délégués à des partenaires / prestataires

RÉSULTATS DES HÉBERGEMENTS

Qualité réalisée
(résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier
	2S13
VISION CLIENT	8,4
Basique de l'accueil	9,6
Courtoisie Personnel	9,6
Compétences spécifiques	8,1
Compétences Personnel (hors langues étrangères)	8,8
Proactivité Personnel	6,4
Expérience visiteurs	8,6
Information & Orientation	8,6
Propreté & Image	8,7
Gestion des langues étrangères	9,2
Gestion de l'attente	6,8
Sécurité	Non posé
Confort	9,4
Services "Plus"	7,7
Service (avant / après visite)	8,9
Service (durant la visite)	9,3
Accessibilité pour tous	5,0
Développement durable	0,6

Note inférieure ou égale à 6,0

Note comprise en 6,1 et 8,0

Note supérieure strictement à 8,0

RÉSULTATS DES HÉBERGEMENTS

Qualité réalisée
(résultats juin 2013 - novembre 2013)

	Métier	
	2S13	1S13
VISION CLIENT	8,4	8,4
SITE INTERNET	8,5	8,6
APPEL TELEPHONIQUE	8,7 ↗	8,3
ACCES AU SITE	7,4 ↗	4,3
ACCUEIL A L'ENTREE	7,6 ↗	5,0
SEJOUR	8,8 ↘	9,5
DINER	7,9	NO
PETIT-DEJEUNER	8,5 ↘	10,0
HOTEL DANS SON ENSEMBLE	7,5	8,0
CHECK OUT	9,5	10,0

Note inférieure ou égale à 6,0

Note comprise en 6,1 et 8,0

Note supérieure strictement à 8,0

RÉSULTATS DES HÉBERGEMENTS

Qualité réalisée (résultats juin 2013 - novembre 2013)

- De très bons résultats **pour le métier Hébergement à l'échelle de la destination** : l'ensemble des notes qualité de la prestation, cœur de métier et vision client étant supérieures à 8,0 / 10.
- Des voies de progrès transverses identifiées :
 - la **proactivité du personnel** (proactivité lors de l'accueil des visiteurs, proactivité lors du service, proactivité au téléphone)
 - la **gestion de l'attente** (gestion de l'attente lors de l'entrée dans l'établissement),
 - la prise en compte des logiques **d'accessibilité pour tous** et **de développement durable**
- Avec trois séquences qui concentrent les évaluations négatives :
 - L'accès au site (information pour trouver son chemin vers l'établissement)
 - L'accueil à l'entrée de l'établissement
 - Le dîner