**96 ENGAGEMENTS NATIONAUX DE QUALITE**

**Politique du tourisme français**

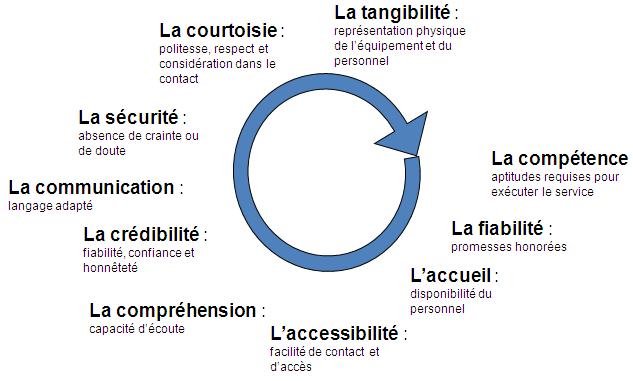
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | | | | | | |  | |  | |  | | | | | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | |  |
|  |  | | | | | | |  | |  | |  | | | | | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | |  |
| **LEXIQUE DES ENGAGEMENTS NATIONAUX DE QUALITE** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
|  |  |  | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
|  |  |  | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **Les 9 catégories d'engagements** | | **Nb Engag.** | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
|  |  |  | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **COM** | Information et communication | *13* | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **AP** | Attitude du personnel | *9* | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **CDP** | Compétences du personnel | *19* | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **AC** | Atmosphère et confort des lieux | *16* | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **PE** | Propreté et entretien des lieux et des équipements | *16* | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **E** | Equipements | *11* | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **PDT** | Produits de la table | *3* | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **VR** | Valorisation des resssources locales | *6* | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **S** | Informations sur la sécurité | *5* | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
|  |  |  | | | |  | |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **Les secteurs et sous-secteurs d'activités** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
|  |  |  | | | | | |  |  | | | | | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **PDT - Activités de promotion des destinations touristiques (3)** | |  | **HR - Activité d'hébergements touristiques**  **et de restauration (9)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **AG** | Agents de voyage / Tours opérateurs / Distributeurs |  | **H** | | Hôtellerie | | | | | |  | | | | |  | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **SL** | Séjours Linguistiques |  | | **B** | | | Bars / Brasseries | | | | | |  | | | |  | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **OT** | Offices de Tourisme / Syndicats d'initiative |  | | **R** | | | Restauration | | | | | |  | | | |  | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
|  |  |  | | **RT** | | | Résidences de Tourisme | | | | | |  | | | |  | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **TR - Activités de transport (2)** | |  | | **C** | | | Camping | | | | | |  | | | |  | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **AU** | Autocaristes |  | | **M** | | | Meublés | | | | | |  | | | |  | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **LV** | Loueurs de véhicules |  | | **CH** | | | Chambres d'hôtes | | | | | |  | | | |  | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
|  |  |  | | **VV** | | | Village Vacances | | | | | |  | | | |  | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **TA - Activités liées au tourisme d'Affaires (1)** | |  | | **HC** | | | Hébergements Collectifs | | | | | |  | | | |  | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
| **AA** | Palais et salles de congrès |  | |  | | |  | | | | | |  | | | |  | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |
|  |  | | | | | | |  | |  | |  | | | | | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | |  |
|  |  | | | | | | |  | |  | |  | | | | | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | |  |
|  |  | | | | | | |  | |  | |  | | | | | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | |  |
|  |  | | | | | | |  | |  | |  | | | | | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | |  |
|  |  | | | | | | |  | |  | |  | | | | | | | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PROMOTION |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 | Utilisation de moyens de communication sous différentes formes (presse, et/ou radio/TV, et/ou Internet, ….) et différents niveaux (local et/ou régional, et/ou départemental, et/ou national, et/ou international). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Mise à disposition et diffusion d'un guide complet et fiable des différents unités, régulièrement réactualisé (si pertinent). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | RESERVATION / DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS EN AMONT DE LA PRESTATION |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Le personnel doit téléphoniquement accueillir le client de manière aimable, souriante, courtoise, chaleureuse, en utilisant des formules de politesse adaptées. Il en est de même pour la prise de congé. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | La réponse au téléphone doit être rapide : maximum 5 sonneries ; possibilité de laisser un message sur un répondeur ou renvoi à un autre numéro. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | L'identité du site/prestation doit être précisée dans la formule d'accueil. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | En chambres d'hôtes et Meublés, si l'établissement n'a pas de nom spécifique, l'habitant peut donner son nom de famille. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge (nombre de personnes, de nuits pour un établissement hôtelier, date et heure d'arrivée et orthographe du nom, présence d'enfants et d'animaux…). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Dans le cadre d'une demande d'informations ou d'une réservation, les informations transmises aux clients doivent être précises et complètes : |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour un établissement hôtelier : conditions tarifaires, modes de règlement, explications spontanées concernant l'accès à l'hôtel… |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour un camping : tarifs, proximité… |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour une compagnie aérienne : le tarif le plus bas disponible au moment de la demande, un délai de 24 heures pour confirmer ou annuler sans frais sa réservation téléphonique lorsque le billet n'est pas encore acheté, toutes les informations commerciales et opérationnelles concernant le voyage, informer le client dans le cas d'un vol effectué par une Compagnie partenaire... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour un restaurant : Explication spontanée sur l'accès au restaurant |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les chambres d'hôtes et meublés, les informations sont plus complètes lorsque la réservation est faite sur la centrale par rapport aux réservations faites directement chez l'habitant. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les autocaristes : la classe d'autocars utilisée doit être communiquée. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | La confirmation de la prise en compte de la demande du client doit être réalisée de manière détaillée dans le but de rassurer le client (Reformulation détaillée de la réservation // date pour un restaurant). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | L'envoi d'informations ou la confirmation d'une réservation par courrier doit correspondre à la demande du client, doit intégrer un détail sur les services, les horaires, les activités, ….et être fait sous 72 heures, sauf en cas de réservation de dernière minute. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | ACHEMINEMENT SUR LE LIEU |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | La signalétique d'accès aux sites doit être visible, lisible, uniforme, et doit faciliter la localisation du site. (si existante et autorisée) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11 | Le fléchage de proximité doit être efficace, visible et en bon état. (si existant et autorisé) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | SIGNALETIQUE A L'ARRIVEE SUR LE LIEU |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12 | Les enseignes et signalétiques présentes sur la façade de l'unité doivent être actualisées et apposées de façon visible et conformes à la charte graphique du réseau (si appartenance à un réseau) (plaque Accueil ou avec le nom de l'établissement, panneau de classement "Tourisme", panonceau de classification du car à l'entrée du véhicule). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 13 | L'affichage d'informations utiles aux clients (prix, horaires, cartes et menus…) doit être parfaitement lisible et compréhensible, en plusieurs langues (traduit au moins en une langue suivant la fréquentation de l'établissement), et bien présenté. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les chambres d'hôtes, il ne s'agit pas de l'affichage des cartes et menus mais de la formule de restauration, car généralement une seule formule est proposée. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | EXTERIEURS DE L'ETABLISSEMENT |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 14 | Un parking/garage privé ou une possibilité de stationnement (gratuit ou payant) doit être mis à la disposition du client. (autant que possible) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15 | Les extérieurs doivent bénéficier d'un éclairage (abords, parking, entrée, enseigne) en bon état. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 16 | Si les extérieurs sont aménagés, ils doivent être équipés de manière confortable avec du mobilier de qualité : terrasse avec mobilier de jardin, barbecue (si possible), chaises longues…... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 17 | Le cadre authentique doit être conservé et la culture du pays ou de la région doit être respectée (utilisation de matériaux naturels et régionaux pour les constructions),…ou bien il doit y avoir une intégration architecturale certaine. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 18 | Les extérieurs doivent être agrémentés de végétation, fleurs, arbres…espaces verts. (si existants) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 19 | Les extérieurs doivent être propres et en bon état (chemins d'accès, parking, espaces verts, terrasse, piscine et mobilier de jardin si présent, façades, toitures, enseignes et signalétique, portes, fenêtres et éclairages). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | ACCUEIL DU CLIENT - SUIVI PENDANT LA PRESTATION - DEPART |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 20 | La tenue et la présentation du personnel d'accueil doivent être soignées, propres et en harmonie avec le site ou conformes à la norme en place. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | En chambres d'hôtes et Meublés, quand l'accueil est réalisé par l'habitant, la tenue doit être propre. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 21 | Les temps d'attente et des files d'attente doivent être gérés de manière optimale et organisée. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les Autocaristes, il s'agit dans ce cas de la gestion de l'attente quand retard des autocars. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les villages vacances, l'attente peut être gérée par un rafraîchissement offert dans un espace d'accueil. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 22 | Le personnel doit accueillir le client de manière aimable, souriante, courtoise, chaleureuse, en utilisant des formules de politesse adaptées. Il en est de même pour la prise de congé. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 23 | Le personnel doit être présent, disponible et attentif lors de l'accueil et de la prestation. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les meublés, le propriétaire n'est pas toujours disponible mais il doit laisser un numéro de portable et organiser l'accueil (définir avec le client une heure de rendez-vous). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les chambres d'hôtes, le proriétaire doit être au moins présent lors de l'accueil et du départ. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 24 | Prise en compte du client de façon optimum, collecte et recherche des informations, reformulation des données, enregistrement rapide et complet. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | HR - Recherche de la réservation, identification des besoins du client |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | TR - Etre à l'écoute des besoins et des attentes des clients afin de mieux les satisfaire |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | PDT - Prise en considération des besoins et demandes du client, exploitation de la phase de découverte |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | TA - Collecte des informations complémentaires sur les besoins du client afin de lui proposer une offre la plus adaptée |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 25 | Les informations téléphoniques données au client pendant la prestation, doivent être rapides, courtoises et efficaces. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 26 | La prise en charge du client doit se faire par une personne habilitée et formée. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Personne qualifiée, formée pour le poste/métier auquel elle est rattachée. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les chambres d'hôtes, la prise en charge se fait généralement par l'habitant. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 27 | La prise en charge du client peut être faite en plusieurs langues (une langue étrangère minimum), avec des documents dans la langue parlée par le client (autant que possible selon la fréquentation de l'établissement). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Autocars : engagement qui peut être rempli par le chauffeur et/ou l'accompagnateur. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 28 | Le client est accompagné et assisté dans son installation ou des indications claires lui sont données pour s'y rendre (Prise en charge des bagages, et des vêtements pour un restaurant par exemple). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 29 | Le personnel doit être à même de renseigner, conseiller et répondre aux clients de façon précise et complète, avec toutes les informations nécessaires. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | HR - Présentation des infrastructures, renseigner et sensibiliser le client sur le patrimoine régional et les richesses, conseiller des plats de la carte… |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | TR - Répondre aux attentes des clients, sans délai, rassurer le client en cas de retard, ou problème; Informer le client sur les horaires et les informations relatives aux voyages. Pour les autocaristes, il s'agira des informations données par le guide. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | PDT - Apporter rapidement des réponses claires et pertinentes. Proposer les alternatives, envoyer les documents nécessaires, relatifs à la demande. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | TA - Conseiller le client, utiliser des arguments pertinents, valider la conformité de l'offre, fournir les informations demandées. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 30 | Présenter de manière attractive les différents services, en donnant les informations nécessaires. (si services annexes existants) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | HR - Présentation des services disponibles, des infrastructures accessibles aux clients, présentation de la carte en proposant un apéritif, échange et dialogue sur les produits de la carte |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | TR - Chercher à obtenir le meilleur tarif, informer le client sur les services accessibles en fonction de sa classe de transport |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | TA - Fournir un devis détaillé et conforme aux demandes du client en terme de contenu et de délai. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 31 | L'espace d'accueil est ordonné, propre, en bon état, et accessible. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les séjours linguistiques, les organismes ne font pas d'accueil du client en face à face pour l'achat de séjours, il s'agira donc ici des écoles de langues. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 32 | L'espace d'accueil est ouvert pour recevoir le client, il est accueillant, avec une décoration adaptée (fleurs, bonbons...). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 33 | Les informations utiles (tarif, prix, services, horaires, moyens de paiement acceptés) sont présentes, de façon lisible et visible, sur un support adapté propre et en bon état. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 34 | La découverte de la région est valorisée par la mise à disposition du client de la documentation régionale et des informations touristiques écrites et orales (circuits touristiques, randonnées, visites/distractions culturelles…). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 35 | Le client bénéficie d'une assistance permanente tout au long de la prestation. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour des compagnies de transport : gestion des retards, informations données au client, assistance et compensation |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les agences de voyage : si problème durant son voyage, le client peut contacter le service d'appel 24h/24. S’engager pour les voyages en groupe sur une assistance en langue française ou européenne dans le pays de destination |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les séjours linguistiques : bénéficier d'un encadrement permettant d'assurer sa sécurité pendant les phases de transport prévues au contrat. Chaque participant est suivi et épaulé par un représentant local. Changement de famille si problème en cours de séjour |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Le centre de congrès met à disposition du client un interlocuteur exclusivement dédié à sa manifestation s'assurant du suivi et du bon déroulement de l'ensemble des prestations liées au congrès ou à la convention. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les hébergements : présence de personnel 24h/24 ou d'un numéro d'urgence en cas de besoin d'informations ou autres, gestion des réclamations clients (ampoules grillées dans la chambre, TV en panne..) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour la restauration : personnel à disposition durant tout le repas pour répondre aux demandes supplémentaires ou spécifiques du client (demande de garnitures supplémentaires, mauvaise cuisson de la viande…) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 36 | Facturation efficace : clarté, précision, conformité de la facture par rapport aux prestations achetées, rapidité des formalités. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 37 | Le départ du client s'accompagne d'une prise de congé chaleureuse, aimable et souriante avec remerciements. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | ESPACES COMMUNS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 38 | Un espace d'accueil ou de détente (lecture, jeux, TV…) confortable doit être mis à la disposition du client. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les Offices de tourisme, il s'agira d'un endroit où le client peut s'asseoir et prendre des notes. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les Salles de congrès, un espace privatif est dédié à tout client organisateur de congrès ou de convention. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les Chambres d'hôtes, le salon mis à disposition peut ne pas être spécifique aux hôtes. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 39 | Possibilité de mettre à la disposition du client, un moyen de communication vers l'extérieur, dans le cas où il en ferait la demande (point phone ou téléphone de l'établissement). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les chambres d'hôtes : cela est variable selon le niveau de confort, des clients souhaitent ne pas être joignables. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 40 | Le client doit bénéficier de parties communes non bruyantes et offrant une température agréable. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les villages vacances où il y a beaucoup d'enfants, il ne faut pas prendre en considération la notion de bruit. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Si présence d'une cheminée et/ou poêle, si possible allumés |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 41 | Les infrastructures doivent être confortables, harmonieuses, ordonnées et accueillantes dans la décoration et le mobilier utilisé. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les Hébergements collectifs : aspect chaleureux et fonctionnel. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les Palais et salle de congrès : présence d'équipements pour la bonne réalisation de convention ou congrès. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les Chambres d'hôtes : personnalisation, raffinement. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 42 | L'établissement doit être équipé pour l'accès aux personnes à mobilité réduite, aux poussettes et aux personnes âgées. (dans la mesure du possible) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 43 | Une signalétique claire, visible, homogène et en bon état doit être en place au niveau des parties communes (comptoirs de réception, sanitaires, ...). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 44 | L'éclairage doit être adapté, suffisant et en bon état de fonctionnement. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 45 | Les revêtements muraux, sols et plafonds, mobilier, matériel et équipements disponibles doivent être propres et en bon état. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 46 | Les affichages sur les consignes de sécurité et les informations clients (panneaux, signalétiques) doivent être parfaitement visibles, propres et en bon état. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Affichage des plans d'évacuation et numéros de téléphone d'urgence |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | LIEU PRIVATIF DU CLIENT |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 47 | Les affichages sur les consignes de sécurité et d'évacuation sont parfaitement visibles, propres et en bon état. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 48 | L'affichage des prix et consignes doit être propre, lisible, dans un encadrement de qualité et esthétique. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 49 | Présence d'informations utiles pour le client avec les services, les informations pratiques, les activités, des informations sur la région… |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les chambres d'hôtes, les informations sont présentes soit dans l'espace d'accueil soit dans le lieu privatif du client. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 50 | L'hébergement doit être soigné, chaleureux, agréable et confortable, tant dans la décoration que l'agencement, avec si possible une touche régionale. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 51 | L'hébergement doit être agencé de façon optimale afin de permettre d'accueillir les différents types de clientèle et offrir suffisamment de surface pour se mouvoir et ranger ses affaires. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 52 | L'hébergement est doté d'un mobilier minimum pour le confort du client. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour l'hôtellerie : Literie, chevet, plan de travail, penderie, porte-bagages, fauteuil, coin salon… |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les Meublés : Prise en compte des équipements pour les coins cuisine, salon, et repas. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 53 | Les revêtements muraux, sols et plafonds, mobilier et les équipements doivent être propres et en bon état et en harmonie avec la décoration de la chambre. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 54 | La literie est confortable et de qualité, avec les équipements nécessaires (oreillers traversins, couverture…). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 55 | Le linge de lit doit être propre et en bon état. Le linge doit être renouvelé après chaque passage client. (si linge fourni) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 56 | L'hébergement doit être doté d'éléments de confort divers pour le client en bon état de fonctionnement et propres. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Exemple : télévision, téléphone, hi fi, réveil, accès Internet, prise modem, coffre fort, papier à lettre, sous mains, plateau de courtoisie, bouteille d'eau, cadeau d'accueil, moustiquaires… |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 57 | L'hébergement doit être isolé, non bruyant, avoir un système d'aération et de ventilation performant (ouverture sur l'extérieur), et être équipé de chauffage afin de permettre au client de régler la température ambiante et d'une climatisation dans les DOM TOM. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 58 | L'hébergement doit être doté au minimum d'une ouverture vers l'extérieur pour la lumière naturelle et être équipé d'un système d'éclairage optimal, sur divers points, en bon état de fonctionnement. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 59 | L'hébergement doit être équipé d'un système d'occultation efficace de toutes les ouvertures extérieurs, par un système de volet, store, rideaux, .. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | SANITAIRES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 60 | Les toilettes doivent être dotées d'un équipement minimum pour le confort du client. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Individuelles : poubelle à pédale, brosse WC, papier en quantité |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Communes : essuie-mains tissu / papier ou électrique, savon ou distributeurs, poubelle à pédale, brosse WC, papier en quantité etc. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les OT et les Agences de voyage, ce critère ne les engage que dans la mesures où les toilettes sont ouvertes au public. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 61 | La salle de bains doit être dotée d'un équipement minimum pour le confort du client. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Individuelle : douche/baignoire, lavabo, miroir, savon, verre à dents, linge de toilette (optionnel), prises, porte-serviettes, chauffage d'appoint si absence de radiateurs... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Commune : douches, lavabos, savons avec porte-savons, patère dans chaque douche |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 62 | Les revêtements muraux, sols et plafonds et les équipements (robinetterie, joints, lavabo, miroir, WC, chasse d'eau, VMC // Douche, baignoire, sèche-cheveux, linge de toilette si existants) doivent être en bon état et propres. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les OT et les Agences de voyage, ce critère ne les engage que dans la mesures où les toilettes sont ouvertes au public. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 63 | Les sanitaires situés dans les espaces communs, doivent être séparés entre hommes et femmes. (dans la mesure du possible) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 64 | Les sanitaires doivent être équipés pour l'accès aux personnes à mobilité réduite. (dans la mesure du possible) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 65 | Le système d'évacuation et de distribution des fluides doit être optimal (bon débit d'eau et eau chaude en quantité suffisante, évacuation des eaux usées efficace). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les OT et les Agences de voyage, ce critère ne les engage que dans la mesures où les toilettes sont ouvertes au public. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 66 | L'éclairage doit être suffisant et bon état de fonctionnement. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 67 | Les sanitaires doivent être bien ventilés (VMC, ouverture/fenêtre, extraction d'air, absence de mauvaises odeurs…). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les OT et les Agences de voyage, ce critère ne les engage que dans la mesures où les toilettes sont ouvertes au public. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | LIEU DE RESTAURATION : environnement, mise en place, équipement |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 68 | Le restaurant doit mettre en valeur le caractère régional, ou bien présenter un intérêt architectural certain et/ou intégré, avec mise en place de décorations notamment végétales (fleurs, plantes), le tout étant harmonieux. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 69 | Le restaurant doit être aménagé et décoré de manière à le rendre accueillant, chaleureux et convivial, confortable, avec une température ambiante agréable, une ventilation et un éclairage efficace. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 70 | Les revêtements muraux, sols et plafonds de la salle de restaurant et le mobilier du restaurant (tables, chaises, fauteuils, consoles, guéridon,..) sont propres et en bon état. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 71 | La mise en place de la table doit être faite avec goût et avec des éléments (nappe, sets, serviettes, couverts, verres, assiettes, ménagères) propres, secs et en bon état, non dépareillés. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 72 | L'espace cuisine doit être propre, en bon état, avec des outils de production à l'hygiène irréprochable. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | SERVICE RESTAURATION |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 73 | Le client doit être servir de manière aimable, souriante, courtoise, chaleureuse, en utilisant des formules de politesse adaptées. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 74 | La tenue et la présentation du personnel doivent être soignées, propres et en harmonie avec le site ou conformes aux consignes. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | La présentation du personnel est soignée (des cheveux coiffés et propres, cheveux mi-longs ou longs attachés, des mains et ongles propres). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | La tenue vestimentaire du personnel doit être propre et nette. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 75 | Possibilité de restauration minimum ou légère (horaires de service flexibles et/ou plateau repas et/ou distributeurs de plats cuisinés) afin de répondre aux clientèles de séjour, d'affaires, familiales et étrangères (selon la nature de la clientèle accueillie par l'établissement). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 76 | Le service doit être efficace et attentionné, l'attente entre les plats doit être gérée. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Prise de commande, service,…. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 77 | Les cartes de menus doivent être soignées et attractives, lisibles (propres et non abîmées ; non surchargées ni raturées), avec une mise en avant des plats (valorisation des plats du jour et/ou spécialités maison). Possibilité de mise à disposition du client, d'une carte en anglais au minimum. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | PRODUITS DE LA TABLE (trois repas) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 78 | Offre de boissons et plats régionaux de tradition, élaborés à base de produits locaux et régionaux (un apéritif, un vin, un plat, un dessert local, selon les spécificités gastronomiques locales) et/ou offre d'une cuisine de qualité en adéquation avec l'inspiration choisie pour la restauration. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 79 | Les produits servis doivent être de qualité et d'une fraîcheur exemplaire. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 80 | Les plats doivent servis en quantité suffisante et la présentation des plats doit être soignée et attractive. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 81 | L'offre des produits de la table doit être variée au niveau de la carte et/ou sur la durée du séjour. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | BAR |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 82 | Le cadre du bar doit être soigné, accueillant et créer une ambiance adaptée. Le mobilier est confortable, propice à la détente, en harmonie avec le décor. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 83 | Les revêtements, le mobilier et la vaisselle utilisée (verrerie) doivent être propres et en bon état. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 84 | Le service doit être fait par un personnel, à l'attitude irréprochable (amabilité, courtoisie, sourire). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 85 | Le service doit être fait de façon efficace. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Utilisation de verres adaptés à la boisson avec respect des dosages ; utilisation de plateaux pour servir les boissons (et sous-verres selon le type de boissons), accompagnement de biscuits salés ou sucrés suivant le type de boissons. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 86 | Le comptoir du bar ainsi que l'arrière bar sont en bon état, propres et ordonnés ( comptoir non collant et débarrassé, pas de cartons visibles derrière le bar). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | ANIMATIONS - SPORTS (si existants) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 87 | L'affichage des informations est claire et celles-ci sont détaillées et actualisées. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 88 | Mise à disposition de la clientèle d'activités permettant la découverte des richesses locales (sous réserve de la réglementation relative à la vente de séjours et de forfaits). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Cela peut-être la découverte du milieu naturel, d'une exploitation agricole. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Proposition de spectacles, visites, excursions, randonnées pour découvrir la région. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 89 | Les infrastructures des animations sont propres, en bon état. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 90 | L'affichage sur la sécurité au niveau des infrastructures sportives et celles destinées aux animations est parfaitement visible, propre et en bon état. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Par exemple au niveau de la piscine, affichage des hauteurs d'eau, affichage des heures d'ouverture et le déclin de responsabilité en cas de non respect. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | PRISE EN CHARGE DES ENFANTS (si existante) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 91 | Si présence d'une aire de jeu à la disposition des enfants (quel que soit leur âge), elle doit être en bon état, propre et sans danger. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 92 | Des équipements pour bébé, par le système de kit, de nurseries, crèches sont mis à la disposition des clients. Ces équipements sont adaptés, propres et en bon état. (Chaises pour bébé, tables à langer, baignoires, toilettes, ….) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 93 | L'accueil et les services (restauration, animation) sont adaptés aux familles avec enfants, en proposant, une assistance à l'accueil, des menus adaptés, des animations tout âge dans la mesure du possible. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 94 | L'affichage concernant la responsabilité des parents quant à l'utilisation des jeux par leurs enfants (responsabilité civile) est parfaitement visible, propre et en bon état. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | MOYENS DE TRANSPORT |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 95 | Le véhicule (voiture, car, avion, train) doit être maintenu propre et en bon état, offrant un confort et des équipements en bon état de fonctionnement. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Pour les autocaristes : équipement vidéo, micro et climatisation selon la classification. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 96 | L'affichage dans le véhicule, sur les informations, les règles de sécurité et de comportement à destination des clients, est parfaitement visible, propre et en bon état. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**La démarche de qualité**

**Suivi de la qualité dans les sites de visite : la professionnalisation   
de l’accueil touristique**

* **La spirale de la qualité**



Les conditions de réussite

* Un principe : assurer un accueil des plus sérieux

Tout doit être mis en oeuvre pour faciliter dans les meilleures conditions possibles la venue de clients

La qualité concerne tous les espaces et éléments avec lesquels le consommateur sera en contact

Cela implique une stratégie d’organisation globale et raisonnée :

Tangibilité (locaux, équipements, apparence du personnel)

Fiabilité (capacité à rendre le service promis)

Serviabilité (volonté d’aider les clients et de rendre un service rapide)

Assurance (compétence et courtoisie des employés et capacité à établir des liens de confiance)

Empathie (attention individualisée que l’entreprise accorde à ses clients)

* Une réalité : éviter toute ouverture improvisée

Il ne suffit pas qu’un lieu de visite présente un quelconque intérêt pour qu’il soit tout désigné à devenir un site touristique majeur

Tout en conservant les particularismes de chaque site, l’engagement d’une valorisation touristique implique des aménagements associés à des services

La qualité est un atout supplémentaire permettant de se faire reconnaître auprès d’un public toujours plus exigeant n’hésitant pas à zapper les lieux incertains

Il faut rassurer le client tout en lui donnant l’envie de revenir. Cette promesse d’accueil sans faille proposée au client passe par la prise en compte du souci permanent de bien faire.

* La qualité comme moyen d’évaluation

Nécessité d’avoir une bonne connaissance de la prestation offerte,

à partir d’un examen précis de l’ensemble du circuit emprunté par le client,

en développant un outil d’observation qualitative (grille d’analyse).

* Cinq étapes d’analyse touristique peuvent être définies (c’est le regard neutre ou regard extérieur) :

**L’analyse de l’information à distance :**

qualité du document d’appel, du site Internet, des panneaux publicitaires, de la signalisation routière, de la présence d’une documentation dans les OTSI, de la rapidité d’expédition des documents demandés, de l’accueil téléphonique (amabilité de l’interlocuteur, nombre de sonneries, message d’accueil du répondeur en dehors des heures d’ouverture…)

**L’analyse de l’accès au site :**

qualité des routes et chemins d’accès, de l’aire de stationnement adaptée aux autocars et voitures particulières, de l’environnement immédiat (bon entretien des espaces verts, des bâtiments, du mobilier, absence de nuisances auditives, visuelles et olfactives…), de la période d’ouverture, des plages horaires suffisamment larges dans la journée, de l’espace d’accueil (affichage des tarifs et des horaires, moyens de paiements, présence de toilettes en nombre suffisant et d’une propreté irréprochable, d’une documentation touristique régionale, présence en permanence d’une personne au moins préposée à l’accueil, pratique des langues étrangères, politique tarifaire adaptée selon les clientèles, accessibilité aux personnes à mobilité réduite…)

**L’analyse du contenu touristique :**

qualité de la visite, des chambres pour les hébergements, de l’éclairage, cohérence et mise en scène des lieux, présence de coins repos, rapport qualité-prix…

**L’analyse des services périphériques :**

Pour un site de visite : qualité de l’espace boutique, de l’espace restauration et bar, existence d’un espace bagagerie, d’un vestiaire…

**L’analyse du fonctionnement interne (back-office) :**

Formation et rotation du personnel, gestion des réservations, fichiers clients, suivi des indicateurs de gestion et de qualité…