



# **MANUEL PEDAGOGIQUE**

**Comment obtenir la marque  
« Qualité Tourisme »?**



## SOMMAIRE

<b>1/ Êtes vous concerné par la marque « Qualité Tourisme » ? Votre activité vous permet-elle un accès au Plan Qualité France ?</b>	<b>3</b>
<b>2/ Remplissez-vous les conditions nécessaires à l'obtention de la marque « Qualité Tourisme » ?</b>	<b>3</b>
<b>3/ Comment vérifier que votre grille de contrôle est bien en conformité avec les engagements nationaux de qualité ?</b>	<b>3</b>
<b>4/ Comment se porter candidat, quelle procédure suivre ?</b>	<b>5</b>
<b>5/ Comment vous procurer les dossiers de candidatures ? A qui les remettre ?</b>	<b>6</b>
<b>ANNEXE I : Exemple de déclinaisons d'un engagement en critères de contrôle</b>	<b>9</b>
<b>ANNEXE II: Les neuf catégories d'engagements nationaux de qualité</b>	<b>11</b>



Ce présent manuel s'adresse aux professionnels du tourisme et vise à les informer des démarches à entreprendre pour se porter candidat à la marque « Qualité Tourisme ».

Sur le terrain, des partenaires institutionnels sont là pour les accompagner et les soutenir dans ce projet : les délégations régionales au tourisme (DRT), les comités régionaux du tourisme (CRT), les comités départementaux du tourisme (CDT), les offices du tourisme, les chambres de commerce et d'industrie.

### **1/ Êtes vous concerné par la marque « Qualité Tourisme » ? Votre activité vous permet-elle un accès au Plan Qualité France ?**

Le Plan Qualité France a vocation à couvrir l'ensemble des activités touristiques présentes sur le territoire national (France Métropolitaine et d'Outre mer).

Pour l'heure, il concerne les activités qui constituent le cœur de la prestation touristique.

Le Plan Qualité France couvre les secteurs d'activités de la filière TOURISME :

- 1) Hébergement touristique (hôtels, résidences de tourisme, campings, meublés, chambres d'hôtes et villages de vacances),
- 2) Restauration (restauration indépendante et de chaîne, brasserie et bars),
- 3) Transport (loueurs de véhicules et autocaristes),
- 4) Tourisme d'affaires (salles, palais des congrès),
- 5) Agences de voyages,
- 6) Offices de tourisme,

### **2/ Remplissez-vous les conditions nécessaires à l'obtention de la marque « Qualité Tourisme » ?**

Les cinq conditions indispensables à respecter sont :

- Être conforme aux règles d'hygiène et sécurité,
- Être conforme au classement réglementaire de l'activité (s'il existe),
- Avoir une démarche qualité basée sur un contrôle externe,
- Répondre aux engagements nationaux de qualité,
- Assurer un traitement des réclamations client.

### **3/ Comment vérifier que votre grille de contrôle est bien en conformité avec les engagements nationaux de qualité ?**

a - Prenez connaissance des engagements nationaux définis pour votre sous-secteur d'activités en vous reportant au document téléchargeable sur le site [http://www.tourisme.gouv.fr/fr/navd/dossiers/plan\\_qualite/demarches/index.jsp](http://www.tourisme.gouv.fr/fr/navd/dossiers/plan_qualite/demarches/index.jsp)



En première page de ce document, vous trouverez le code qui désigne votre activité. (exemple : LV pour les loueurs de véhicules, H pour l'hôtellerie). Ces codes sont utilisés dans les pages suivantes pour vous signaler les engagements que vous devez remplir.

b - Reportez-vous à la colonne correspondant à votre sous-secteur. Les engagements que vous avez à remplir sont marqués d'une croix.

c - évaluez la conformité de votre démarche qualité aux engagements nationaux du Plan Qualité France, à l'aide du « *Dossier comparatif entre votre référentiel et les engagements du Plan Qualité France* », téléchargeable sur [http://www.tourisme.gouv.fr/fr/navd/dossiers/plan\\_qualite/demarches/index.jsp](http://www.tourisme.gouv.fr/fr/navd/dossiers/plan_qualite/demarches/index.jsp)

Le nombre de critères de contrôle par engagement varie selon le sous-secteur concerné et la catégorie d'établissement (hôtel/camping 1, 2, 3 étoiles). L'objectif est que l'ensemble des idées incluses dans l'engagement soit bien couvert par vos critères.

Ainsi, à un engagement national peuvent correspondre plusieurs critères de votre référentiel. Ceux-ci devront figurer dans la partie droite de la grille en face de l'engagement national correspondant.

Par exemple :

Engagements nationaux	Critères correspondants	conformité
L'espace d'accueil est ordonné, propre, en bon état..(engagement n°31)	- Le comptoir est propre et ordonné. - Le mobilier est propre et en bon état. - Présence d'une décoration florale	

Si les critères de contrôle de votre grille couvrent suffisamment les engagements, alors vous n'aurez aucun changement à apporter à votre outil. Dans le cas inverse, vous devez modifier vos critères de contrôle ou bien en ajouter de nouveaux.



La colonne « conformité » n'est pas à remplir par vous mais par l'administration du tourisme (direction du Tourisme ou délégation régionale au tourisme).

#### **4/ Comment se porter candidat, quelle procédure suivre ?**

Dès lors que votre activité est concernée par le Plan Qualité France et que vous remplissez les cinq conditions d'accès à la marque précédemment citées, vous pouvez vous porter candidat.

##### **Si vous êtes membre d'un réseau :**

Il vous est recommandé de vous adresser au siège de votre réseau qui pourra se porter candidat pour obtenir le droit d'attribuer la marque à ses membres dont la démarche qualité est conforme à celle du Plan Qualité France.

##### **Si vous représentez un réseau :**

Deux choix s'offrent à vous :

- Vous estimez que toutes les unités du réseau pourront avoir l'usage de la marque « Qualité Tourisme » dès lors qu'elles auront fait l'objet d'un contrôle conforme à la démarche qualité,
- Vous souhaitez présenter seulement une partie de vos adhérents, selon une sélection rigoureuse à partir de procédures qui auront été définies au préalable et précisées dans le formulaire de candidature.

##### **Si vous êtes dirigeant d'un établissement indépendant, et que vous n'êtes membre d'aucun réseau :**

- Vous souhaitez porter la marque « Qualité Tourisme », sans entrer dans une organisation du type réseau volontaire :

1/ soit vous rejoignez une démarche de filière métier lorsqu'elle existe, qu'il s'agisse d'une démarche de certification ou non. Celle-ci devra être conforme aux engagements nationaux de qualité.

2/ soit vous faites appel à un cabinet professionnel, spécialisé en qualité, pour suivre votre démarche qualité.

Dans tous les cas, vous devez respecter les conditions d'accès à la Marque « Qualité Tourisme » telles que définies.

- Vous pouvez intégrer un réseau pour disposer de sa logistique et, par voie de conséquence, accéder à la marque « Qualité Tourisme » si lui-même a été agréé pour délivrer la marque à ses adhérents.

##### **La démarche de votre réseau n'est pas encore basée sur un contrôle externe**

Une procédure dérogatoire et transitoire s'adresse à certains réseaux dont la démarche qualité n'est pas encore basée sur un contrôle externe.



Trois sous-secteurs sont identifiés, à ce jour :

- les meublés,
- les chambres d'hôte,
- les villages de vacances.

Les réseaux appartenant à ces secteurs peuvent se porter candidat à la marque « Qualité Tourisme » si :

- un contrôle externe de leur procédure de qualification (labellisation) a été mis en place,
- un échantillon représentatif des membres du réseau a fait l'objet d'un contrôle externe.

Les réseaux concernés par ce dispositif dérogatoire sont invités à prendre contact avec la direction du Tourisme afin d'étudier la conformité de leur démarche avec le Plan Qualité France.

## **5/ Comment vous procurer les dossiers de candidatures ? A qui les remettre ?**

### **- Où se procurer le dossier de candidature ?**

- sur le site Internet : [www.qualite-tourisme.gouv.fr](http://www.qualite-tourisme.gouv.fr). Vous pouvez télécharger tous les documents nécessaires au dépôt de votre candidature.

### **- Le formulaire de candidature:**

- « Coordonnées de l'établissement ou du réseau » : il s'agit ici de connaître le lieu, les numéros d'immatriculation ainsi que le nom des dirigeants de l'établissement ou du réseau concerné.
- « Signalétique profil » : cette partie concerne l'ensemble des informations relatives à l'activité de l'organisme candidat à la marque « Qualité Tourisme ». Une description de l'activité et de son fonctionnement est demandé.  
S'agissant des réseaux, le descriptif concerne davantage les conditions d'accès au réseau et son organisation.  
Par ailleurs, les cases correspondantes au nombre d'unités (nombre d'adhérents au réseau) et à la capacité totale (capacité totale de chambres, de couverts...) du réseau permettent d'effectuer des ratios. Elles sont donc primordiales pour mesurer la proportion des réclamations et l'impact du Plan Qualité France.
- « Description de la démarche de qualité » : cette partie est déterminante dans l'attribution de la marque « Qualité Tourisme ». Les éléments demandés concernent aussi bien le contrôle interne qui peut exister, que des informations sur l'organisme garant du contrôle externe. On s'attache ici au type de contrôle ainsi qu'à la fréquence pour avoir une vision précise des démarches existantes.
- « Traitement des réclamations clients » : ce thème répond à une exigence fondamentale pour l'obtention de la marque. L'objectif est de connaître la façon dont les réclamations sont traitées (délais, collecte, type de réponse...).



- « Respect des engagements nationaux de qualité » : cet item est destiné à connaître le pourcentage d'engagements nationaux de qualité respectés par la démarche de l'organisme candidat.
- « Mode de sélection des unités du réseau » : cette partie, uniquement présente pour les réseaux candidats, permet de décrire les critères et le processus de sélection des unités par le réseau pour les porter candidats à la marque « Qualité Tourisme ».
- « Votre motivation pour l'obtention de la marque » : expliquez vos motivations et éventuellement vos attentes concernant le Plan Qualité France (reconnaissance, retombées..).

Les pièces à fournir avec le formulaire de candidature sont stipulées dans ce dernier. Si la place destinée aux explications vous semble insuffisante dans le formulaire de candidature, n'hésitez pas à décrire plus amplement vos procédures sur des feuilles annexées à votre dossier.

Tout dossier incomplet ne pourra être pris en compte par le comité national de sélection.

#### - Qui doit se charger de remplir le dossier de candidature et à qui le remettre ?

- 1/ Si vous êtes dirigeant d'un établissement indépendant, en collaboration avec l'organisme de qualité qui vous suit, vous devez remplir **« le formulaire de candidature pour un établissement indépendant »**.  
Vous adressez ce dossier avec l'ensemble des pièces demandées au délégué régional du tourisme de votre région (les coordonnées sont disponibles sur le site Internet). Celui-ci instruira votre candidature avant de la soumettre au comité national de sélection qui donne un avis au ministre. Si votre candidature est acceptée, une convention est signée avec le ministre chargé du tourisme.
- 2/ Si vous représentez un réseau, plusieurs étapes sont nécessaires avant de pouvoir accéder à la marque :

a/ En collaboration avec l'organisme de qualité que vous avez choisi, vous devez remplir **« le formulaire de candidature réseau »**. Vous avez revu votre grille de contrôle pour sa mise en adéquation avec les engagements nationaux de qualité.

b/ Vous adressez votre dossier à la  
**Direction du Tourisme  
Plan Qualité France  
23, Place de Catalogne  
75 685 PARIS CEDEX 14**

c/ Votre dossier fait l'objet d'une instruction. Il est présenté au comité national de sélection qui donne un avis au ministre.



d/ Le ministre chargé du Tourisme décide d'accorder ou non l'usage de la marque à la tête du réseau par la signature d'une convention.



## **ANNEXE I : Exemple de déclinaisons d'un engagement en critères de contrôle**

### **Engagement N°19 de l'étape « Extérieurs » :**

**« 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). »**

### **Secteurs d'activités N°1 : Activité d'hébergements touristiques et de restauration**

Hôtellerie / Résidences de Tourisme et hébergements assimilés / Villages vacances:

- propreté des espaces devant l'entrée de l'hôtel,
- propreté du parking
- propreté de la signalétique, des enseignes,
- propreté de la porte d'entrée
- bon état de la façade,
- bon état de la toiture,
- bon état des éclairages
- propreté de la piscine,
- propreté de la terrasse (si présence)
- entretien des espaces verts (si présence)
- entretien des allées (si présence)

Restauration :

- propreté des espaces devant l'entrée du restaurant,
- propreté du parking (si présence)
- propreté des enseignes,
- propreté de la porte d'entrée
- bon état de la devanture du restaurant,
- bon état des éclairages
- propreté de la terrasse (si présence)

Camping :

- entretien des allées d'accès aux différents emplacements
- entretien des emplacements (plats, sans trous...)
- propreté de la signalétique, des enseignes,
- propreté de la porte d'entrée du local d'accueil
- bon état des éclairages,
- éclairage en bon état des extérieurs du local d'accueil
- propreté de la piscine et terrasse (si présence)
- entretien des espaces verts

Meublés dans le cas d'une villa et chambres d'hôtes :

- bon état de la façade



- bon état de la toiture,
- propreté de la piscine,
- propreté de la terrasse (si présence)
- entretien des espaces verts (si présence)
- propreté du parking (si présence) ou garage pour villa

### **Secteurs d'activités N°3 : Activités de transport**

Autocaristes : non applicable

Loueurs de véhicules :

- propreté des espaces devant l'entrée de la station,
- propreté du parking (si présence),
- propreté des enseignes,
- propreté de la porte d'entrée,
- bon état de la devanture de la station,
- bon état des éclairages.



## **ANNEXE II: Les neuf catégories d'engagements nationaux de qualité**

Les 9 catégories d'engagements représentent :

- les valeurs de la marque Qualité Tourisme,
- les garanties de qualité dont les consommateurs bénéficieront en choisissant une unité qui porte la marque Qualité Tourisme,
- Les références à partir desquelles il faudra orienter votre démarche qualité.

### **CATÉGORIE 1 : INFORMATION ET COMMUNICATION (COM<sup>1</sup>)**

Cette catégorie concerne l'ensemble des engagements liés aux modes de diffusion des informations aux clients. Le support et le lieu (avant la réservation, à l'arrivée, dans le lieu de la prestation ..) de ces informations sont variables.

Le client doit avoir accès facilement aux diverses informations qui lui sont nécessaires pour le bon déroulement de son séjour. De plus ces informations doivent être claires et précises et en parfaite adéquation avec l'offre réelle.

Les engagements de cette catégorie permettent d'aider le client dans son choix et de lui faciliter son séjour.

Les différents supports de communication correspondent à la fois aux sites Internet, guides et documentations, affichages, enseignes, éléments de signalétique... Les supports tangibles doivent d'être en bon état et propres. L'information doit être lisible.

Nous retrouvons cette catégorie d'engagements dans les différentes étapes du parcours client qui sont les suivantes :

#### **- Promotion :**

Les types d'informations qui sont diffusées dans cette étape primordiale dans le choix du client et son acte d'achat, sont des informations générales de présentation de l'activité et/ou de l'unité, la mise en avant de l'offre, et l'indication d'informations indispensables telles que les tarifs.

Les supports, dans ce cas, sont les guides ou les sites Internet (NB :l'existence de ces supports n'est peut être pas indiqué dans votre grille de qualité, signaler leur existence).

#### **- Acheminement sur le lieu :**

Pour cette étape, les informations sont d'ordre pratique et ont pour but d'aider le client dans le repérage de l'unité ou de l'activité touristique. Les supports sont matérialisés par les panneaux de signalétique disposés en amont de l'activité et à proximité, le client ne se trouve pas encore sur le site.

#### **- Signalétique à l'arrivée sur le lieu :**

Les informations, visibles, de l'extérieur renseignent le client sur les caractéristiques de l'unité, son mode de fonctionnement : enseignes, affichage des prix et des horaires d'ouverture,

---

<sup>1</sup> Lexique du référentiel national de qualité



communication sur son appartenance à une démarche qualité, à une chaîne intégrée ou volontaire sur son classement...

**- Accueil – Suivi de la prestation – départ**

Dans les parties communes, internes à l'unité, le client doit avoir accès à toutes les informations utiles telles que les horaires, les tarifs, les services.

**- Espaces communs:**

Cette étape fait davantage référence à la signalétique interne présente au niveau des parties communes. Le client doit pouvoir s'orienter aisément au sein de l'unité. (exemple : l'accès aux chambres, à la salle de restaurant, aux toilettes..).

**- Lieu privatif du client :**

Les tarifs des chambres ou des logements et les consignes adressées aux clients doivent être indiqués à l'intérieur des logements.

**- Lieu de restauration :**

Les supports de communication, dans cette étape du parcours client, sont les menus et les cartes qui exposent clairement l'offre du restaurant et du bar. Nous retrouvons également l'aspect présentation et mise en avant des produits.

**- Animation / Sports :**

L'unité doit communiquer sur les animations organisées par un affichage clair, actualisé et détaillé.



## **CATÉGORIE 2 : ATTITUDE DU PERSONNEL (AP)**

Les différents engagements de cette catégorie sont basés sur une attitude et un comportement irréprochable de la part du personnel au contact du client. Ils contribuent à l'accueil du client dont la qualité est basée en grande partie sur l'attitude du personnel :

- amabilité, sourire et courtoisie indispensables avec l'utilisation de formules de politesse,
- une tenue irréprochable et soignée, tant au niveau de l'aspect vestimentaire qui doit être propre et net, qu'au niveau de l'aspect corporel, propreté corporelle, coiffure adéquate.
- une façon d'être, tournée vers l'accueil du client et le souci de sa satisfaction : se montrer toujours disponible, anticiper ses demandes, s'enquérir de sa satisfaction...
- des règles de comportement à respecter : ne pas mâcher de chewing-gum, ne pas fumer en présence du client, se lever à l'arrivée du client, prendre en compte le client par un signe, ou un regard pour le faire patienter, regarder le client dans les yeux lorsqu'on s'adresse à lui.

Cette catégorie d'engagement apparaît très clairement tout au long du parcours client

### **- Réservation / demande de renseignements en amont de la prestation :**

Les engagements liés aux comportements du personnel doivent être respectés à la fois lors des contacts en face à face mais également lors des différents contacts par téléphone (réservations, demandes de renseignements,...). Les règles qui devront toujours être de rigueur sont : amabilité, sourire, courtoisie, et utilisation de formules de politesse adaptées.

### **- Accueil client – Suivi de la prestation – Départ :**

C'est dans cette étape qui regroupe toutes les grandes phases de contact entre personnel et client, que l'attitude du personnel a un rôle prépondérant.

L'aspect « écoute du client » est plus largement développé, à cet instant, puisqu'il s'agit ici d'accueillir le client, de l'accompagner tout au long de son séjour en se montrant disponible, d'anticiper ses demandes au maximum, d'être avenant et de s'enquérir de sa satisfaction. Plus les contacts avec les clients se multiplient, plus le personnel doit développer avec le client une relation personnalisée (l'utilisation du nom du client par exemple, au moins une fois pendant son séjour).

Le départ du client est la phase finale de son parcours ; le personnel doit amorcer la phase de fidélisation du client en créant un contact chaleureux avec lui (solliciter et écouter les opinions de chacun sur le séjour et remercier lors de la prise de congé).

### **- Service Restauration :**

Cette étape du parcours client englobe toutes les différentes phases de contact avec le client : accueil, suivi de la prestation et départ.

Les engagements en matière d'attitude du personnel sont similaires avec une attention supplémentaire à l'hygiène corporelle du personnel puisqu'il s'agit ici de restauration. L'attention du personnel doit être davantage développée afin de rendre le repas du client le plus agréable possible ( Le personnel doit également s'enquérir régulièrement de la satisfaction du client, c'est-à-dire à la fin de chaque plat, par exemple).



**- Bar :**

Les engagements en matière d'attitude du personnel pour cette étape reposent essentiellement sur la phase d'accueil et de départ du client ; la phase de service est plus réduite que dans le cadre d'un service restaurant mais les règles de comportements sont similaires.



### **CATÉGORIE 3 : COMPÉTENCES DU PERSONNEL (CDP)**

Les engagements liés à cette catégorie ont trait au respect des procédures d'accueil, de service, mais également aux connaissances, à l'efficacité, à la technicité du personnel. Le niveau de formation et de qualification du personnel est une exigence intégrée dans cette catégorie.

Ces normes de services diffèrent quelque peu selon les étapes du parcours client car elles sont directement rattachées à un métier, un savoir-faire particulier. Certaines normes de base, comme celles liées à l'accueil du client sont relativement proches d'une étape à l'autre. La formation du personnel est une étape préalable indispensable pour le respect de ces engagements de normes de services.

Les connaissances du personnel doivent intégrer la pratique des langues étrangères, au minimum une (si possible en fonction de la clientèle). Les exigences des connaissances demandées au personnel et de leurs qualifications ne sont pas identiques selon les secteurs d'activité. Elles seront déterminées en fonction du niveau de prestation à fournir et selon la catégorie de clientèle concernée, mais aussi en fonction de l'activité des acteurs touristiques concernés.

Les différents engagements qui composent cette catégorie sont en lien étroit avec les engagements rattachés à l'attitude du personnel puisqu'ils dépendent tous deux du facteur humain. Ils interviennent donc au sein des mêmes étapes du parcours client.

#### **- Réservation / demande de renseignements en amont de la prestation :**

Considérant que tout appel a un coût pour le client, il est nécessaire de garantir une certaine rapidité, d'une part dans le décroché mais également dans le traitement de la demande. Un entretien bien construit selon un processus (d'où la nécessité d'instaurer et respecter des procédures d'accueil et de renseignement par téléphone) clairement établi au préalable permet rapidité et efficacité, et transmission d'informations de manière complète.

Le personnel doit respecter les différentes phases qui sont l'accueil, la phase de découverte et d'exploration des besoins, l'argumentation et la vente, la conclusion de l'entretien et la prise de congé.

Ces normes de services sont en place afin de garantir une clarté et une précision dans les informations transmises aux clients.

Ces informations sont communiquées oralement mais peuvent également être transmises par écrit. L'envoi par courrier, par télécopie ou par e mail suit également une procédure qui garantit la rapidité et l'efficacité de la réponse au client. Cette réponse doit être en adéquation avec la demande qui a été formulée, elle doit être complète et bien présentée.

#### **- Accueil client – Suivi de la prestation – Départ :**

Dans un souci de rapidité et d'efficacité, le traitement des demandes du client, et la qualité des informations transmises au client sont nécessaires (précises et en adéquation avec la demande du client).

Sont intégrées dans cette partie, toutes les procédures de suivi du client lors de la prestation de services : cela peut aller d'une demande de renseignements ou bien de l'assistance portée au



client en cas de problème ou de demandes de service (Demande de taxi disponible, aide en cas de perte des papiers d'identité, retard des compagnies aériennes...).

L'étape de facturation demande au personnel une certaine rigueur et exactitude dans le traitement de la demande qui sont garanties par le respect des procédures.

- **Service Restauration :**

Le personnel de restauration doit également suivre et respecter les normes en matière de service de restauration qui englobent, notamment, des procédures d'accueil du client avec accompagnement à table, la transmission de la carte, de services avec gestion de l'attente entre les plats, règles de préséances, de facturation.

- **Bar :**

Les engagements relatifs aux normes de services bar ont également pour objectifs l'efficacité et la rapidité du service. Le service au sein d'un bar peut être rapproché de celui du restaurant avec ses règles et son savoir-faire que le personnel se doit d'appliquer.

- **Prise en charge des enfants :**

Il s'agit dans cette partie, des normes de services en matière d'accueil des enfants, avec des procédures pour la prise en charge et l'assistance des enfants, et également en matière d'animation et de restauration.



## **CATÉGORIE 4 : ATMOSPHÈRE ET CONFORT DES LIEUX (AC)**

Cette grande catégorie d'engagements permet de garantir le confort et le bien-être du client. Elle concerne plus précisément la manière dont les lieux, intérieurs ou extérieurs, sont aménagés afin de les rendre agréables et de créer une atmosphère appréciable pour le client.

Il s'agit ici d'améliorer la perception globale que le client a de l'environnement que cela soit au niveau visuel (décoration, espace florale), olfactif (pas de mauvaises odeurs), auditif (musique d'ambiance, isolation acoustique) et thermique (température agréable).

Cette notion de bien-être du client et de confort peut sembler peu palpable et être subjective mais les éléments nécessaires ainsi que les équipements recommandés pour créer un environnement de confort sont clairement précisés dans les engagements.

Ces équipements sont généralement optionnels, il ne s'agit pas des équipements de base dont doivent être équipé un logement ou des sanitaires (lit, WC ...).

La notion de confort diffère selon les secteurs où les exigences en matière d'équipements, de décoration et qualité des matériaux sont plus ou moins importantes.

### **- Extérieurs :**

Les éléments d'aménagement des extérieurs sont de plusieurs ordres : cela va de l'aménagement d'espaces verts, décoration florale et fleurissement extérieur, à la mise à disposition du client de mobilier de jardin si l'unité dispose d'un espace extérieur ouvert à la clientèle.

### **- Accueil client – Suivi de la prestation – Départ :**

L'engagement en matière d'atmosphère et de confort au sein de cette grande étape du parcours client, concerne l'espace d'accueil du client qui doit être le plus agréable possible. Cette atmosphère est créée notamment par la mise en place de décorations florales ou plantes fraîches qui donnent un cachet supplémentaire au lieu .

### **- Espaces communs :**

Les engagements sont basés sur le confort des infrastructures, l'harmonie dans la décoration et le mobilier utilisé au sein des parties communes d'une entité. Il est important de mettre à la disposition du client un endroit pouvant être défini comme salon d'accueil (d'attente) ou de détente (lecture, jeux, TV...) avec tout le confort attendu.

Le confort est également ici matérialisé par une température agréable (climatisation, ventilation, cheminée allumée...), une isolation acoustique (lieux non bruyants), peut-être également une musique d'ambiance.

### **- Lieu privatif du client :**

Les éléments supplémentaires par rapport aux autres étapes que nous retrouvons au niveau du logement sont la qualité et le confort de la literie (couchage ferme), la mise en place d'un système d'occultation et d'éclairage efficace.

### **- Sanitaires :**

Les toilettes hommes et femmes au sein des parties communes doivent être séparées et/ou indépendantes, dans la mesure du possible.



- **Lieu de restauration / Bar :**

Le confort porte ici sur l'aménagement des lieux, la température ambiante, l'éclairage et la ventilation (odeurs), le mobilier utilisé. La notion d'harmonie entre tous ces éléments est très importante et contribue à rendre le lieu agréable.

La notion de confort est également applicable au niveau du secteur des transports ; il s'agira alors du confort à bord du véhicule de location, du car, de l'avion, du train...



## **CATÉGORIE 5 : PROPRETÉ ET ÉTAT DES LIEUX ET DES ÉQUIPEMENTS (PE)**

L'ensemble des engagements de cette catégorie fait référence aux critères de support physique qui traitent de la propreté, de l'état des lieux et des équipements. Il faut tout de même faire une distinction entre propreté et entretien.

En effet, la notion de propreté s'obtient par l'action du personnel, il n'y a aucun trait à de l'investissement. Les engagements en place par rapport à ce point sont du ressort de l'action quotidienne du personnel et sont donc liés au management.

En revanche, tous les critères qui traitent de l'entretien courant ou ponctuel des éléments matériels font référence en majorité à la notion d'investissement, à des travaux de rénovation : bon fonctionnement des installations, entretien des extérieurs (jardins, terrasse), dégradations diverses nécessitant des petits travaux ou le remplacement.

Il existe différents degrés dans la notion d'entretien dont certains nécessiteront des investissements et d'autres non.

Les engagements en matière de propreté et d'entretien sont présents au niveau des grandes étapes du parcours client. Ils concernent, pour chacune des étapes, la propreté et l'entretien des revêtements muraux, sols et plafonds, mobilier, matériels et équipements disponibles, excepté pour les parties du référentiel relatives aux extérieurs, à l'animation sports et aux moyens de transport où les éléments de support physique contrôlés diffèrent.

Chaque étape a ses spécificités, les équipements étant de nature différente :

### **- Extérieurs :**

L'entretien au niveau des extérieurs est primordial car il s'agit de la première perception que ressent le touriste sur l'équipement. Il est donc nécessaire d'apporter une attention particulière à ces équipements (façades, toitures, volets..).

### **- Lieu privatif du client :**

Il y a ici un engagement spécifique pour la propreté et l'état de la literie et au nettoyage des draps.

### **- Sanitaires :**

Nous retrouvons des engagements propres à ce type de lieu notamment sur le bon fonctionnement du système d'évacuation et de distribution des fluides et de l'éclairage.

### **- Lieu de restauration / Bar :**

Les engagements prennent en compte la propreté et l'état de la vaisselle, couverts et nappes, et également du comptoir du bar et de l'arrière bar.

### **- Animation / Sports :**

Les engagements garantissent la propreté et l'entretien des infrastructures des animations, ce qui induit la garantie d'une certaine sécurité pour les usagers.

### **- Moyens de transport :**



Il en est de même pour les moyens de transport où l'aspect sécurité est étroitement lié à l'entretien mais nous retrouvons également ici la notion de confort du client, dépendant de l'état des équipements intérieurs aux véhicules (confort, état des sièges).



## **CATÉGORIE 6 : ÉQUIPEMENTS (E)**

Cette catégorie concerne l'ensemble des engagements qui garantissent la mise en place d'un minimum d'équipements et d'installations requis pour le confort du client.

Cette catégorie n'est en aucun cas liée à l'action du personnel mais est étroitement liée aux décisions prises au niveau de la direction .

La notion d'équipements minimum diffère selon les secteurs d'activités touristiques ; les exigences en fonction du type d'unité et de clientèle ne sont pas les mêmes.

Voici les différents types d'équipements qui sont obligatoirement requis dans certaines étapes du parcours client :

### **- Extérieurs :**

Il s'agit de mettre à la disposition du client un endroit de stationnement, et ensuite, en fonction des secteurs/unités, il sera demandé une qualité d'équipements supérieure telle qu'un parking couvert, sécurisé... Les éclairages font partie également des équipements minimum, contribuant à la sécurité des clients.

### **- Espaces communs:**

Le client doit bénéficier d'un mode de communication vers l'extérieur et l'aménagement des lieux doit permettre l'accès aux personnes à mobilité réduite, aux personnes âgées et aux poussettes (dans la mesure du possible).

### **- Lieu privatif du client / Sanitaires :**

Il s'agit des équipements minimum pour le confort du client avec encore ici un différentiel d'exigences en fonction des secteurs et des niveaux de classement des unités ( une ou plusieurs étoiles...).

### **- Animation / Sports :**

Mise à disposition de la clientèle d'infrastructures permettant la pratique d'activités sportives, de loisirs et/ou de détente au sein de l'unité

### **- Prise en charge des enfants :**

Les équipements demandés pour qu'une unité puisse mettre en avant une réelle prise en charge des enfants sont des aires de jeu et des équipements adaptés pour bébé.



## **CATÉGORIE 7 : PRODUITS DE LA TABLE (PDT)**

Cette catégorie d'engagements concerne uniquement les unités offrant un service de restauration, quelle que soit la formule proposée au client : service en salle, en room service, offre de plats traiteurs/snacking en libre service, plateau repas pour les compagnies aériennes... Sont également concernées les unités qui ne proposent qu'un service petit déjeuner.

Trois grands engagements doivent être remplis afin de garantir une offre de produit de qualité :

- Les produits doivent être frais : la notion de frais ne fait pas ici référence à l'obligation pour le restaurateur de s'approvisionner en produits frais du marché du jour, mais c'est sur l'aspect et le goût des produits qu'il faut mettre l'accent. Cet engagement se base sur une vision client. La notion de fraîcheur peut être évaluée au niveau des fruits (trop mûrs, talés, pourris), du pain (trop dur, sec), des légumes (salades fatiguées)...
- Les plats doivent être servis en quantité suffisante, avec une présentation soignée et attractive : la notion de quantité doit être associée à la catégorie d'établissements et au type de plats.
- Les produits doivent être variés à la fois au niveau de la carte et sur la durée du séjour. Pour les sous-secteurs où la carte est très réduite, voire inexistante, (campings, chambres d'hôtes, villages vacances...), il faudra alors prendre en considération, uniquement la durée du séjour.



## **CATÉGORIE 8 : VALORISATION DES RESSOURCES LOCALES (VR)**

Les engagements de cette catégorie sont tournés vers un caractère plus optionnel, complémentaire de l'offre de service mais qui a son importance aux yeux du client. Il s'agit des engagements qui prônent la promotion de la culture locale/régionale et la découverte des produits locaux/régionaux.

Les unités des différents secteurs doivent s'engager à valoriser les ressources locales et à faire participer à leur activité, les différents acteurs de la région. Cela peut se faire par l'achat de produits alimentaires locaux, par le choix d'une entreprise de construction locale ayant un savoir-faire typique propre à la région.

Cependant si une unité, du fait de son concept (high-tech ou suivant une thématique), n'a pas lieu de développer le caractère régional au sein de son activité, elle devra dans ce cas présenter un intérêt architectural harmonieux et homogène (cadre extérieur et intérieur).

Les unités s'engagent d'une part à faire en sorte que le client soit informé les activités touristiques de la région et d'autre part, qu'il découvre, par le biais d'animation au sein de l'unité, les cultures locales ou régionales.

Au niveau des engagements cela se traduit plus précisément par la promotion de la culture régionale à différentes étapes du parcours client et par le biais de divers moyens :

### **- Extérieurs :**

L'environnement extérieur de l'unité : utilisation de matériaux naturels et régionaux pour les constructions (architecture, végétation).

### **- Services Généraux et logement :**

Mise à disposition du client de documentations régionales et d'informations au sein de l'unité.

### **- Restauration :**

Mise en valeur du caractère régional au niveau du restaurant (décoration, ambiance), offre de boissons et plats régionaux de tradition, élaborés à base de produits locaux et régionaux : on doit pouvoir trouver, au minimum, un apéritif, un vin, un plat et un dessert local, selon les spécificités gastronomiques de la région.

### **- Animation / sports**

Activités et animations mises à la disposition de la clientèle, orientées vers la découverte de la région : ces activités peuvent être internes ou bien externes à l'unité. Dans le cas d'activités externes, le rôle de l'unité sera d'informer le client sur les possibilités qui lui sont offertes et de lui faciliter l'accès à celles-ci (renseignements, réservation...).



## **CATÉGORIE 9 : INFORMATIONS SUR LA SÉCURITÉ (S)**

Cette catégorie d'engagements a trait directement à la sécurité du client, mais plus précisément à la communication qui doit être faite afin de l'informer sur les comportements qu'il doit respecter, que cela soit au niveau d'un logement, d'infrastructures sportives (échauffement, port du gilet de sauvetage) ou d'un moyen de transport (port de la ceinture).

Ces engagements sont du domaine informatif avec des obligations en terme de visibilité des affichages. Il s'agit ici de mesurer si ces informations sont parfaitement visibles, propres et en bon état. L'objectif n'est en aucun cas de vouloir se substituer aux contrôles réglementaires en vigueur.

### **- Parties communes/ Logement :**

On s'attachera ici aux consignes de sécurité, par le biais d'affichages, aux différents endroits de passages, c'est-à-dire au niveau des parties communes et à l'intérieur des logements (plans d'évacuation et numéros d'urgence).

### **- Animation / Sports**

L'engagement défini à cette étape, repose sur toute la communication en place en matière de sécurité, au niveau des équipements/infrastructures sportives et également ceux destinés aux animations.

### **- Prise en charge des enfants**

Lorsqu'il s'agit de la mise à disposition de jeux en l'absence d'encadrement, des affichages sur la responsabilité des parents vis à vis de la sécurité de leurs enfants sont en place et leur visibilité est impérative.

### **- Moyens de transport**

Il s'agit ici des informations au niveau des moyens de transport, qui ont pour objectif la sécurité des clients ; il s'agit des règles de conduite et de comportement à suivre pour tout client.