

EVALUATION COMPLETE

PROMOTION / COMMUNICATION

Stratégie de promotion

1 - L'OT définit sa stratégie et ses objectifs de promotion et de communication sur tous supports (site internet, brochures, réseaux sociaux).*

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Cette stratégie est révisée annuellement en fonction de l'analyse des résultats. L'opportunité de réviser ou non la stratégie est étudiée annuellement mais la révision n'est pas systématique. Non audité en visite mystère. Rattrapable. Famille Information Communication. Coef 9. Rattrapable

2 - L'OT formalise une ligne éditoriale.*

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Définition d'une fréquence de mises à jour, de types de contenu, de la longueur du message, du ton, des cibles, texte/image, du responsable par support digital. Il s'agit de définir, par support digital (ex : réseaux sociaux, site web, chat, applications), les objectifs par cible, support et moyens (la fréquence de mises à jour, les types de contenu, la longueur du message, le ton, texte/image, les responsables). La formalisation peut prendre des formes variées : stratégie de communication et de publication sur mobile et sur internet, procédure, note, etc. Non concerné possible dans le cadre d'une visite mystère. Famille Information Communication. Coef 9. Rattrapable

3 - La charte graphique ou l'identité visuelle sont appliquées à tous ses supports numériques.

Oui Non

Si plusieurs sites internet, il existe une cohérence et/ou une uniformisation de la charte graphique. Si l'OT comprend plusieurs bureaux d'informations touristiques (BIT), il n'est pas obligatoire de disposer d'un site internet par BIT. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable

Présence numérique

4 - La présentation du site internet est soignée, attractive et ergonomique.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Si plusieurs sites internet, l'ensemble des sites est audité. Si l'OT comprend plusieurs BIT, il n'est pas obligatoire de disposer d'un site internet par BIT. Le site internet est adapté à la lecture en mobilité sur tous supports numériques. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable

5 - Le site internet est bien référencé.

Oui Non

"Recherche avec mots clés type ""que faire/quelle visite"" + ville du BIT et ajouter d'autres ex : ville BIT + Tourisme, vacances à ville BIT, activités à ville BIT / dormir à ville BIT. Point validé si résultat en 1ère page de résultat sur le moteur de recherche. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable"

6 - BONUS - Le site internet est traduit en une troisième langue étrangère.

Oui Non concerné

"BONUS - Indiquer Non concerné si le critère n'est pas respecté. L'ensemble du site doit être traduit. Note : la traduction en anglais à minima (Cat II) et en une 2ème langue étrangère (Cat I) est déduite des nouveaux critères de classement applicables depuis juillet 2019. Si le site est non traduit, l'indiquer en ""points d'amélioration"". Comme pour la 1ère et 2ème langue dans le classement, le critère bonus est validé si réalisé par du personnel qualifié. L'aide à la traduction avec un moteur de traduction automatique doit impérativement être validée par des personnes qualifiées dans la langue concernée. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable"

7 - L'OT est présent sur au moins un réseau social, la page dédiée à l'OT est actualisée et animée.

Oui Non

Coef 9. Rattrapable.

8 - L'OT traite les demandes clients enregistrées sur le ou les réseau(x) social(aux).

Oui Non Non concerné

Il s'agit des demandes clients et non des avis/réclamations (autre critère). Exemple: demande d'informations via le chat messenger Facebook / Instagram / Google, etc. Ce critère concerne les pages gérées par l'OT. Si l'OT comprend plusieurs BIT, il n'est pas obligatoire que chaque BIT soit individuellement présent sur les réseaux sociaux. Pour une demande envoyée en période d'ouverture de l'OT, à compter de la réouverture de l'OT, la réponse est apportée en un maximum de 8 heures. En période de fermeture, le délai de réponse ne peut excéder 24h. L'envoi d'un message ou accusé de réception informant du délai de réponse à la réouverture est recommandé. Famille Information Communication. Coef 9. Rattrapable

STRATEGIE D'ACCUEIL

Stratégie d'accueil

9 - L'OT définit et met en place une stratégie d'accueil et d'information sur sa destination (exemples : bureaux d'information, accueils hors les murs, accueil chez les partenaires, outils numériques, etc).

Oui Non Non concerné

Non concerné si visite en client mystère. L'OT doit être en mesure d'expliquer les choix en matière d'accueil (ex : bureaux d'information, accueils hors les murs, accueil chez les partenaires, outils numériques, gestion de la relation client, aménagements, etc) selon le contexte, la clientèle, les enjeux de la destination. Famille Qualité de la prestation. Coef 9. Rattrapable

10 - Le conseiller en séjour doit fournir une information actualisée et qualifiée sur sa destination.

Oui Non

Les informations de dernière minute concernant les activités touristiques du territoire sont enregistrées (fermeture pour travaux, changement d'heures d'ouverture, annulation de manifestation, etc). Famille Qualité de la prestation. Coef 9. Non Rattrapable

11 - Le personnel formalise la mise à jour et l'actualisation de la documentation et de l'information.

Oui Non

Famille Qualité de la prestation. Coef 9. Rattrapable

Accueil téléphonique

12 - La réponse au téléphone doit être rapide : avant la 5ème sonnerie.

Oui Non

Soit par un conseiller, soit par un prédécroché. En cas de prédécroché, le temps d'attente est limité (maximum 2 minutes). Possible gestion centralisée des appels téléphoniques pour l'ensemble des BIT (principal et secondaire). Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable

13 - S'il existe un pré-décroché automatique ou un répartiteur d'appel, l'OT évite les sous menus trop nombreux (3 ou 4 maximum).

Oui Non Non concerné

"Cocher en ""Non concerné"" en l'absence de prédécroché. Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Rattrapable"

14 - Lors de l'appel, le conseiller en séjour est courtois, employant les formules de politesse adaptées. Le cas échéant, la mise en attente et la reprise de ligne s'accompagnent des formules d'usage.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. Utilisation des civilités. L'identité du site ou de la destination est précisée (éventuellement dans le prédécroché). Pour les OT comprenant plusieurs BIT, l'OT choisit si les répondants citent le nom de l'OT dans sa globalité ou s'il préfère garder l'identité de chaque BIT. Un mot d'excuse ou de remerciement est prononcé à la reprise de la ligne. Constat à distance. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

15 - Lors de l'appel, le conseiller en séjour questionne le client pour explorer sa demande et permettre une bonne prise en charge et appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

La reformulation est une méthode qui peut être utilisée par le Conseiller en séjour si la demande le justifie. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9. Non Rattrapable

16 - Lors de l'appel, après avoir répondu à la demande, le conseiller en séjour élargit son conseil pour mieux vendre son territoire, au regard de la demande exprimée.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9. Non Rattrapable

17 - Lors de l'appel, le conseiller en séjour propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

"Le critère est audité en test à distance (visite mystère ou audit complet). Cocher en ""Non concerné"" quand la situation ne s'est pas présentée en test à distance. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable"

18 - Lors de l'appel, le conseiller en séjour présente sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins, etc).

Oui Non Non concerné

"Le critère est audité en test à distance (visite mystère ou audit complet). Cocher en ""Non concerné"" quand la situation ne s'est pas présentée en test à distance. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable"

19 - Lors de l'appel, le conseiller en séjour est en capacité de présenter aux visiteurs les principaux sites et services touristiques de la destination.

Oui Non Non concerné

Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable

20 - Lors de l'appel, le conseiller en séjour est en capacité d'informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence.

Oui Non Non concerné

Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable

21 - Lors de l'appel, le conseiller en séjour pratique une langue étrangère.

Oui Non Non concerné

Transmission d'appel avec une formule de courtoisie, autorisée. Il est recommandé que chaque conseiller en séjour assurant l'accueil parle au moins 2 langues étrangères. Il ne s'agit cependant pas d'une obligation, l'objectif est bien que la personne qui contacte l'OT puisse se voir apporter une réponse à tout moment aux heures d'ouverture de l'OT ou du BIT avec les langues parlées au sein de l'OT (avec une transmission d'appel le cas échéant). En complément des tests mystères, le planning permettant d'assurer sur l'ensemble des sites les réponses dans les langues parlées au sein de l'OT est examiné lors de l'audit en dévoilé, avant le débriefing sur le BIT principal, en fin de la visite mystère et l'audit complet sur site. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9. Non Rattrapable

22 - Le conseiller pratique au moins deux langues étrangères.

Oui Non Non concerné

Transmission d'appel avec une formule de courtoisie, autorisée. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9. Non Rattrapable

23 - BONUS - Le conseiller en séjour pratique une troisième langue étrangère.

Oui Non concerné

BONUS - Transmission d'appel avec une formule de courtoisie, autorisée. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9. Non Rattrapable

24 - L'OT sépare l'accueil téléphonique de l'accueil physique en période d'affluence.

Oui Non Non concerné

"Contrôle visuel lors de la visite mystère ou de l'audit complet. Cocher en ""Non concerné"" en l'absence de forte fréquentation observée. Différentes solutions sont possibles : une pièce fermée dédiée aux appels ou un poste en retrait des guichets d'accueil, ou bascule du téléphone en back office avant la 5ème sonnerie. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 1. Rattrapable"

25 - En cas de recherche trop longue ou d'affluence, le conseiller en séjour propose au correspondant téléphonique de le rappeler ou de lui adresser les informations par écrit.

Oui Non

Le critère n'est pas validé si le conseiller en séjour demande à son interlocuteur d'envoyer un mail pour formuler sa demande. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable

26 - Le répondeur téléphonique est mis en fonctionnement pendant les périodes de fermeture.

Oui Non

Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

27 - Le message est en une langue étrangère a minima.

Oui Non Non concerné

Le nouvel arrêté de classement d'avril 2019 ne prévoit plus d'obligation relative au répondeur mais un message en une 2ème langue étrangère est recommandé pour les OT en catégorie I. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

Courriel

28 - Lors d'une demande d'information, la réponse correspond précisément à la demande du client.

Oui Non

Les informations et la documentation envoyées doivent répondre précisément à la demande et le courrier ou mail doit apporter des réponses aux questions posées ou renvoyer précisément vers la documentation envoyée (pages, rubriques, etc). La réponse intègre des propositions précises et pas seulement des liens vers le site internet. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable

29 - Lors d'une demande d'information en français, la réponse écrite est personnalisée.

Oui Non

"A la différence du critère précédent (pertinence de la réponse sur le ""fond""), ce critère porte davantage sur la ""forme"". Il s'agit par exemple d'éviter les phrases toutes faites non adaptées à la situation, que le message nomme la personne, indique son genre quand il est connu. Contrôle visuel. Valider si à minima ""Madame/Monsieur"" si connu et pas de phrases toutes faites ne correspondant pas à la demande, et signature personnalisée (ex : X, Conseiller en séjour, non pas seulement Service Accueil). Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Non Rattrapable"

30 - Lors d'une demande d'information en langue étrangère, la réponse est personnalisée et dans la langue de la demande.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. L'auditeur fait une demande d'informations par mail/courrier en langue étrangère. La réponse aux demandes d'information par mail (courrier non évalué) est apportée dans les langues parlées au sein de l'OT (cf langues du site internet de l'OT). Contrôle visuel. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Non Rattrapable

31 - Les réponses aux demandes d'information sont faites dans les 24 heures pour les courriels.

Oui Non

Le critère est audité en tenant compte des journées d'ouverture de l'OT ou du BIT concerné(s). Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable

32 - Un accusé de réception par courriel est envoyé lors d'une demande de documentation.

Oui Non Non concerné

"Il s'agit d'une demande de documentation et non pas d'information. Le critère spécifie donc que si le client demande par mail des documents, soit l'envoi de documentation est fait sous 24 heures par mail et le critère est ""Non concerné"", soit un mail d'accusé de réception est envoyé sous 24 heures pour confirmer l'envoi par courrier. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable"

Les abords de l'établissement et la signalétique

33 - BONUS - L'OT est implanté dans un endroit stratégique.

Oui Non concerné

BONUS - L'espace d'accueil de l'OT et/ou de des BIT se situe à proximité immédiate des flux touristiques. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Non Rattrapable

34 - Le fléchage permet de localiser l'OT et/ou ses BIT depuis les principaux accès de la ville et de ses sites touristiques.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Le fléchage est mis en place pour les différents modes de déplacement (auto, piétons, vélo, voie fluviale, etc). Le fléchage vers l'OT est mis en place depuis le parking le plus proche (auto, vélo, etc). Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

35 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres et en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Pas de Non concerné possible. Prendre en compte la ou les façades et les abords de l'entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être propre. Constat visuel. Il est recommandé de veiller à la propreté des abords même si l'OT est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté. Non Rattrapable

36 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont propres et en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Il convient de prendre en compte les enseignes signalant l'OT (même publiques) : façade et panneaux directionnels. Constat visuel. Coef 3. Famille Confort Propreté. Non Rattrapable

37 - La façade et l'entrée sont mises en valeur par un fleurissement, un élément décoratif, un éclairage, etc.

Oui Non Non concerné

Pas de Non concerné possible sauf si bâtiment classé. Une rénovation de la façade et de l'entrée respectant le style architectural permet de répondre au critère. Constat visuel. Coef 1. Famille Confort Propreté. Non Rattrapable

Le parking et les extérieurs privatifs (si existants)

38 - L'OT dispose d'un parking privé ou une possibilité de stationnement est mise à la disposition du client à moins de 200m de la structure d'accueil, ou si implantation en centre ville présence d'une information sur les solutions de stationnement public à proximité.

Oui Non Non concerné

Le stationnement à plus de 200 mètres de l'OT n'est recommandé que pour les centres villes piétonniers. Possible Non concerné pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Constat visuel. Coef 3. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable

39 - L'établissement dispose au moins d'une solution de stationnement pour les moyens de locomotion alternatifs à la voiture.

Oui Non Non concerné

Non concerné possible si implantation en centre ville. Présence d'un garage ou local pour les vélos ou motos, présence d'un système d'attaches pour les vélos, espace suffisant pour le stationnement des autocars. Le stationnement pour les moyens de locomotion alternatifs à la voiture à proximité de l'OT demeure recommandé pour les centres villes. Possible Non concerné pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Constat visuel. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable

40 - Les extérieurs privatifs et l'entrée sont dotés de poubelles et de cendriers, vidés régulièrement.

Oui Non Non concerné

Si absence d'extérieurs privatifs, présence a minima d'un cendrier à proximité de l'entrée. Observation au début et à la fin de la prestation. Pénaliser si absence d'action. La présence d'une poubelle et d'un cendrier à proximité de l'entrée de l'OT et des BIT est recommandée. Jusqu'à 5 mètres de l'entrée. Possible Non concerné pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Possible Non concerné si : - l'OT justifie sur le territoire d'une stratégie favorisant le tri des déchets et la protection de l'environnement grâce à la suppression des poubelles - ou zone non fumeur - ou OT implanté dans une zone classée. Constat visuel. Coef 1. Famille Confort Propreté. Rattrapable

Les affichages extérieurs

41 - RENOUELEMENT : La plaque Destination d'Excellence est apposée à l'entrée de l'établissement.

Oui Non Non concerné

Non concerné en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Logo autorisé pour les bâtiments classés. L'apposition en façade est recommandée. Possible Non concerné pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Constat visuel. Coef 3. Famille Information Communication. Rattrapable

42 - A minima, sont affichés les horaires et les périodes d'ouverture, les langues pratiquées, les numéros d'urgence et un plan de la ville ou du territoire.

Oui Non Non concerné

Actualisation des plaques de classement. Tous types d'affichage. Il peut s'agir d'un affichage ou d'une borne interactive. Les langues parlées au sein de l'OT ou du BIT sont indiquées a minima de façon générique. Possible Non concerné pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Constat visuel. Coef 1. Famille Information Communication. Rattrapable

43 - BONUS - Les langues parlées au sein de l'OT ou du BIT sont actualisées quotidiennement en considération des langues effectivement parlées par les conseillers présents.

Oui Non concerné

BONUS - Coef 3. Famille Information Communication. Rattrapable

44 - Les affichages extérieurs sont soignés et à jour.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

La mesure porte sur la qualité de l'affichage (calligraphie soignée, absence de ratures, feuilles non jaunies, feuilles non scotchées, etc). Absence de vitrophanies obsolètes. Non concerné pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Coef 3. Constat visuel. Information Communication. Rattrapable

45 - Les affichages extérieurs sont traduits dans une langue étrangère au moins.

Oui Non Non concerné

Possible Non concerné pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). A minimum affichage du critère précédent et traduction dans les langues parlées dans l'OT. Constat visuel. Coef 3. Famille Information Communication. Rattrapable

46 - BONUS - Les affichages extérieurs sont traduits dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

BONUS - A minimum affichage du critère 45 et traduction dans les langues parlées dans l'OT. Coef 3. Famille Information Communication. Rattrapable

L'espace d'accueil

47 - L'aspect général de l'espace d'accueil est accueillant.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

L'espace d'accueil est bien ordonné et la décoration et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux. Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, fond musical discret (si existant), etc. Constat visuel. Coef 3. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable

48 - L'espace d'accueil est propre et en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Prendre en compte le mobilier, les équipements et les revêtements. Constat visuel. Coef 9. Famille Confort Propreté. Non Rattrapable

49 - La signalétique intérieure est homogène, en bon état, cohérente et facilite le parcours du visiteur.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Non concerné possible si pas de signalétique. Par exemple, présentoirs, billetterie et repérage au sein de l'OT (en particulier pour les lieux partagés). Possible Non concerné pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Constat visuel. Coef 3. Famille Information Communication. Rattrapable

50 - Les informations et la documentation sont identifiées, classées par thèmes, les présentoirs régulièrement approvisionnés et l'affichage mis à jour.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Possible Non concerné pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

Accueillir et informer

51 - Le conseiller en séjour est identifié par un badge comportant au minimum la fonction et les langues parlées. Le personnel en formation est clairement identifié.

Oui Non

Le critère est validé avec un tour de cou nominatif ou un porte-nom sur le comptoir à proximité immédiate du conseiller. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Non Rattrapable

52 - La tenue et la présentation des conseillers en séjour doivent être soignées et propres.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Le port d'un uniforme/tenue commune relève de la stratégie de l'OT. Contrôle visuel. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable

53 - L'aménagement des lieux doit permettre au visiteur de patienter en ayant accès à des informations utiles : affichage animations, sites, etc. L'OT prend en compte la gestion de l'attente des clients.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

L'information utile (animations, sites, patrimoine, etc) peut être réalisée sous forme d'affichage ou sous forme numérique. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Non Rattrapable

54 - Lors de l'accueil, le conseiller en séjour doit être courtois, disponible, attentif et abandonner toute tâche administrative dès l'arrivée d'un visiteur.

Oui Non

Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable

55 - Lors de l'accueil, le conseiller en séjour questionne le client pour explorer sa demande et permettre une bonne prise en charge et appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Lors des audits complets, en l'absence de visiteurs permettant d'apprécier ce critère par observation, les auditeur-trices réalisent une simulation d'entretien avec un conseiller. Ex : la reformulation est une méthode qui peut être utilisée par le conseiller en séjour si la demande le justifie. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9. Non Rattrapable

56 - Lors de l'accueil, après avoir répondu à la demande le conseiller en séjour élargit son conseil pour mieux vendre son territoire, au regard de la demande exprimée.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9. Non Rattrapable

57 - Le conseiller en séjour propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

"Ce critère est susceptible d'être évalué lors de la visite mystère de l'espace d'accueil et lors d'interview lors de l'audit complet. Cocher en ""Non concerné"" quand la situation ne s'est pas présentée. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable"

58 - Le conseiller en séjour présente sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins, etc).

Oui Non

Critère à auditer par interview du personnel d'accueil et vérification des outils existants : en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing, lors de la visite mystère et lors de l'audit complet. Contrôle visuel. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable

59 - Le conseiller en séjour est en capacité de présenter aux visiteurs les principaux sites et services touristiques de la destination.

Oui Non

Contrôle visuel. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable

60 - Le conseiller en séjour est en capacité d'informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence.

Oui Non

Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable

61 - BONUS - Les conseillers en séjour disposent d'un outil numérique afin de présenter les offres et les services touristiques de la destination.

Oui Non concerné

BONUS - L'outil numérique peut être fixe (ex : un 2ème écran sur le comptoir en plus de l'écran d'ordinateur non visible ou un écran dans le hall d'accueil) ou mobile (ex: tablette). Possible Non concerné pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Contrôle visuel. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable

62 - Le conseiller en séjour pratique une langue étrangère.

Oui Non

Il est recommandé que chaque conseiller en séjour assurant l'accueil parle au moins 2 langues étrangères. Il ne s'agit cependant pas d'une obligation, l'objectif est bien que la personne qui contacte l'OT puisse se voir apporter une réponse à tout moment aux heures d'ouverture de l'OT ou du BIT avec les langues parlées au sein de l'OT. En complément des tests mystères, le planning permettant d'assurer sur l'ensemble des sites les réponses dans les langues parlées au sein de l'OT est examiné lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal, en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Contrôle visuel. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9. Non Rattrapable

63 - Le conseiller en séjour pratique au moins deux langues étrangères.

Oui Non Non concerné

Il est recommandé que chaque conseiller en séjour assurant l'accueil parle au moins 2 langues étrangères. Il ne s'agit cependant pas d'une obligation, l'objectif est bien que la personne qui contacte l'OT puisse se voir apporter une réponse à tout moment aux heures d'ouverture de l'OT ou du BIT avec les langues parlées au sein de l'OT. En complément des tests mystères, le planning permettant d'assurer sur l'ensemble des sites les réponses dans les langues parlées au sein de l'OT est examiné lors de l'audit en dévoilé, avant le débriefing sur le BIT principal, en fin de la visite mystère, et lors de l'audit complet sur site. Contrôle visuel. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9. Non Rattrapable

64 - BONUS - Le conseiller en séjour pratique une troisième langue étrangère.

Oui Non concerné

Bonus - Il est recommandé que chaque conseiller en séjour assurant l'accueil parle au moins 2 langues étrangères. Il ne s'agit cependant pas d'une obligation, l'objectif est bien que la personne qui contacte l'OT puisse se voir apporter une réponse à tout moment aux heures d'ouverture de l'OT ou du BIT avec les langues parlées au sein de l'OT. En complément des tests mystères, le planning permettant d'assurer sur l'ensemble des sites les réponses dans les langues parlées au sein de l'OT est examiné lors de l'audit en dévoilé, avant le débriefing sur le BIT principal, en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Contrôle visuel. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9. Non Rattrapable

65 - A la fin de l'échange, le conseiller en séjour s'assure d'avoir répondu à la demande du client de manière satisfaisante.

Oui Non Non concerné

Contrôle visuel. Famille Savoir faire savoir être. Coef 3. Non Rattrapable

66 - A la fin de l'échange, le client est invité à exprimer sa satisfaction.

Oui Non Non concerné

Une sollicitation orale ou écrite à l'intérieur de l'office à proximité du conseiller rencontré (ex : affichage, e-mail, autocollant, remise d'une carte de visite ou d'un marque-page, etc) informe le client des modalités de recueil de sa satisfaction. L'outil de recueil de satisfaction peut être sur place ou dématérialisé et rempli par le visiteur a posteriori de la visite (cf critère écoute client). Famille Savoir faire savoir être. Coef 3. Non Rattrapable

67 - Le départ du visiteur s'accompagne d'une prise de congé chaleureuse, aimable et souriante avec remerciements.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

"Comportement souriant, ton aimable et salutations par ""au revoir madame"", ""au revoir Monsieur"". Critère à auditer en visite mystère + en observation visuelle lors de l'audit complet. Contrôle visuel. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3. Non Rattrapable"

La documentation sur la destination

68 - Les documents sont traduits en au moins une langue étrangère.

Oui Non Non concerné

Il s'agit des principaux documents produits par l'OT lui-même (ex : guides, cartes (et non de ceux des socio-professionnels)). Le choix des documents traduits et de l'intégralité des informations traduites relève de la stratégie de l'OT en fonction de la fréquentation et des attentes des clientèles étrangères. Par ex, un document spécifique peut être édité en langus étrangère, présentant les incontournables du territoire (sans que ce soit exactement la même brochure qu'en français). Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable

69 - Les documents sont traduits en au moins une deuxième langue étrangère correspondant à la fréquentation de la destination.

Oui Non Non concerné

Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Il s'agit des principaux documents produits par l'OT lui-même (ex : guides, cartes (et non de ceux des socio-professionnels)). Le choix des documents traduits et de l'intégralité des informations traduites relève de la stratégie de l'OT en fonction de la fréquentation et des attentes des clientèles étrangères. Par ex, un document spécifique peut être édité en langue étrangère, présentant les incontournables du territoire (sans que ce soit exactement la même brochure qu'en français). Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable

70 - BONUS - Les documents sont traduits en une troisième langue étrangère correspondant à la fréquentation de la destination.

Oui Non concerné

BONUS - Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable

71 - La charte graphique ou l'identité visuelle sont appliquées à tous ses supports.

Oui Non Non concerné

Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable

LES SERVICES COMPLEMENTAIRES DE LA STRUCTURE PRINCIPALE

La boutique

72 - BONUS - L'OT dispose d'une boutique.

Oui Non concerné

BONUS - L'espace de vente intégré à l'espace d'accueil ou dans une pièce connexe à l'accueil est audité. Contrôle visuel. Coef 3. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable

73 - L'aménagement de la boutique est attractif et la boutique est bien approvisionnée.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à la présentation des produits (ex : veiller à la quantité suffisante sur les étagères, possibilité de libre-service, etc), la circulation dans la boutique, etc. Ce chapitre s'applique sur le BIT principal (et/ou sur les BIT secondaires le cas échéant) dès lors que l'OT propose à la vente des objets et articles à vocation touristique pour promouvoir la destination. Le chapitre ne s'applique pas si la boutique ne propose qu'un nombre restreint de références tous articles confondus (moins de 20 références annuellement, hors cartes postales). (Le chiffre d'affaires réalisé précédemment pris en compte dans l'ancienne version du référentiel n'est plus à considérer). L'espace de vente intégré à l'espace d'accueil ou dans une pièce connexe à l'accueil est audité. Contrôle visuel. Coef 3. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable

74 - La gamme de produits est diversifiée.

Oui Non Non concerné

"Librairie, cartes postales, gadgets, produits enfants, etc. Contrôle visuel. Coche en ""Non concerné"" afin de ne pas pénaliser l'OT si la stratégie de l'OT est de ne proposer qu'une gamme restreinte de produits (ex : brochures, topoguide). Critère à auditer par interview : - en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère - lors de l'audit complet. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable"

75 - L'OT propose une gamme de prix ouverte, adaptée à sa stratégie, ses produits et sa clientèle.

Oui Non Non concerné

Les prix sont adaptés à la stratégie et aux produits proposés et il ne s'agit pas nécessairement d'une gamme de prix large. Contrôle visuel. Critère à auditer par interview : - en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère - lors de l'audit complet. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable

76 - Sur demande un paquet cadeau est réalisé.

Oui Non Non concerné

Vérifier la présence du papier cadeau lors du débriefing pour l'audit complet. Une pochette ou un sac kraft fermé peuvent constituer un papier cadeau. Critère à auditer par interview : - en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère - lors de l'audit complet. Contrôle visuel. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable

77 - Le personnel est aimable, disponible et attentif aux besoins de la clientèle. Il est capable d'apporter des renseignements sur les produits proposés.

Oui Non Non concerné

Poser une question sur un produit. Evaluer la capacité à répondre. Contrôle visuel. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Non Rattrapable

78 - Le personnel de la boutique est capable de renseigner la clientèle et d'effectuer une transaction commerciale dans au moins une langue étrangère.

Oui Non Non concerné

Non concerné si absence de boutique ou espace de vente. Contrôle visuel. Critère à auditer par interview en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la visite mystère et lors de l'audit complet. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Non Rattrapable

79 - BONUS - Le personnel de la boutique est capable de renseigner la clientèle et d'effectuer une transaction commerciale dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

BONUS - Noter Non concerné si réponse négative ou si absence de boutique ou espace de vente. Contrôle visuel. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Non Rattrapable

80 - Les articles sont présentés sur du matériel adapté et mis en scène (en fonction de l'animation, de la saison, etc).

Oui Non Non concerné

Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Rattrapable

81 - L'origine des produits provenant de producteurs locaux est indiquée.

Oui Non Non concerné

Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

82 - Le personnel (au moins 1 permanent) est formé à l'aménagement de ces vitrines ainsi qu'à l'approvisionnement et aux relations avec les fournisseurs.

Oui Non Non concerné

Une personne permanente de l'OT, et pas nécessairement par BIT, a bénéficié d'une formation agréée dédiée. Critère à auditer par interview : en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère, et lors de l'audit complet. Famille Savoir faire savoir-être. Coef 1. Rattrapable

83 - L'OT disposant d'une boutique, la présente sur le site internet de l'office.

Oui Non Non concerné

Il s'agit de présenter a minima l'existence d'une boutique au sein de l'OT ou du BIT et non nécessairement l'exhaustivité des produits en vente en ligne. Famille Information Communication. Coef 1. Rattrapable

84 - Les moyens de paiements sont affichés en évidence à l'intérieur de l'OT.

Oui Non Non concerné

Il est recommandé d'afficher également le refus de paiement et les paiements par type de carte acceptée. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable

85 - L'OT formalise une stratégie de développement de boutique et une politique de choix des produits (territoire, région, éthique, artisanat local, création de produits, etc).*

Oui Non Non concerné

Cette stratégie est développée dans l'ensemble des BIT. La stratégie peut prévoir des orientations différentes suivant les BIT en fonction du contexte et des besoins. Contrôle documentaire. Non concerné dans le cadre d'une visite mystère. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

86 - Les modalités de vente sont définies (identification du besoin, conseil, réalisation de la vente).*

Oui Non Non concerné

Ces modalités sont développées dans l'ensemble des BIT disposant d'un espace de vente. La définition des modalités de vente peut prendre différentes formes (note, procédure, instruction, etc). Non concerné dans le cadre d'une visite mystère. Contrôle documentaire. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

87 - L'OT dispose d'un outil de gestion des stocks (tableau, seuil d'alerte, inventaire annuel a minima).*

Oui Non Non concerné

Cet outil de gestion des stocks est utilisé par l'ensemble des BIT. L'outil de gestion des stocks peut prendre différentes formes selon les produits proposés et le volume d'activité de la boutique (ex : logiciel dédié, tableur excel, etc). Non concerné dans le cadre d'une visite mystère. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

88 - Une analyse globale des ventes est effectuée au minimum une fois par an.*

Oui Non Non concerné

L'analyse compile les résultats de l'ensemble des BIT. Il est recommandé que la synthèse a minima annuelle compile les résultats de l'ensemble des BIT et que l'analyse soit formalisée même succinctement. Non concerné dans le cadre d'une visite mystère. Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Non Rattrapable

Organisation d'évènement

89 - L'organisation d'événements est une mission clairement définie avec la collectivité.

Oui Non

Ce critère concerne les événements et/ou les animations (les visites guidées, contées, etc, n'en font pas partie). Ce chapitre s'applique pour l'organisation d'évènement(s) « d'envergure » (à caractère ponctuel ou exceptionnel sur le territoire de type culturel, sportif, loisir ou économique, et dont le financement est inscrit au budget de l'OT (et non à celui de la collectivité, et qui attire une clientèle touristique à l'échelle départementale, régionale ou nationale) ou d'au moins 5 animations dans l'année (ex : concerts du soir, vide greniers, marchés nocturnes, etc, hors pots d'accueil), même s'il s'agit du même type d'animation. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

90 - L'OT planifie ses événements en cohérence avec les animations de son territoire.

Oui Non Non concerné

Cocher en 'Non concerné' dans l'hypothèse où la collectivité impose à l'OT la date des événements gérés par l'OT. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Non Rattrapable

91 - Une planification de la manifestation est réalisée (sur le plan financier, humain et technique) et une personne pilote est identifiée.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Une formalisation de la planification est recommandée. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

92 - Une réunion de briefing est organisée pour informer les membres de l'organisation.

Oui Non

Une ou plusieurs réunions de briefing peuvent être organisées selon les événements ou animations. Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

93 - L'OT informe la population locale et les prestataires : nature de l'évènement, nuisances, restriction de circulation, etc.

Oui Non

Différents supports d'informations peuvent être utilisés : supports, affichage, internet, réseaux sociaux, newsletter, par distribution, etc. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

94 - Lors de l'organisation d'événements, l'OT respecte des critères sociaux et environnementaux de durabilité. L'OT incite les autres partenaires de l'évènement à suivre ces principes.

Oui Non Non concerné

Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

95 - L'OT définit un plan de communication et média adapté.

Oui Non

Par période ou date, support et média, événement a minima, incluant le coût quand significatif. Un personnel de l'OT est désigné pour assurer son suivi, les retombées quantifiables ou mesurables (quand possible) sont enregistrées. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit. Famille Qualité de la prestation. Coef 3.

96 - L'OT gère les intervenants et/ou les artistes en amont de leur arrivée : prise de contact, élaboration du contrat, plan d'accès, présentation du territoire.

Oui Non

Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

97 - La signalétique et le fléchage sont mis en place et sont pertinents.

Oui Non

La signalétique et le fléchage ont été analysés. Contrôle documentaire. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

98 - L'évènement dispose de lieux de stationnement à proximité, qui doivent être adaptés à la fréquentation.

Oui Non Non concerné

Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

99 - Un point d'accueil et d'information du public est mis en place.

Oui Non Non concerné

"Cocher en ""Non concerné"" s'il s'agit d'une animation ne nécessitant pas de point d'accueil sur place (dans le cadre d'ateliers par exemple). Contrôle documentaire. Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit. "

100 - Le personnel doit pouvoir être clairement identifié par le public et les partenaires (ex : badges, t-shirts, etc).

Oui Non

Contrôle documentaire. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

101 - L'OT met en place un système d'écoute client dédié à l'évènement.

Oui Non Non concerné

"Il ne s'agit pas uniquement d'un outil de recueil de la satisfaction client comme dans le précédent référentiel. ""L'écoute client"" porte de façon plus large sur des critères essentiels à l'amélioration de la qualité de l'accueil lors des événements ou animations : prise de connaissance des avis clients sur au moins 1 ou 2 sites d'avis en ligne choisis par l'OT,

recueil de la satisfaction client, traitement des réclamations. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit. "

102 - L'OT établit un bilan en fin de manifestation, prenant en compte la synthèse de l'écoute client et le retour d'informations recueillies auprès de ses partenaires.

Oui Non Non concerné

La synthèse de l'écoute client est réalisée en tenant compte des avis sur les réseaux sociaux, outil de recueil de la satisfaction, réclamations. Le retour d'informations auprès des partenaires (ex : intervenants, partenaires financiers/organisationnels/équipements) peut varier (ex : débriefing en fin d'animation, mail, point téléphonique, etc). Cette synthèse de l'écoute client et ce retour d'informations des partenaires peut être globale à l'issue de plusieurs événements ou animations récurrentes. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

Commercialisation

103 - L'OT définit une offre de prestations et de produits à partir de l'offre existante sur le territoire.

Oui Non

Sélectionner et gérer une offre d'articles et d'objets répondant aux attentes des clients et valorisant la destination. Ce chapitre s'applique sur le BIT principal audité en audit complet : pour les produits et prestations touristiques si l'OT est immatriculé, met en œuvre la commercialisation et crée des produits packagés. Ou pour la vente de billetterie pour des prestations locales et/ou de visites guidées si l'OT propose plus de 15 références de billets annuellement. Il s'agit de définir la stratégie commerciale ou la politique commerciale en matière de commercialisation en fonction des enjeux et du contexte. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable pour les manifestations prévues dans les 2 mois suivant la date du rapport d'audit.

104 - L'OT formalise un document afin de définir ses partenariats et les modalités de sélection et d'évaluation sont portées à la connaissance des prestataires (ex : cahier des charges, charte, etc).

Oui Non Non concerné

"Les partenariats concernent les fournisseurs et prestataires de l'OT. Le document cadre (ex : cahier des charges, charte dont la dénomination peut être différente) se distingue des contrats individuels avec chaque prestataire. Il a pour objectif de définir et formaliser de façon générale les modalités et critères de sélection et d'évaluation des partenaires. Possible ""Non concerné"" pour les OT ne proposant que de la billetterie. Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Rattrapable"

105 - Un engagement écrit est établi entre l'OT et ses fournisseurs. Il définit les conditions de vente, de réservation et d'annulation.

Oui Non Non concerné

Il s'agit de rédiger un contrat qui formalise un accord sur la prestation fournie, en complément du document-cadre ci-dessus. Il peut être personnalisé par type de prestataires ou activités. Les garanties, responsabilités et assurance, régularité d'installation doivent être vérifiées, le contrat peut-être annuel ou par tacite reconduction et doit dans ce cas traiter la mise à jour de l'offre et des informations. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

106 - Dans le cadre de la commercialisation, l'OT met en place un système d'écoute client à disposition des visiteurs.

Oui Non Non concerné

"L'OT diffuse les retours clients à ses partenaires et assure le suivi des réclamations liées à l'activité touristique. ""L'écoute client"" porte sur des critères essentiels à l'amélioration de la qualité de l'accueil lors de la commercialisation : prise de connaissance des avis clients sur au moins 1 ou 2 site d'avis en ligne choisis par l'OT, recueil de la satisfaction client, traitement des réclamations. S'agissant des réclamations portant sur les partenaires (fournisseurs ou prestataires) l'OT est a minima en mesure de prouver l'envoi des réclamations transmises au partenaire, et assure le suivi (avec relance en l'absence de réponse du partenaire). Les retours exprimés oralement ou par mail sont à intégrer au système d'écoute client. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable"

107 - Dans le cadre de la commercialisation, l'OT met en place un système d'écoute client à disposition de ses partenaires.

Oui Non Non concerné

L'OT diffuse les retours clients à ses partenaires et assure le suivi des réclamations liées à l'activité touristique. Les retours exprimés oralement ou par mail sont à intégrer au système d'écoute client. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

108 - L'OT met en œuvre des actions de fidélisation adaptées à ses clients et ses produits, dans le cadre d'une réflexion annuelle.

Oui Non Non concerné

"Par exemple, offres en avant première, newsletter sur les nouveautés, vœux. L'action de fidélisation n'implique pas obligatoirement une remise commerciale. La stratégie de commercialisation peut prévoir de ne pas mener d'actions de fidélisation selon les clients ou les produits proposés. Dans ce cas cocher en ""Non concerné"". Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Rattrapable"

109 - L'OT met en place une ou des procédures de vente de ses produits touristiques.

Oui Non Non concerné

L'OT précise notamment les modalités pour : l'enregistrement de la demande, la politique tarifaire appliquée, l'envoi d'une proposition (devis), le fonctionnement des relances, le mode de confirmation, le suivi de la prestation, la facturation. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

110 - L'OT définit et transmet les conditions générales et particulières de vente.

Oui Non Non concerné

"Un QR Code ou la mention ""CGV à retrouver sur le site internet"" avec un lien permet de valider ce critère. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable"

111 - Le service commercialisation met à disposition du service accueil les outils nécessaires à la vente directe en vis-à-vis ou au téléphone (fiches produits, formations internes, etc).

Oui Non Non concerné

"Même s'il ne fait pas de vente directement, le service ""Accueil"" a accès à des fiches produits ou a été formé sur les produits pour informer au mieux le client et identifier clairement ses besoins et les transmettre au service concerné le cas échéant. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable"

L'ECOUTE CLIENT

Le suivi de l'e-réputation

112 - L'OT prend connaissance des avis des visiteurs sur au moins 2 sites.

Oui Non

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. Non si aucun référencement sur aucun site d'avis en ligne. L'auditeur interroge pour savoir quels sites l'OT suit : Google MyBusiness, TripAdvisor, Pages Jaunes, etc, et l'interroge sur le contenu des derniers commentaires. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

113 - L'OT a revendiqué la fiche de sa destination sur au moins 2 sites d'avis en ligne.

Oui Non Non concerné

L'auditeur peut constater l'existence de réponses faites par le professionnel sur les 2 sites d'avis en ligne que l'OT suit. Il peut s'agir d'une fiche pour la destination (OT et bureau(x) secondaire(s), ou d'une fiche par site (et dans ce 2ème cas une fiche pour le BIT principal et une par bureau secondaire). Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

114 - L'OT exerce son droit de réponse aux avis en ligne.

Oui Non Non concerné

Le droit de réponse s'exerce sur l'ensemble des sites sur lesquels l'OT a revendiqué une fiche. A minima sur les avis négatifs et recommandé sur les avis positifs. Non concerné possible si aucun avis mentionnant une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients). Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

115 - La réponse apportée par l'OT est constructive.

Oui Non Non concerné

La réponse est factuelle. Si la responsabilité de l'OT est avérée, un mot d'excuse est formulé. Suivant les cas, un geste commercial est proposé. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

Le suivi de la satisfaction

116 - Au moins un outil de recueil de la satisfaction existe.

Oui Non

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. Exemples d'outils : questionnaire de satisfaction papier/dématérialisé/QR code du partenaire et/ou du professionnel, utilisation et suivi d'une ou plusieurs plateformes d'avis en ligne, module d'écoute client application de gestion des labels, outil d'analyse de l'e-réputation, borne, suivi des avis ou recommandations Facebook, etc. Un outil de recueil permet de mesurer la satisfaction client, et de personnaliser les réponses. Le livre d'or en texte libre et l'utilisation des « pouces levés » sans réponse circonstanciée, ne sont pas un outil de recueil et de mesure. Les retours exprimés oralement ou par mail ou via le livre d'or sont à intégrer au système d'écoute client. Différents outils peuvent être utilisés pour mesurer de façon adaptée la satisfaction client sur l'ensemble des services existants : l'accueil, la boutique, la commercialisation, l'événementiel. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

117 - Les clients sont informés de l'outil de recueil de la satisfaction.

Oui Non

Une sollicitation orale ou écrite à l'intérieur de l'OT à proximité du conseiller rencontré (ex : affichage, e-mail, autocollant, remise d'une carte de visite ou d'un marque-page, etc) informe le client des modalités de recueil de sa satisfaction (cf critère stratégie d'accueil). Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

118 - L'outil de recueil de la satisfaction est traduit dans une langue étrangère.

Oui Non

L'utilisation régulière du module d'écoute client de l'application de gestion des labels, valide le critère. D'autres outils de recueil de la satisfaction client par services proposés sont également possibles. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

119 - BONUS - L'outil de recueil de la satisfaction est traduit dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

BONUS - Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

Le suivi des réclamations

120 - L'OT a formalisé une procédure écrite pour le suivi des réclamations.

Oui Non

A minima, la procédure précise qui répond aux réclamations et sous quel délai de réponse et où sont archivées les réclamations. Elle distingue les réclamations (écrites, avec coordonnées pour lesquelles une réponse est attendue) des remarques orales. Elle différencie les modalités de traitement et suivi selon que la réclamation porte sur les services proposés par l'OT, ou sur la collectivité ou un prestataire du territoire. La procédure est examinée en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

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

Oui Non Non concerné

Si la réclamation nécessite des recherches, envoi d'une lettre (ou courriel) de prise en compte de la réclamation. Les réponses se font dans un délai maximum de 15 jours ouvrés exception faite des demandes de remboursement. Non concerné possible si aucun avis mentionnant une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients) n'est signalé sur les sites d'avis suivis par l'OT. Le respect du critère est examiné lors de : l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et l'audit complet sur site. Si la réclamation porte non pas sur l'OT mais sur la collectivité ou sur un socio-professionnel, il appartient à l'OT : d'accuser réception dans les 72 heures, et de confirmer la transmission de la réclamation à l'interlocuteur concerné afin qu'il

apporte directement une réponse au client, d'assurer une relance si cet interlocuteur n'envoie pas copie de sa réponse à l'OT, d'intégrer cette réclamation à l'analyse préparée pour le Groupe Qualité de Destinaton (GQD) le cas échéant. Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

122 - Les réponses aux avis négatifs et aux réclamations sont personnalisées et constructives.

Oui Non Non concerné

La réponse marque la prise en compte de la réclamation, fait preuve d'empathie, clarifie les circonstances et apporte une solution. Il est également recommandé de formaliser l'enregistrement des insatisfactions exprimées oralement. Différencier les réclamations sur l'OT et de celles sur les socio-professionnels. Non concerné possible si aucun avis mentionnant une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients). Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

123 - L'OT apporte une réponse aux insatisfactions notables et les traite comme une réclamation.

Oui Non Non concerné

L'OT contacte le client qui mentionne une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients). Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Non concerné en cas d'absence d'insatisfaction notable ou de création/reprise récente de l'entreprise. Une réponse à l'ensemble des insatisfactions client exprimée est recommandée. Il est également recommandé de formaliser l'enregistrement des insatisfactions exprimées oralement. Différencier les réclamations sur l'OT et de celles sur les socio-professionnels. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

DISPOSITIONS POUR ASSURER LA QUALITE DES SERVICES

Disposition pour assurer la qualité des services

124 - Un référent qualité est identifié dans l'établissement.

Oui Non

Identification en amont de la visite mystère. Coef 3. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable

125 - L'OT identifie les dysfonctionnements internes et met en place les actions préventives ou correctives.

Oui Non

Ce critère concerne a minima les chapitres du référentiel Qualité. Il est recommandé d'étendre cette méthode aux autres services de la structure. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

126 - L'OT effectue au moins 1 fois par an l'analyse des indicateurs qualité (activité et écoute client, réclamations, incidents internes, remarques et suggestions, etc).

Oui Non

Il est recommandé de formaliser l'enregistrement des remarques exprimées oralement et leur analyse. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

127 - L'OT favorise et prend en compte les suggestions de pistes d'améliorations de son personnel. Un système d'identification et de prise en compte des suggestions en matière de qualité de la part du personnel est mis en œuvre (cahier, boîte à idées, réunions, etc).

Oui Non Non concerné

Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

128 - Le personnel (stagiaires et bénévoles compris) est informé de la démarche qualité.

Oui Non Non concerné

Non concerné possible si moins de 5 employés. L'information du personnel sur la démarche qualité est recommandée même si l'effectif permanent est inférieur à 5 salariés. L'auditeur interroge le référent qualité afin de s'assurer que le personnel a été informé à la démarche qualité. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable

129 - Une réunion de personnel annuelle sur la démarche qualité est organisée.

Oui Non Non concerné

Réunion co-animée et préparée par la direction et le référent qualité. Non concerné possible si moins de 5 employés. La réunion est recommandée même si l'effectif permanent est inférieur à 5 salariés. Le critère est validé s'il n'existe pas de réunion annuelle spécifique et que le fonctionnement de la démarche qualité est abordé lors des réunions d'équipe et/ou par tous les moyens de communication définis par l'équipe. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable

130 - Un bilan annuel de l'écoute client est présenté au personnel.

Oui Non Non concerné

L'écoute client comprend les questionnaires de satisfaction, les réclamations, les avis clients, etc. Ce bilan peut être présenté au personnel permanent lors de la réunion annuelle sur le fonctionnement de la démarche qualité. Contrôle documentaire. Coef 3. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable

131 - Un plan d'action relatif à la démarche qualité est mis en place annuellement.

Oui Non

Outils d'évaluation puis outils d'amélioration interne (plan d'actions relatif à la qualité) et externe (Groupe qualité pour la destination). Contrôle documentaire. Coef 9. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable

132 - Le plan d'action est établi lors du pré-audit ou de l'audit précédent (visite mystère ET audit complet), il est pris en compte et mis en œuvre.

Oui Non Non concerné

"Pour l'audit complet, le plan d'action est suivi et mis à jour. Pour la visite mystère, l'intégralité des non conformités a été traitée. Item noté ""Non concerné"" si adhésion. Un ou des plans d'actions ont pu être mis en œuvre. Contrôle documentaire. Coef 3. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable"

133 - La structure documentaire de l'OT est formalisée et permet la transmission et la continuité du service (fiches procédures, processus, site web, etc).

Oui Non Non concerné

Les documents cités (fiches processus, procédures, etc) sont des exemples. L'OT est libre de choisir la terminologie de ses documents en fonction de ses besoins. Une liste des documents applicables n'est plus exigée en tant que telle mais reste recommandée pour formaliser et tracer la structure documentaire. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

Groupe(s) Qualité de Destination

134 - BONUS - L'OT met en place un ou des Groupe(s) Qualité de Destination impliquant au minimum des élus locaux ou des techniciens de la collectivité et les partenaires.

Oui Non concerné

BONUS - Le Groupe Qualité de Destination réunit les principaux représentants des intérêts des acteurs impliqués dans le dispositif. Il est mis en place par l'OT et est constitué au minimum : de la direction de l'OT et d'un membre du Conseil d'Administration ou du Comité de Direction ou de l'organe délibérant de l'OT, du responsable qualité de l'OT, des élus ou des représentants de la collectivité de tutelle, des représentants des partenaires (a minima deux), tout autre acteur du développement touristique ou économique et des représentants des habitants pourront être associés. Le GQD pourra être assimilé au Conseil d'Administration ou au Conseil d'Exploitation ou au Comité Directeur à condition que la qualité fasse l'objet d'un ordre du jour spécifique. Une fréquence biannuelle pour la réunion du GQD (et les critères suivant en découlant) est recommandée. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

135 - BONUS - Le bilan d'écoute clients de l'OT est présenté au Groupe Qualité de Destination.

Oui Non concerné

BONUS - Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

136 - BONUS - Les remarques, suggestions, dysfonctionnements à l'échelle de la destination sont analysés et font l'objet de décisions d'action le cas échéant.

Oui Non concerné

BONUS - L'analyse est réalisée quelle que soit leur origine (visiteur, prestataires, équipe interne, élus, etc). Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

137 - BONUS - Dans le cadre des démarches de progrès, le Groupe Qualité de Destination est amené à travailler sur des projets à l'échelle de son territoire (accueils d'excellences, destination responsable, etc).

Oui Non concerné

BONUS - Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Rattrapable

138 - BONUS - Un suivi des actions est réalisé et enregistré.

Oui Non concerné

BONUS - Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

ENGAGEMENTS INTERNES ENVERS LA COLLECTIVITE ET LES SOCIO-PROFESSIONNELS

Engagements internes envers la Collectivité et les socio-professionnels

139 - L'OT doit être associé à la réflexion et à la mise en œuvre du schéma de développement touristique local si existant.

Oui Non Non concerné

Non concerné si absence de schéma de développement touristique local. Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Rattrapable

140 - La direction de l'OT formalise clairement sa politique stratégique et ses objectifs en partenariat avec la collectivité, comprenant ses engagements qualité. Une mise à jour au minimum tous les 3 ans sera faite.

Oui Non Non concerné

Définir et rédiger la politique stratégique et la politique qualité pour toutes les missions de l'office : identifier les axes de travail de l'OT, décliner les axes en actions concrètes de mise en œuvre, indiquer pour chaque action, le délai de mise en œuvre de l'action, le responsable de l'action et un indicateur de réalisation (qui permet d'évaluer la réalisation de l'action). Famille Qualité de la prestation. Coef 9. Rattrapable

141 - La direction présente la politique stratégique et qualité de l'OT au personnel et aux partenaires.

Oui Non Non concerné

L'OT peut choisir le niveau de détail de la présentation (synthétique si besoin). Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Rattrapable

142 - Le plan d'actions opérationnel reprend et décline la stratégie et définit les actions à mener pour atteindre les objectifs annuels.

Oui Non Non concerné

Le plan d'actions opérationnel reprend et décline la politique/stratégie et définit les actions à mener pour atteindre les objectifs travaillés sur l'année. Le plan d'actions opérationnel peut être formalisé sous forme de retroplanning par actions. Famille Qualité de la prestation. Coef 9. Rattrapable

143 - L'établissement a une connaissance fine de ses clientèles.

Oui Non Non concerné

Fréquentation globale + profil (indiv/groupes) + provenance. Non concerné possible dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. Contrôle documentaire. Coef 3. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable

144 - L'OT met en place des indicateurs d'activité (exemples : visites, téléphone, e-mails, courrier, type nature et origine des demandes, état des ventes, fréquentation du site web, etc).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Rattrapable

145 - L'OT établit un bilan annuel de ses actions pour l'ensemble de ses services (financier, qualitatif et quantitatif), qu'il transmet à sa collectivité, à son personnel et aux prestataires.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Non Rattrapable

146 - L'OT formalise une stratégie d'animation des socio-professionnels (visites régulières sur site, diffusion de la documentation, communication, partenariats).

Oui Non Non concerné

Famille Qualité de la prestation. Coef 9. Rattrapable

147 - BONUS - L'OT réalise au moins une action annuelle de sensibilisation des prestataires aux missions de l'OT.

Oui Non concerné

BONUS - Famille Qualité de la prestation. Coef 1. Rattrapable

148 - Les avantages et services proposés aux partenaires sont clairement identifiés ainsi que leurs tarifs (pour les OT associatifs : services distincts de l'adhésion).

Oui Non Non concerné

Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

149 - L'OT définit une stratégie de démarchage pour proposer l'offre de service établie.

Oui Non Non concerné

Non concerné possible pour les OT qui ne proposent pas de pack commercial à leurs prestataires. La stratégie de démarchage peut être intégrée à la stratégie d'animation. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

150 - L'OT mesure annuellement le niveau de service apporté et identifie les actions à mener.

Oui Non

Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

LES DISPOSITIONS DE MANAGEMENT

Formation du personnel

151 - La direction définit et met en oeuvre un plan prévisionnel de formation (de préférence sur 3 ans et en cohérence avec sa stratégie et ses besoins).

Oui Non

Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

152 - L'ensemble du personnel bénéficie d'au moins 3 jours de formation par an : formation externe, formation interne, éducteurs, de visites de prestataires, journées techniques, séminaires, etc.

Oui Non

Les 3 jours de formation sont proratisés pour les stagiaires ou le personnel saisonnier et le personnel en CDI ou CDD à temps partiel. Les formations réalisées sont enregistrées annuellement. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Non Rattrapable

153 - L'OT met en place un enregistrement annuel individuel des formations réalisées.

Oui Non Non concerné

Pour les personnels saisonniers, l'individualisation de l'enregistrement n'est pas obligatoire, ni la réalisation de formations externes, mais les preuves de leur formation interne et de visites de prestataires (quand ces dernières ont été réalisées) doivent être conservées et disponibles. Ce critère concerne tout nouvel entrant permanent et non permanent. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

154 - L'OT formalise l'intégration de tout personnel nouvel entrant (permanent, vacataire, stagiaire, personnel débutant, etc).

Oui Non

L'OT définit les missions et les responsabilités, réalise un programme d'intégration, évalue les compétences à l'issue de la période d'intégration. Ce critère concerne tout nouvel entrant permanent et non permanent. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

Communication interne

155 - Réunion périodique d'information du personnel et/ou création d'un outil adapté (au moins une fois par mois).

Oui Non

Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

156 - Il est remis un livret d'accueil aux nouveaux embauchés. Ce livret présente les principales caractéristiques de l'entreprise et son environnement proche.

Oui Non Non concerné

Non concerné possible si moins de 5 employés. Constat visuel. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable

157 - La présentation et le bilan de la saison sont réalisés auprès du personnel.

Oui Non Non concerné

Non concerné possible si moins de 5 employés. L'auditeur interroge le gestionnaire du site et les employés sur la manière dont la présentation et le bilan de saison ont été communiqués à l'équipe. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable

GESTION DES FLUX

Gestion des flux

158 - L'OT informe les clientèles sur les contraintes de gestion des flux pour les sites connaissant des pics de fréquentation.

Oui Non Non concerné

L'auditeur questionne le conseiller en séjour sur un lieu de visite emblématique du territoire. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

159 - L'OT adapte sa communication/promotion en fonction des pics de fréquentation observés.

Oui Non Non concerné

Constat visuel sur le site internet et affichage dans l'espace d'accueil. Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

160 - L'OT construit et déploie sa stratégie touristique en tenant compte des flux touristiques observés.

Oui Non Non concerné

La gestion des flux touristiques est intégrée à la stratégie définie par l'OT. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

PROMOTION LABELS TOURISME

Promotion Labels du tourisme

161 - L'OT communique sur sa démarche qualité mis en place vis-à-vis des clients (exemple : dans l'espace d'accueil, son site internet, dans sa documentation, etc). Ce critère concerne la démarche qualité de l'OT et ses engagements clients.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

En adhésion et renouvellement. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable

162 - Dès l'obtention du label Destination d'Excellence et pendant toute la période d'attribution : le logo Destination d'Excellence est présent sur les supports papier et sur le site internet.

Oui Non Non concerné

Critère applicable après l'obtention du label. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable

163 - La démarche Destination d'Excellence est explicitée sur le site internet ou il existe un lien vers le site de Destination d'Excellence™.

Oui Non Non concerné

A auditer en adhésion et en renouvellement. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable

164 - Les prestataires Qualité Tourisme ou Destination d'Excellence sont identifiés parmi l'offre du territoire.

Oui Non Non concerné

Les prestataires Qualité Tourisme ou Destination d'Excellence sont valorisés par la présence du logo et/ou le moteur de recherche des prestataires proposent un filtre Qualité Tourisme et Destination d'Excellence. A auditer en adhésion et en renouvellement. Famille Information Communication. Coef 9. Rattrapable

165 - BONUS - Il existe au moins 3 établissements marqués Qualité Tourisme ou Destination d'excellence sur le territoire de compétence.

Oui Non concerné

BONUS - A auditer en adhésion et en renouvellement. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

166 - L'OT sensibilise les professionnels au label Destination d'Excellence*.

Oui Non Non concerné

Non concerné possible pendant la visite mystère. Action de sensibilisation a minima annuelle. Famille Qualité de la prestation. Coef 9. Rattrapable

167 - Dès l'obtention du label Tourisme & Handicap et pendant toute la période d'attribution : le logo Tourisme & Handicap est présent sur les supports papier et sur le site internet.

Oui Non Non concerné

"Critère applicable après l'obtention de la Marque. ""Non concerné"" si l'OT/l'établissement n'est pas titulaire de la marque Tourisme & Handicap. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable"

168 - La démarche Tourisme & Handicap est explicitée sur le site internet ou il existe un lien vers le site de Tourisme & Handicap.

Oui Non Non concerné

"A auditer en adhésion et en renouvellement. ""Non concerné"" si l'OT/l'établissement n'est pas titulaire de la marque Tourisme & Handicap. Famille Information Communication. Coef 3. Rattrapable"

169 - Les prestataires Tourisme & Handicap sont identifiés parmi l'offre du territoire.

Oui Non Non concerné

Les prestataires Tourisme & Handicap sont valorisés par la présence du logo et/ou le moteur de recherche des prestataires proposent un filtre Tourisme & Handicap. A auditer en adhésion et en renouvellement. Famille Information Communication. Coef 9. Rattrapable

170 - BONUS - Il existe au moins 3 établissements marqués Tourisme & Handicap sur le territoire de compétence.

Oui Non concerné

BONUS - A auditer en adhésion et en renouvellement. Famille Qualité de la prestation. Coef 3. Rattrapable

171 - L'OT sensibilise les professionnels au label Tourisme & Handicap.*

Oui Non Non concerné

Non concerné possible pendant la visite mystère. Action de sensibilisation a minima annuelle. Famille Qualité de la prestation. Coef 9. Rattrapable

ACCESSIBILITE

Accessibilité

172 - L'établissement a sensibilisé son personnel à l'accueil des personnes en situation de handicap.

Oui Non Non concerné

Critère validé si labellisé Tourisme & Handicap. Contrôle visuel. Rattrapable.

173 - BONUS - L'établissement est labellisé Tourisme & Handicap.

Oui Non concerné

BONUS - Critère validé si labellisé Tourisme & Handicap.

174 - BONUS - Le professionnel a réalisé une auto-évaluation Tourisme & Handicap.

Oui Non concerné

BONUS - Critère validé si labellisé Tourisme & Handicap. Contrôle visuel. Rattrapable.

175 - BONUS - Le professionnel s'engage, dans les 3 ans, à se faire labelliser Tourisme & Handicap ou s'engagera dans une autre démarche accessibilité.

Oui Non concerné

BONUS - Critère validé si labellisé Tourisme & Handicap. Contrôle visuel. Rattrapable.

176 - L'établissement informe les clientèles sur son accessibilité effective en précisant notamment si son établissement a fait l'objet d'une dérogation concernant le handicap moteur (sur le site internet a minima).

Oui Non

Critère validé si labellisé Tourisme & Handicap. Contrôle visuel. Rattrapable.

177 - Le professionnel a rempli son registre public d'accessibilité et le tient à disposition de sa clientèle.

Oui Non Non concerné

<https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/Guide%20aide%20registre%20public%20accessibilit%C3%A9.pdf>. Contrôle visuel. Rattrapable.

178 - Le professionnel a renseigné sa fiche sur Acceslibre.

Oui Non

<https://acceslibre.beta.gouv.fr/> Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3.

179 - BONUS - Le site du prestataire est conforme aux principes du RGAA. Oui Non concerné

BONUS - Critères et tests - Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité (numerique.gouv.fr). Contrôle documentaire. Rattrapable.

ACCÈS ET MOBILITÉ

Réduire l'impact des déplacements

180 - Avant le séjour, l'établissement informe ses clients sur les moyens alternatifs à la voiture pour rejoindre la destination touristique. Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Exemple d'informations : page « éco-mobilité ou venir sans ma voiture » sur le site Internet avec détails des options de transport en commun, navette, accueil vélo, etc. Exemple d'encouragement : un tarif préférentiel est proposé pour les clients séjournant sans véhicule personnel. Des informations précises peuvent être indiquées sur les itinéraires à vélo pour rejoindre l'établissement depuis les principales villes/régions d'origine des clients. Limiter la place de la voiture au sein de l'établissement, c'est améliorer le silence, la sécurité et l'environnement au sein de celui-ci et donc son confort et son attractivité. Contrôle par l'auditeur (site internet ou confirmation de réservation). Coef 1.

181 - Au cours du séjour, l'établissement informe ses clients et/ou les encourage à adopter les moyens alternatifs à la voiture pour se déplacer localement (moyens existants au sein de l'établissement ou à proximité, le professionnel propose une offre alternative à la voiture individuelle). Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Exemple : mise en relation des clients grâce à un tableau d'offres de covoiturage, informations sur la possibilité de passer commande pour les courses alimentaires. Contrôle par l'auditeur du site internet ou de la confirmation de la réservation. Coef 1.

182 - L'établissement communique à sa clientèle toutes les informations pertinentes relatives à la recharge d'un véhicule électrique (sur le site internet et sur place). Oui Non Non concerné

Bon à savoir : De nombreux sites internet répertorient les points de recharges (<https://www.izivia.com/carte-borne-recharge-izivia>, <https://fr.chargeemap.com/map>). Contrôle par l'auditeur du site internet ou de la confirmation de la réservation. Coef 3.

183 - L'établissement propose aux clients, des solutions facilitant la mobilité durable. Exemples de solutions : borne de recharge réservée (auto et vélo), abri vélo matérialisé et sécurisé, location de vélos ou d'autres équipements de mobilité durable (gyropodes, trottinettes, etc). Locations proposées par l'établissement ou un prestataire. Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Location de vélos ou autres équipements de mobilité durable : si mise à disposition dans le cadre d'un partenariat, l'établissement doit être partenaire « actif » en facilitant l'accès de la clientèle à ces modes de mobilité : mise à disposition sur place, réservation, les services tels que livraison, SAV, assistance continuant à être assurée par le prestataire. Pour abri vélo : aides fond tourisme durable sous conditions pour l'acquisition d'un abri vélo à production photovoltaïque. Contrôle par l'auditeur sur site internet ou autre justificatif 3 actions = Très satisfaisant / 2 actions = Satisfaisant / 1 action = insatisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant / Maximum 3 actions. Coef 3.

COMMUNICATION ET USAGE DU NUMÉRIQUE

Communication numérique : Optimiser les usages et les supports

184 - Au moins un appareil multifonction existe (imprimante, scan, copieur, etc) ou flexibles (tablette / PC) afin d'éviter les achats inutiles. Oui Non Non concerné

Bon à savoir : C'est la fabrication des appareils numériques qui impacte le plus le climat et les ressources (la fabrication d'un appareil a un impact carbone jusqu'à 10 fois supérieur à la consommation électrique de l'appareil sur sa durée de vie). Un autre impact important réside dans le traitement des déchets électriques et électroniques. La priorité est donc de limiter le nombre d'appareils. Contrôle par l'auditeur sur site ou autre élément de preuve. Coef 1.

185 - L'établissement veille à prolonger le plus possible la durée de vie des appareils et à ne pas les remplacer trop vite par des neufs, ou achète du matériel reconditionné. Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Ex: absence de contrat de renouvellement automatique, liste de réparateurs préparée par le partenaire. Bon à savoir : C'est la fabrication des appareils numériques qui impacte le plus le climat et les ressources (la fabrication d'un appareil a un impact carbone jusqu'à 10 fois supérieur à la consommation électrique de l'appareil sur sa durée de vie). Un autre impact important réside dans le traitement des déchets électriques et électroniques. Attestation du candidat. Totalemment = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 1.

186 - Pour les usages internes, la connexion internet filaire est privilégiée lorsque c'est possible, plutôt que l'utilisation du wifi, ou du réseau mobile plus énergivore. Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Réseau filaire, wifi et données mobiles n'ont pas le même impact carbone. Une connexion 4G a un impact carbone 10 fois plus élevé qu'une connexion fibre. Une connexion wifi a un impact carbone intermédiaire. Les connexions sans fil ont un impact carbone dépendant de la quantité de données échangées (par exemple de la taille et la qualité des vidéos téléchargées ou visionnées). Ce n'est pas le cas d'une connexion filaire. Contrôle par l'auditeur sur site / attestation si contrôle à distance. Totalemment = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 1.

187 - BONUS - Pour les équipements informatiques ou numériques, l'établissement privilégie les matériels porteurs d'un éco-label : Ecolabel Européen, TCO, EPEAT, etc.

Oui Non concerné

BONUS - Bon à savoir : EnergyStra, qui porte exclusivement sur la consommation, n'entre pas dans la liste des écolabels reconnus dans ce critère. Mode d'évaluation Factures. Pièces justificatives, photos. Totalement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 1.

188 - L'OT met en place des pratiques de communication responsable.

Oui Non Non concerné

Ex : limitation des impressions internes et externes, éditions lors d'événements, éditions réalisées par un imprimeur ayant obtenu un label ou une certification environnementale ou sur des papiers écolabellisés, nettoyage des boîtes mails et serveurs, moteur de recherche éco-responsable, diffusion de contenus responsables, etc. Mode d'évaluation Factures. Pièces justificatives, photos. Coef 9.

189 - Le site internet de l'établissement obéit aux principes de sobriété numérique par des visuels optimisés : poids des photos réduit, vidéos courtes, fichiers compressés, etc.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : L'impact carbone du numérique est en majorité dû aux échanges et stockages de données mobiles, et parmi celles-ci 60% sont des vidéos en ligne, qui génèrent 305 millions de tonnes de CO2/an soit l'équivalent des émissions carbone de l'Espagne (données 2019). Attestation du prestataire du site internet. 1 point par action. Coef 1.

190 - L'établissement pratique la dématérialisation dans son fonctionnement administratif et RH (feuilles de paie, devis, bons de commande, factures, contrats, etc).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : La dématérialisation réduit l'empreinte carbone des entreprises par une diminution de l'usage des transports et du papier. Elle assure une meilleure traçabilité des courriers et des documents et l'entreprise peut s'affranchir en partie des problématiques liées à l'archivage et au stockage de l'information papier. Attestation du dirigeant sur les éléments dématérialisation des pratiques. Totalement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 1.

191 - L'établissement privilégie les supports d'informations numériques (écran, QR code, etc) plutôt qu'imprimés.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : L'utilisation de supports d'informations numériques permet de considérablement réduire les impressions, l'utilisation d'encre ou de papiers et par conséquent les déchets. Un QR code dynamique par exemple se met à jour automatiquement à chaque changement, sans avoir de réimpression à faire, ni pour les cartes, ni pour le QR Code. Contrôle de l'auditeur sur site ou sur justificatif à distance. Totalement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 1.

Documents imprimés

192 - L'impression de documents promotionnels est limitée et réservée aux informations amenées à avoir une durée de vie longue et à être manipulés par un grand nombre de personnes.

Oui Non Non concerné

Ex : une seule édition par an. Bon à savoir : le format numérique sera préféré pour les informations à durée de vie courte ou vers une cible restreinte. Attestation du dirigeant. Coef 1.

193 - Dans son fonctionnement interne, les impressions se font de manière raisonnée.

Oui Non Non concerné

Le respect du critère est examiné lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Coef 3.

194 - Pour ses imprimantes, l'établissement a un contrat de collecte et de remplissage des cartouches et/ou utilise des imprimantes « jet d'encre » à réservoir remplissable.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Une cartouche d'encre rechargeable est réutilisable autant de fois que possible, elle est moins chère que la cartouche d'encre de base sans pour autant être moins efficace. Faire recharger ses toners et cartouches d'encre diminue de 60 % votre impact carbone. Pour le cas où le professionnel remplit lui-même ses cartouches dans un bar à encre, le critère est validé. Les imprimantes à réservoirs d'encre rechargeables génèrent 10 fois moins de volume de déchets que les autres types d'imprimantes, tout en réduisant les coûts d'impression. Même si les cartouches sont réutilisables et remplissables, plus de la moitié sont encore jetées, alors qu'elles peuvent être réutilisées jusqu'à 5 fois. Mode d'évaluation : Factures - copie du contrat. Coef 1.

195 - Les éditions sont réalisées par un imprimeur ayant obtenu un label ou une certification environnementale ou sur des papiers écolabellisés.

Oui Non Non concerné

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer en dévoilé avant le débriefing. Coef 1.

VOLET SOCIAL ET SOCIÉTAL

Respecter l'égalité, faciliter le dialogue et la transmission

196 - BONUS - L'établissement propose à son personnel ou ses saisonniers des prestations sociales allant au-delà de la réglementation applicable, telles que : repas ou chèques repas, fourniture des vêtements de travail ou uniformes, possibilité de jours de congés

consécutifs, congés de formation, communication de planning un mois à l'avance, chèques vacances, hébergement sur place ou facilité grâce au partenariat avec les collectivités territoriales, maintien de la mutuelle hors saison pour les saisonniers.

Oui **Non concerné**

BONUS - Bon à savoir : Ces actions contribuent à faciliter le recrutement et la fidélisation, préserve ou améliore le climat social avec un effet sur l'attraction et le confort de la clientèle. Certaines actions sont réglementées (cf. URSSAF pour valeur de l'avantage en nature de nourriture ou de logement soumis à cotisations) ou récompensées par des exonérations (titres restaurants, chèques vacances). Mode d'évaluation : Attestation du dirigeant. Coef 3.

197 - BONUS - L'établissement propose à son personnel des dispositions limitant les risques professionnels allant au-delà de la réglementation applicable telles que : équipements limitant les risques liés au transport de charges, prévention des troubles musculo-squelettiques ou du mal de dos, limitation des risques liés à l'essuyage à la main, à l'utilisation de couteaux, formation non obligatoire en matière de prévention des risques (risques professionnels, risques chimiques, risque électrique, sauveteur secouriste, gestes et postures), etc.

Oui **Non concerné**

BONUS - Bon à savoir : Ces actions contribuent à faciliter le recrutement et la fidélisation, réduisent les cotisations pour accidents du travail ou maladies professionnelles. L'identification des actions prioritaires par l'établissement est réalisée dans son document unique d'évaluation des risques (obligatoire par le code du travail). Les actions de l'établissement peuvent faire l'objet de subventions importantes de l'assurance maladie (CARSAT), faciles à obtenir pour certains risques et certains matériels prédéfinis. La formation du personnel en matière de santé et sécurité (moyens au choix de l'employeur) fait partie des obligations de l'employeur au regard du code du travail. Mode d'évaluation : Attestation du dirigeant. Coef 3.

198 - BONUS - L'établissement a mis en place des actions concrètes en matière d'égalité F/H et de lutte contre les discriminations et le harcèlement (règlement intérieur, livret d'accueil, affichage, état des lieux égalité F/H).

Oui **Non concerné**

BONUS - Bon à savoir : Les entreprises, quelle que soit leur taille, ont des obligations en matière d'égalité professionnelle entre femmes et hommes. Exemple d'action : lors de la signature du contrat de travail, remise d'un livret d'accueil avec règlement intérieur précisant les situations s'apparentant au sexisme ou au harcèlement et qui contacter en cas de problème. Comment obtenir facilement un état des lieux : un diagnostic égalité professionnelle est disponible gratuitement pour les PME de 20 à 49 salariés, suite à la déclaration DSN. Produit automatiquement à partir des données déclarées dans la DSN (souvent via net-entreprise), il se présente sous forme d'un tableau de synthèse et est téléchargeable directement dans votre espace net-entreprise ou auprès de votre expert comptable. Mode d'évaluation : Attestation du dirigeant. Coef 3.

199 - BONUS - A poste équivalent entre les femmes et les hommes, il n'y a pas de différences de rémunération, ni d'accès à la promotion ou à la formation.

Oui **Non concerné**

BONUS - Bon à savoir : Créé par la loi du 5 septembre 2018 pour la Liberté de choisir son avenir professionnel, l'Index de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes formalise une mesure des inégalités femmes-hommes dans le monde professionnel à partir de cinq indicateurs : écart de rémunérations hommes-femmes, écart de répartition des augmentations individuelles, écart de répartition des promotions, nombre de salariées augmentées à leur retour de congé de maternité, parité parmi les 10 plus hautes rémunérations. Attestation du dirigeant. Coef 3.

200 - BONUS - L'établissement est engagé dans une politique d'insertion (apprentissage, retour à l'emploi), et mène des actions d'aide aux personnes en difficulté (ESAT, économie sociale et solidaire).

Oui **Non concerné**

BONUS - Bon à savoir : En travaillant avec les PLIE (Plans Locaux pluriannuels pour l'Insertion et l'Emploi), en leur communiquant les fiches de postes et/ou besoins en recrutement, les structures suivent des personnes particulièrement éloignées de l'emploi pour diverses raisons, mais souvent très volontaires et avec une grande envie d'apprendre. Exemples : accueil de chantiers d'insertion (entretien espaces verts, etc), prestations externalisées à un ESAT (blanchisserie, repassage), vente de produits confectionnés par un atelier d'insertion local, etc. Mode d'évaluation : Contrôle par l'auditeur sur site / production d'un justificatif. 1 point par action. Coef 3.

201 - BONUS - Des rendez-vous entre la direction et les salariés afin d'optimiser le dialogue sont organisés chaque année.

Oui **Non concerné**

BONUS - Bon à savoir : Ces rendez-vous permettent de croiser les besoins de l'entreprise et les souhaits des salariés et fixer un cap en collectif. Mode d'évaluation : Attestation du dirigeant ou contrôle par l'auditeur sur site ou compte rendu de réunion. Coef 1.

202 - BONUS - Un questionnaire de climat social anonyme est rempli chaque année par les salariés.

Oui **Non concerné**

BONUS - Non applicable si moins de 10 salariés. Bon à savoir : Cela permet de connaître le ressenti des équipes, cerner leurs motifs de satisfaction et d'insatisfaction et identifier les différents axes d'amélioration. Production du questionnaire ou du bilan des consultations. Coef 1.

203 - BONUS - L'OT dispose d'indicateurs de suivi de sa performance sociale.

Oui **Non concerné**

"BONUS - Performance sociale et environnementale = performance RSE ou développement durable. Elle correspond à la capacité d'une organisation à mener ses activités tout en permettant le développement social de ses parties prenantes et en utilisant la nature/l'environnement de façon raisonnable et régénérative. Pour les entreprises commerciales, on parle également de "performance extra-financière". Exemples : nombre d'heures de formation / personne et par an / QVT, respect de l'égalité homme/femme, discrimination et recrutement, charte de télétravail. Contrôle par l'auditeur. Coef 3"

204 - BONUS - Des hébergements sont proposés aux saisonniers.

Oui **Non concerné**

BONUS - Bon à savoir : La question du logement représente un enjeu fort, puisqu'il impacte directement l'emploi dans la région. La fourniture du logement par l'employeur constitue un atout indispensable pour recruter du personnel qualifié et motivé / cela simplifie l'organisation de la saison du personnel, participe à faciliter le recrutement et favorise sa fidélisation. Contrôle sur site ou production de justificatifs. Coef 1.

205 - BONUS - Les collaborateurs sont associés aux prises de décision.

Oui **Non concerné**

BONUS - Exemple : intervention du personnel au codir, commissions mixtes, comités techniques ou de pilotages par thématique, interrogations directes, etc. Contrôle par l'auditeur. Coef 3

206 - BONUS - L'OT met en place des actions relatives à l'aménagement du temps de travail.

Oui Non concerné

BONUS - Exemple : L'OT permet aux collaborateurs qui le souhaitent de télétravailler lorsque cela est possible. Les moyens matériels et organisationnels sont mis en place : ordinateurs portables, outils de communications, accès à distance des logiciels spécifiques, téléphones portables, etc. Aménagement des horaires, annualisation, etc. Coef 3.

SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE

Maîtriser les gaspillages

207 - La température est régulée : le chauffage n'excède jamais 21°C dans les espaces communs.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : La baisse d'1° du thermostat permet 7% d'économies d'énergie. La température recommandée par l'ADEME est de 19°. Il est recommandé de mettre en place un affichage de sensibilisation dans les espaces privés à destination de la clientèle. Attestation du dirigeant. Coef 3.

208 - La climatisation est réglée selon les recommandations du décret 2022-1295 et/ou l'établissement propose des dispositifs de substitution permettant de limiter le recours à la climatisation et/ou l'établissement sensibilise le client sur l'impact de l'utilisation de la climatisation sur l'énergie et l'environnement.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Il est recommandé par décret de ne pas mettre en fonction la climatisation des locaux si la température intérieure est inférieure à 26°C. La consommation d'un ventilateur est 20 fois inférieure à celle d'un climatiseur. La consommation d'un système de climatisation est directement liée à la température de consigne. En passant la consigne (température d'ambiance souhaitée) de 25° à 26° on réduit de 5 à 10% la consommation de l'équipement. La consommation d'énergie n'est pas le seul impact des appareils de climatisation, ceux-ci fonctionnent à l'aide d'un gaz réfrigérant (HFC, HCFC, etc) qui a un pouvoir de contribution au réchauffement climatique 1000 à 3000 fois supérieur au CO2. De plus ce sont des équipements nécessitant un entretien régulier et des coûts de maintenance importants. Attestation du dirigeant. Coef 3.

209 - Des équipements ont été prévus pour améliorer le confort d'été : protections solaires extérieures des parois vitrées (corbeilles de fenêtres, casquettes solaires, brise-soleil, etc), végétalisation des toits-terrasses, ou tout équipement ayant un impact sur les parois exposées au soleil tels que volets, free-cooling (surventilation nocturne par les VMC, etc).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Liste des moyens et équipements permettant d'améliorer le confort d'été : - végétaliser : permet de protéger les bâtiments de rayonnements directs - poser des protections solaires extérieures des parois vitrées : corbeilles de fenêtres, casquettes solaires, brise-soleil, particulièrement les fenêtres exposées Ouest et Sud. Fixes ou amovibles, elles offrent un choix adapté à l'usage, au type de fenêtre, à la facilité d'emploi, à l'entrée du soleil dans la pièce en hiver, etc. (exemples : stores, écrans pare-soleil) - des volets permettent de conserver l'hébergement frais en été et chaud en hiver - autres équipements permettant d'améliorer le confort d'été : système free-cooling (surventilation nocturne par les VMC). Contrôle sur site par l'auditeur sur site ou photo. 2 actions = Très satisfaisant / 1 action = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant / Maximum 2 actions. Coef 3.

210 - L'établissement est équipé de lampes à basse consommation (lampes fluo compactes ou LED).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : L'éclairage est un poste de consommation d'énergie limité dans le secteur de l'hébergement touristique (4% en moyenne), toutefois les équipements récents sont beaucoup plus économes (économies pouvant atteindre 75% sur le poste éclairage). De plus, les ampoules LED ont également une durée de vie en moyenne 10 fois plus longue que les autres ampoules. Attention certains luminaires ou supports de lampes n'acceptent pas les lampes économes récentes, prévoir dans ce cas le changement de luminaire. Une ampoule LED E14 coûte entre 2 et 3€. Un spot encastré LED entre 10 et 30€. Une applique murale LED entre 20 et 30€. Une dalle LED standard pour les parties communes coûte entre 40 et 70€. Un spot LED orientable pour zone accueil / caisse coûte de 70 à 100€. Le temps de retour du relamping d'un établissement d'hébergement est entre 1 et 3 ans. Ces équipements peuvent être financés (se renseigner auprès du conseiller environnement / énergie de votre CCI). Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant. Totallement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

CONSOMMATION ET PRODUCTION D'ÉNERGIE

Améliorer les systèmes et produire autrement

211 - Un pré-audit ou audit énergétique a été réalisé par un expert indépendant.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Le DPE (diagnostic de performance énergétique) ne constitue pas un audit énergétique. Mode d'évaluation : Factures ou rapport d'audit. Coef 3.

212 - Les combles et toitures sont isolés.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Les combles et toitures sont une des principales sources de déperdition de chaleur. L'isolation des combles peut s'envisager à tout moment, celle de la toiture à l'occasion d'une rénovation. Les gains énergétiques sont de 30% en moyenne après isolation des parois extérieures avec un retour sur investissement de 5 à 7 ans maximum. Pour la santé et l'environnement, envisager des matériaux naturels isolants. Lors de travaux de rénovation, la résistance thermique minimale est fixée par la 'Réglementation Thermique Existant. Factures - Attestation du dirigeant. 100 % = Très satisfaisant / 50 % = Satisfaisant / 0 % = Très insatisfaisant. Coef 1.

213 - Les murs sont isolés (par l'extérieur ou l'intérieur).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : En rénovation, tout dépend de la construction initiale (matériau, année de construction) et de l'objectif de rénovation à atteindre : les gains réalisés, le coût, la nature des travaux et leur faisabilité sont très variables. Les murs pleins (vieilles pierres) n'ont pas une bonne performance, ils présentent une forte inertie et rayonnent le froid durant l'hiver, phénomène qui peut être amélioré par des enduits respirants (chaux, etc). Factures - Attestation du dirigeant. 100 % = Très satisfaisant / 50 % = Satisfaisant / 0 % = Très insatisfaisant. Coef 1.

214 - Les planchers en contact avec un espace non chauffé (garage, extérieur, vide sanitaire) sont isolés.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Les planchers en contact avec un espace non chauffé (extérieur, garage, vide-sanitaire) sont une source de déperdition de chaleur du bâtiment. L'isolation des planchers par le sous-sol peut s'envisager à tout moment. Le retour sur investissement est en général de 5 à 7 ans. Pour la santé et l'environnement, envisager des matériaux naturels isolants. Lors de travaux de rénovation, la résistance thermique minimale est fixée par la 'Réglementation Thermique Existant'. Factures - Attestation du dirigeant. 100 % = Très satisfaisant / 50 % = Satisfaisant / 0 % = Très insatisfaisant. Coef 1.

215 - Les vitrages (baies, vitrines, fenêtres) sont à double vitrage / triple vitrage ou à isolation renforcée.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Les parois vitrées sont une source de déperdition de chaleur du bâtiment. L'amélioration de la performance thermique des surfaces vitrées doit surtout s'envisager à l'occasion d'un changement des ouvertures. Les gains énergétiques sont de 10% lors du passage du simple au double vitrage. Un double vitrage à isolation renforcée (ou bas-émissif : une pellicule sur la face intérieure du vitrage réfléchit le rayonnement de la chaleur du chauffage) est 2 à 3 fois plus isolant qu'un double vitrage classique. La qualité de la menuiserie et la qualité de la pose comptent aussi pour beaucoup dans la performance thermique. Factures - Contrôle visuel, attestation du dirigeant. Triple vitrage ou double vitrage isolation renforcée > 50 % des vitrages = Très satisfaisant / Double vitrage en majorité = Satisfaisant / Simple vitrage en majorité = Très insatisfaisant. Coef 1.

216 - L'établissement a mené des actions pour limiter les déperditions d'air chaud ou les entrées d'air froid.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Toutes actions identifiées comme contribuant à l'efficacité énergétique et ne faisant pas l'objet des critères précédents (liste non exhaustive) : - aménagement autour de la porte d'entrée, des baies, etc (installation de sas, rideau, etc) - étanchéité (joints) autour des portes de garage, cave, etc - condamnation ou fermeture des éventuels conduits de cheminées non utilisés - pompe à chaleur pour le chauffage de l'eau de la piscine (uniquement si celle-ci est munie d'une bache disposée en dehors des horaires de mise en fonctionnement). Factures - Attestation du dirigeant. 2 actions = Très satisfaisant / 1 action = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant / Maximum 2 actions. Coef 1

217 - Le système de chauffage bénéficie d'un étiquetage environnemental performant.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Rendement mesuré d'au moins 88 % (hors chaudière biomasse et pompe à chaleur). Étiquette obligatoire pour les appareils de chauffage de production d'eau chaude sanitaire et de climatisation. Étiquette A+++ à A = Très satisfaisant / Étiquette B = Satisfaisant / Étiquette C = Insatisfaisant / Étiquette D = Insatisfaisant / Étiquette E = Insatisfaisant / Étiquette F = Très insatisfaisant / Pas d'étiquette = Très insatisfaisant. Coef 1.

218 - Le système de chauffage est entretenu et les actions d'entretien sont à jour.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : L'attestation remise par le professionnel doit comporter : - la liste des opérations effectuées et des défauts corrigés lors de l'entretien, - s'il y a lieu, le résultat de la mesure du taux de monoxyde de carbone, - le résultat de l'évaluation de la performance énergétique et environnementale de la chaudière (rendement et émissions de polluants atmosphériques), - des conseils pour utiliser au mieux la chaudière et l'installation de chauffage. Présentation des rapports d'entretien et le cas échéant des preuves des actions menées = très satisfaisant / Présentation des rapports d'entretien, mais pas de preuve des actions menées = satisfaisant / Pas de rapport d'entretien = insatisfaisant. Coef 1.

CONSOMMATION D'EAU

Diminuer la demande et récupérer la ressource

219 - L'établissement a mis en place des actions permettant la surveillance des consommations et la détection des surconsommations inhabituelles.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Audit par un expert, relevé des compteurs réguliers, contrôle de facture systématique à l'aide du tableau de suivi des consommations fourni. Mode d'évaluation : Factures - Tableau de suivi des consommations - Audit d'expert ou relevé et tableau de suivi tenu à jour = très satisfaisant / Relevé des compteurs mais sans tableau de suivi à jour = satisfaisant / Aucune action = très insatisfaisant. Coef 3.

220 - L'établissement a mis en place une gestion économe de l'eau.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Mise en place d'actions permettant la surveillance des consommations et la détection des surconsommations inhabituelles (audit par un expert, relevé des compteurs réguliers, contrôle de facture systématique à l'aide du tableau de suivi des consommations fourni). Les lavabos et douches sont équipés de mitigeurs, poussoirs ou détecteurs. Les lavabos et douches sont équipés de réducteurs de débit ou de mousseurs. Des équipements économes en eau sont mis en place dans les toilettes : toilettes à double commande, urinoirs, toilettes sèches. Un système de récupération des eaux pluviales, ou d'autres eaux utilisées mais non polluées a été mis en place, pour des utilisations internes ou externes ciblées : arrosage, lavage, toilettes, etc. Un point par action. Coef 1.

PRODUITS D'ENTRETIEN

Utiliser des produits ecolabellisés et naturels

221 - Les produits d'entretien utilisés par l'établissement ou dans le cadre d'une prestation externalisée bénéficient d'un label écologique reconnu : Ecolabel Européen, NF Environnement, Ecodétergent d'Ecocert, etc, et/ou l'établissement utilise des produits d'entretien naturels (vinaigre blanc, bicarbonate de soude, pierre blanche, savon noir, etc) sous réserve de la réglementation applicable à la profession.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Principaux ecolabels de produits détergents : - l'ecolabel européen - la marque NF environnement (ces deux labels garantissent que le produit ne contient pas de substances dangereuses) - le label écodétergent d'ecocert qui est plus strict que les deux précédents (non testé sur les animaux, emballage biodégradable, etc) - Nature et Progrès également très strict, qui interdit les matières premières non renouvelables, oblige le produit à contenir 100% de composants biologiques (<https://www.ecolabeltoolbox.com/fr/solutions-techniques/les-labels-des-produits-d-entretien-76>). Bon à savoir : Economies sur le coût d'achat des produits de base (vinaigre, bicarbonate de soude) qui ont un moindre

impact sur la santé et l'environnement, limite les déchets (souvent vendus en vrac) et souvent multi-usages (limite le nombre de produits à acheter). Factures - Attestation du dirigeant. Totalment = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

222 - BONUS - En cas de verglas, l'établissement privilégie les moyens mécaniques (sable, gravier, sciure et copeaux) plutôt que le sel ou des produits chimiques.

Oui Non concerné

BONUS - Bon à savoir : Les chlorures contenus dans le sel, polluent l'eau et dégradent les écosystèmes en appauvrissant la teneur en oxygène des eaux douces. Les plantes absorbent ces produits par les racines, ce qui dérègle leur fonctionnement nutritif. C'est d'ailleurs un excellent désherbant ! Les autres produits de déneigement sont aussi impactants : glycols, chlorure de calcium, sulfates, nitrates. Il existe des alternatives mécaniques (sables, gravillons, copeaux de bois, etc) et également en recommandant les pneus hiver et le recours aux transports en commun. Attestation du dirigeant. Coef 1.

RÉDUCTION, TRI ET VALORISATION DES DÉCHETS

Agir et sensibiliser aux bonnes pratiques

223 - Le tri des déchets est facilité pour les salariés, notamment des poubelles de tri ou contenants adéquats pour les opérations d'entretien, le personnel est formé aux consignes de tri.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : La formation des salariés, des consignes et des contenants adéquats pour les opérations d'entretien sont recommandés, tout comme tenir informé le personnel des évolutions concernant les modalités de collecte (ex : changement de jour de collecte ou de prestataire), ou des performances en matière de tri ou de réduction à la source. Contrôle par l'auditeur sur site ou photo et attestation. Coef 3.

224 - Le tri des déchets est facilité pour les clients, notamment des poubelles permettant le tri, avec consignes sont mises à la disposition des clients.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Rendre acteur le client facilite la gestion du tri par le professionnel et crée une dynamique développement durable visible au sein de l'établissement. Cela passe par la mise à disposition d'équipements de tri adéquats, pas forcément coûteux (contenants de récupération, bois de palette, etc), et l'information par affichage et consignes remises à l'arrivée pour la clientèle. Idée de nudge : proposer au client en amont de sa venue une check-list du pique-nique zéro-déchets lui recommandant d'apporter gourde, gobelets réutilisables, serviettes tissées, couverts lavables, etc. Contrôle par l'auditeur sur site ou photo et attestation. Coef 3.

225 - L'établissement utilise des produits à dosage concentré.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : L'utilisation de produits concentrés réduit les frais de transport et de conditionnement, il convient toutefois d'éviter les surdosages qui ne sont pas plus efficaces et d'utiliser les produits concentrés avec plus de vigilance. Factures - Attestation du dirigeant. Totalment = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 1.

226 - L'établissement utilise des produits à conditionnement rechargeable pour limiter les déchets.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Pour les produits rechargeables, seule la partie consommable est fabriquée à chaque usage. Les ressources consommées pour fabriquer le produit initial se trouvent ainsi amorties sur une durée de vie beaucoup plus longue, les contenants sont amortis dans le temps. Factures et/ou photos des recharges. Totalment = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

TRAVAUX, ÉQUIPEMENTS, MOBILIER ET PRÉSENTOIRS

Acheter local et durable

227 - BONUS - L'établissement choisit prioritairement des fournisseurs locaux de biens et de services (3 dernières années).

Oui Non concerné

Bon à savoir : En terme de lieu de fabrication de biens et services, l'ADEME définit les fournisseurs locaux comme ceux situés à moins de 160 km de l'entreprise. Certains biens d'équipements peuvent ne plus être produits localement (exemple : équipements électroménagers professionnels), mais une tendance récente à relocaliser certaines activités de production justifie de se renseigner avant l'achat. Factures. Totalment = 2 / Partiellement = 1 / Pas du tout = 0. Coef 3.

228 - BONUS - Lors de travaux des 3 dernières années, l'établissement a utilisé des matériaux de construction bénéficiant d'un label écologique reconnu et/ou posé par une entreprise labellisée et/ou avec des matériaux 100% d'origine naturelle (peintures, vernis, isolation, etc.) et/ou de réemploi.

Oui Non concerné

Bon à savoir : Les labels écologiques permettent de s'assurer sans perdre de temps que le produit acheté est parmi les plus vertueux en terme d'impact environnemental, selon différents critères techniques statué et validés par la profession concernée, et tenant compte de l'intégralité du cycle de vie. Certains labels évaluent le produit : Ecolabel Européen, Ange Bleu, NF Environnement – AFNOR, FSC, PEFC, etc. D'autres s'appliquent à l'entreprise (fabriquant, poseur) : RGE, ISO14001, ISO50001, EMAS, etc. Précisions sur l'origine naturelle des matériaux d'isolation : cellulose, laine de chanvre, de bois, ou non naturelle : laine de verre, de roche, panneaux ou soufflée. Pour les enduits : – naturel : argile, schiste, chaux / – non naturel : plâtre. cf. Ecolabel Toolbox annexe 3 « solutions technique ». Factures - Attestation du dirigeant. Totalment = 2 / Partiellement = 1 / Pas du tout = 0. Coef 3.

229 - BONUS - L'établissement a aussi recours aux biens de seconde main pour ses équipements, mobiliers et présentoirs (petits et gros matériels, équipements).

Oui Non concerné

Bon à savoir : Le matériel professionnel d'occasion s'impose de plus en plus comme en supplément au marché de l'équipement neuf. En plus de présenter des avantages financiers, une meilleure réparabilité que certains équipements neufs à la durée de vie plus limitée, et l'équipement reconditionné par un professionnel est souvent doté d'une garantie qui est

similaire à celle appliquée au matériel neuf. Factures - Attestation du dirigeant. Totalemment = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

230 - Lors du renouvellement de ces équipements (moins de 3 ans), l'établissement choisit du matériel classé A+++ ou A (étiquette 2021) pour la consommation énergétique.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Pour trouver les équipements professionnels les plus économes, le site comparateur TOPTEN validé par WWF et ADEME <https://www.guidetopten.fr/pro> référence des équipements professionnels allant des minibars aux caves à vin, en passant par les appareils de froid pour la restauration, mais aussi les ampoules, cafetières, sèche-linges, climatiseurs, etc. Factures - Attestation du dirigeant. Coef 3.

PRODUITS ALIMENTAIRES

Consommer local et réduire le gaspillage

231 - L'établissement privilégie l'achat de produits / services locaux (circuits courts) ou produits sur place (potager).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Le transport de marchandises par route occasionne de nombreux impacts environnementaux, à cela s'ajoute souvent un prix d'achat inférieur en limitant le nombre d'intermédiaires et une plus juste rémunération des producteurs. Pour l'établissement, c'est l'obtention d'un meilleur rapport qualité-prix, un impact carbone moindre, et moins d'emballages perdus pour conditionner les produits par les différents intermédiaires. La proximité du producteur permet de mieux ajuster les quantités achetées et donc de limiter le gaspillage alimentaire. En connaissant le producteur / éleveur local, l'établissement a un regard aisé sur le respect du bien-être animal. Enfin les produits sont plus frais et ont une meilleure qualité gustative et nutritionnelle que les produits transformés ou à date longue. Si l'établissement utilise des produits exotiques, il ne s'agit pas de les exclure, mais de limiter les quantités, l'usage au strict nécessaire, et privilégier ceux transportés par bateau. Factures - Attestation du dirigeant. Totalemment = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

SERVICES ÉCOSYSTÉMIQUES

Protéger la faune et la flore

232 - BONUS - Une information est proposée à la clientèle sur la faune et la flore locale.

Oui Non concerné

Bon à savoir : L'établissement pourra mettre en place des panneaux avec le nom des plantes, les insectes ou animaux résidants, voire un jeu de piste pour la découverte de la faune et la flore locale à l'attention des enfants. Informations utiles sur <http://www.jardinsdenoe.org>. S'il y a un potager, l'établissement pourra organiser des activités pour la clientèle qui pourra flâner dans le potager, et faire découvrir les pratiques à adopter pour jardiner sans pesticides. L'agroécologie est un thème de séjour touristique permettant d'augmenter la fréquentation d'un établissement. Contrôle par l'auditeur sur site ou photo. Coef 1.

233 - L'OT diffuse une information sur les milieux naturels fragiles (si existants sur le territoire) comme milieu marin ou lacustre, milieu enneigé, espaces préservés, biotopes spécifiques, etc. Cette information se fait en collaboration avec les autres acteurs territoriaux engagés dans la protection de l'environnement (parcs, etc.).

Oui Non Non concerné

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet, les brochures téléchargeables et sur site (flyers, posters, totems, etc.). Contrôle par l'auditeur. Coef 1.

POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE

Formaliser son projet d'acteur du tourisme responsable

234 - Un engagement environnemental social et sociétal de l'établissement a été rédigé, signé, daté et rendu accessible auprès des collaborateurs et des clients (une page maximum, actualisé régulièrement en fonction des évolutions).

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : L'engagement de la direction de l'établissement est le point de départ d'une démarche structurée permettant de faire adhérer le personnel comme les clients, et d'en retirer des bénéfices. Cet engagement doit expliquer les actions prioritaires engagées ou prévues par l'établissement pour atténuer les impacts environnementaux liés à ses activités, et pour adapter son offre de services pour répondre aux enjeux environnementaux (changement climatique, préservation de la biodiversité, de la ressource en eau, etc.). Cet engagement ne doit pas se limiter aux seules exigences légales et doit démontrer une implication forte de la part de la direction. Par exemple l'écolabel européen demande que l'engagement de l'établissement soit rédigé dans une politique environnementale datée et signée par la direction, et affichée dans les locaux. Attestation du dirigeant - Contrôle par l'auditeur sur site ou copie de l'engagement. Coef 1.

235 - L'OT dispose d'indicateurs de suivi de sa performance environnementale.

Oui Non Non concerné

Exemples : poids ou volume des déchets émis par an en différenciant recyclable / non recyclable, limitation des impacts des déplacements professionnels et domicile travail, investissement dans des véhicules plus propres, luminosité la nuit, bruit (aérations, climatisations, photocopieurs, etc.), ondes, etc. Contrôle documentaire. Coef 3.

236 - BONUS - Un diagnostic environnemental a été réalisé (moins de deux ans).

Oui Non concerné

Copie du diagnostic. Coef 3.

237 - BONUS - Des actions préconisées lors de ces diagnostics ont déjà été mises en place.

Oui Non concerné

Bon à savoir : Avoir en tête que certaines actions peuvent demander plusieurs années. Les actions à fort enjeu ou impact sont souvent celles nécessitant le plus d'investissement et les plus longues à mener. A l'inverse les actions à impact ou enjeu limité sont souvent menées rapidement. Ce critère permet de voir si le diagnostic environnement réalisé a été utile et a conduit à des actions concrètes de l'établissement. Copie du plan d'action. Coef 3.

238 - BONUS - L'établissement a défini un programme pluriannuel d'amélioration de son bilan environnemental.

Oui Non concerné

Bon à savoir : Il est recommandé de construire un programme d'actions sur 2 années, puis d'en ouvrir un nouveau en reportant les actions non réalisées (exemple c'est ce que demande l'écolabel européen), le programme permet de classer les actions par ordre de priorités, en cohérence avec la politique ou stratégie de l'établissement, selon l'impact, le coût, le temps de retour investissement de chaque action. Il est mis à jour et suivi par le référent « tourisme durable ». Copie du plan d'action. Coef 3.

239 - Des actions de sensibilisation et de formation du personnel en lien avec l'engagement environnemental, social et sociétal de l'établissement sont mises en place.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Les actions de sensibilisation permettent d'informer, de convaincre le personnel et lui donner envie d'agir. L'adhésion aux engagements se trouve renforcée grâce à l'organisation d'événements, de consultations et de challenges en équipe. Informations Aides Fonds tourisme durable (sous réserve d'éligibilité et de maintien du dispositif). Plan d'action. Coef 3.

240 - L'OT informe de manière générale ses visiteurs sur les engagements en matière de développement durable du territoire (gestion des ressources, accessibilité, transport etc.).

Oui Non Non concerné

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet, les brochures téléchargeables et sur site (flyers, posters, totems, etc.). Contrôle par l'auditeur. Coef 3.

241 - L'OT assure la formation de ses équipes aux enjeux d'un tourisme écoresponsable.

Oui Non Non concerné

A auditer en adhésion et en renouvellement. Non concerné possible pendant la visite mystère. Contrôle par l'auditeur. Coef 3

242 - Des supports de sensibilisation pour la clientèle sont mis en place dans l'établissement et affichés sur les supports de communication.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Site web, intégration des labels sur les brochures, rédaction d'une charte et ou des articles pour expliquer les engagements et la stratégie de l'établissement en matière de développement durable, etc. Cela peut devenir un atout concurrentiel, tout particulièrement auprès des clients qui sont sensibles à cette thématique. Informations Aides Fonds tourisme durable (sous réserve d'éligibilité et de maintien du dispositif). Contrôle par l'auditeur sur site ou photo des supports. Coef 3.

243 - L'OT sensibilise les professionnels aux démarches qualité de leurs filières ainsi qu'aux démarches de développement durable.*

Oui Non Non concerné

A auditer en adhésion et en renouvellement. Non concerné possible pendant la visite mystère. Coef 9.

244 - L'OT accompagne les professionnels dans leur démarche de transition écoresponsable.

Oui Non Non concerné

Formation, financement, accompagnement vers les labels écoresponsables, etc. A auditer en adhésion et en renouvellement. Non concerné possible pendant la visite mystère. Coef 3.

245 - L'OT met en valeur les professionnels et/ou les produits (hébergement, restauration, animation, produits locaux, commerces, etc.) engagés dans des démarches environnementales et/ou de développement durable reconnues localement ou nationalement.

Oui Non Non concerné

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet ou les brochures téléchargeables. Coef 9. Famille Responsable.

BIT Secondaire N°1

NOM BIT Secondaire N°1

246 - Nom du BIT secondaire N°1.

Oui Non Non concerné

Indiquer le nom du BIT.

Accueil téléphonique BIT Secondaire N°1

247 - La réponse au téléphone doit être rapide : avant la 5ème sonnerie.

Oui Non Non concerné

Soit par un conseiller, soit par un prédécrôché. En cas de pré décroché, le temps d'attente est limité (maximum 2 minutes). Possible gestion centralisée des appels téléphoniques pour l'ensemble des BIT (principal et secondaire). Le nombre et les modalités des tests à distance sont précisés en annexe du guide de labellisation. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre