

## Compte rendu du Groupe Qualité de Destination du 23 novembre 2021 à 10h au relais de l'Espinas

### Présents :

Laurent Plantier, camping la Pélucarié, président de l'Office de tourisme  
Herminie Gravier, chargé de mission Pôle Pleine Nature du mont Lozère  
Clara Arbousset, mairie du Pont de Montvert  
Fadila Chaït, mairie de Vialas  
Mariette Emile, guide conférencière en Cévennes  
Brigitte Chapelle, technicienne accueil au PNC  
Alain Argillier, chargé de mission Entente Causses-Cévennes

### Excusés :

Alain Larnac, relais du motard cévenol  
Gilles Mercier, chambres d'hôtes Les secrets du Rûnel  
Hervé Roche, gîte Les Esperelles

### Ordre du jour :

- Bilan écoute client 2021
- Point sur l'avancée des aménagements des BIT
- Proposition totem pour nos ambassadeurs

### Les temps forts de l'année 2021 :

Cette année nous avons obtenu la Marque qualité tourisme suite à 2 audits, un audit complet ou documentaire qui a eu lieu les 19 et 20 novembre 2020 et un audit en client mystère entre le 15 juin et le 15 septembre, l'auditrice est passée dans les bureaux les 9 et 10 septembre.

### [PJ 1 rapport de l'audit en client mystère : audit qualité tourisme 17\\_11\\_2021](#)

Après avoir déposé notre dossier de classement à la sous-préfecture de Florac, nous avons obtenu le classement en catégorie II par un arrêté préfectoral du 13 avril 2021 pour une durée de 5 ans.

### Bilan écoute client 2021

| Thématique  | Remarque                           | Propositions   |
|-------------|------------------------------------|--|
| Camping-car | Manque de stationnement et service | Encourager les communes à créer des lieux d'accueil camping-car, des aires aménagées |
|             |                                    | Structurer les offres pour les camping-cars sur le territoire (taxe de séjour)       |

|                         |   |  |
|-------------------------|---|--|
| Hébergement à la nuitée | Manque d'hébergement à la nuitée surtout pour les randonneurs                   | Que les campings puissent proposer des hébergements en dur style POD   |
| Activités famille       | Manque d'activité famille, site touristique trop loin                           | Pouvoir proposer aux familles des activités sur la journée (ex : animation + sentier découverte ; site touristique + lieu de baignade ; un temps d'animation + un point d'intérêt) |
| Ciel étoilé             | Manque de lieu d'observation pour mettre en valeur le label RICE                | Le PNC est en réflexion sur des belvédères nuit  |
|                         |   | Création d'une mallette ciel étoilé pour les hébergeurs, avec formation  |
| Service touristique     | Manque de distributeur d'argent, de pompe à essence 24h/24, transport en commun | Voir sur le site de Gorges du Tarn tourisme : « Petits conseils pour vivre en zone rural ». Bien informer les visiteurs en amont   |
| Baignade                | Trop de monde sur certain « spot »  | Les hébergeurs pourraient proposer des lieux près de leur hébergement mais il faut que l'accès soit sécurisé.  |

### **Point sur l'avancée des aménagements des BIT**

Présentation des plans pour l'aménagement des BIT, qui se trouve dans le PDF de la présentation du GQD en pièce jointe, pages 12 à 16.

[PJ 2 présentation du GQD : GQD 23112021](#)

### **Proposition totem pour nos ambassadeurs**

Proposer à nos prestataires volontaires d'être ambassadeur de la destination c'est-à-dire qu'ils puissent présenter à leurs hôtes la destination et l'offre touristique dans sa totalité, que le discours sur le territoire soit le même.

La rédaction du SADI (schéma d'accueil et de diffusion de l'information) nous a permis de faire un état des lieux de ce que nous proposons et des attentes de nos visiteurs, puis de réfléchir sur les actions à proposer pour améliorer notre accueil en :

- S'adaptant aux comportements des visiteurs
- Mettant en place une véritable GRC – Gestion Relation Client – tout au long de son parcours (avant, pendant et après son séjour)
- Repensant l'accueil à l'échelle du territoire
- Prenant en compte les partenaires de l'Office de tourisme et de ses habitants
- Repensant l'accueil de nos visiteurs qui n'est plus uniquement un accueil physique

C'est pourquoi il nous semble indispensable de mettre en place un réseau d'ambassadeurs de notre destination.

L'objectif étant d'améliorer l'accueil hors les murs de l'office, capter plus de clientèle et diffuser l'information touristique sur le territoire.

Les retombées souhaitées seraient de renforcer la culture d'accueil du territoire, renforcer la démarche participative dans les actions locales, encourager la participation des prestataires au développement local de leur territoire, et diffuser une information touristique de qualité en dehors des horaires d'ouverture des bureaux de l'office et ce grâce à des relais sélectionnés.

Pour pouvoir mettre en œuvre cette action, nous voulons proposer aux prestataires volontaires un dépôt des brochures de l'OT via un totem identifiable grâce à notre charte graphique.

### [PJ 3 Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information : SADI\\_OTCML\\_maj\\_2020](#)

#### Sous quelle forme ?

Suite à nos échanges, il faudrait pouvoir proposer deux types de « totem » suivant les structures.

#### Pour les grosses structures : village de vacances, camping...

Le totem pourrait être une carte de notre territoire format A2 plastifiée avec des QRCode renvoyant sur les sentiers, les activités.

#### Pour les hébergements : gîtes, chambres d'hôtes...

Un classeur avec différents onglets : sentiers, activités, restaurants...mais aussi une partie patrimoine, historique...et une présentation personnalisée présentant ce qu'il y a à faire dans un périmètre de 10km autour de l'hébergement avec les coups de cœurs du prestataire et ses bons petits plans.

Nous vous recontacterons en janvier afin d'avancer sur le projet des totems pour qu'ils soient finalisés pour la saison estivale 2022.

## Rapport d'audit en vue de l'obtention de la marque Qualité Tourisme <sup>TM</sup>

### Informations Établissement

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| Etablissement audité           | <b>OFFICE DE TOURISME CÉVENNES AU MONT LOZÈRE<br/>(DOCID:qt130524)</b> |
| Adresse                        | 48220 Lozère Occitanie   |
| Responsable de l'établissement | Madame Bonicel   |
| Filière                        | Office de tourisme   |
| Partenaire(s)                  | ADN Tourisme, RT OT - CRT Occitanie, RT OT - CDT Lozère                |

### Informations Audit

|  |   |
|--|---|
| Cabinet d'audit                        | AUTHENTIS   |
| Nom de l'auditeur                      | Basile Marie-Mathilde   |
| Type d'audit                           | Renouvellement  |
| Date de visite mystère                 | 10/09/2021  |
| Date de visite du site web             | 06/09/2021  |
| Date demande info écrit (français)     | 14/07/2021  |
| Date demande info écrit (autre langue) | 09/08/2021  |
| Date demande info tel (français)       | 09/08/2021  |
| Date demande info tel (autre langue)   | 20/09/2021  |
| Date de debriefing                     | <b>10/09/2021</b>   |
| Commentaire sur l'audit                | L'audit de l'office de Tourisme des Cévennes et Mont Lozère s'est fait sur 2 jours les 9 et 10 septembre 2021. Le débriefing a été réalisé au BIT principal |

avec la directrice de l'établissement. Dans l'ensemble, l'accueil en face à face est bien maîtrisé, mais des efforts sont à fournir pour l'accueil des personnes étrangères (au niveau documentaire et au téléphone) et la présentation de certains offices est à revoir. Une rénovation générale des BIT (sauf pour le BIT principal qui va déménager) est prévue dans l'année à venir.

## Compte-rendu de l'audit

### **Rapport de visite**

L'audit des différents bureaux s'est effectué sur l'été 2021. Le site Internet est déjà satisfaisant, mais des améliorations sont en cours et les devis déjà signés. L'ensemble des bureaux méritent d'être rénovés, mais là encore, le projet est déjà bien avancé. Les plans nous ont été communiqués, et les travaux devraient être effectifs entre 2022 et 2023. Les accueils restent toutefois corrects, bien qu'à moderniser. La documentation est essentiellement disponible en français, mais des traductions vont être mises en place sur la prochaine saison. Le personnel parle en général à minima une langue étrangère. La 2ème langue n'est pas systématique, bien que possible pour certains. Les réponses sur les réseaux et les réponses mails sont rapides et efficaces. Il a manqué la personnalisation du message à une seule reprise. Le personnel est présent, disponible et courtois. Les réponses aux demandes sont bien réalisées. Toutefois, une meilleure exploration de la demande est nécessaire. Mais si un point doit attirer votre attention, c'est l'élargissement de la demande. En effet, le personnel répond aux demandes, mais va rarement plus loin pour vendre plus largement le territoire. A noter que les procédures ont été revues et portées à la connaissance du personnel depuis l'audit. L'écoute client est en place et parfaitement suivie. Le développement durable est pris en considération et le tourisme durable est mis en avant sur le site Internet. Le parc des Cévennes est aussi largement mis à l'honneur.

### **Points forts**

- 1- L'accueil en face à face dans l'ensemble des BIT.
- 2- La gestion des courriels.
- 3- L'offre de la boutique sur le BIT principal.
- 4- Le projet de rénovation des BIT à venir.

### **Points d'amélioration**

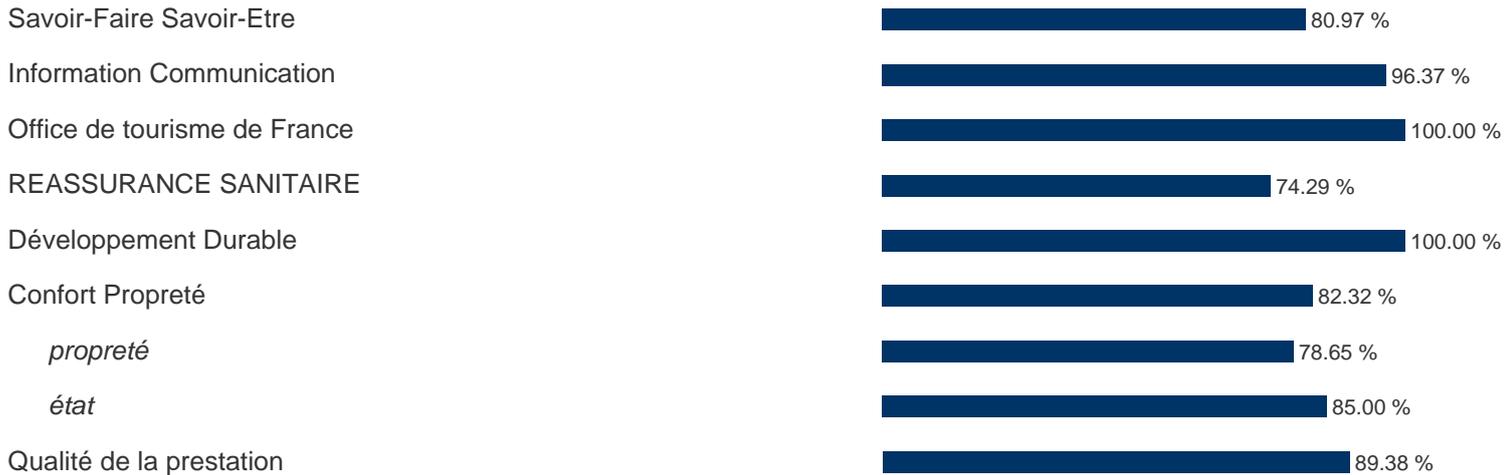
- 1- L'accueil dans une deuxième langue étrangère.
- 2- L'aménagement de certains BIT et notamment de l'espace boutique.
- 3- L'information sur l'application Tous anti Covid.
- 4- Le fléchage vers certains BIT (Vialas et Saint Germain de Calberte notamment).
- 5- L'entretien de l'extérieur des BIT.

OFFICE DE TOURISME  
CÉVENNES AU MONT LOZÈRE  
(DOCID:qt130524)  
[contact@authentis.net](mailto:contact@authentis.net)  
Filière : Office de tourisme  
Date de l'évaluation : 06/09/2021

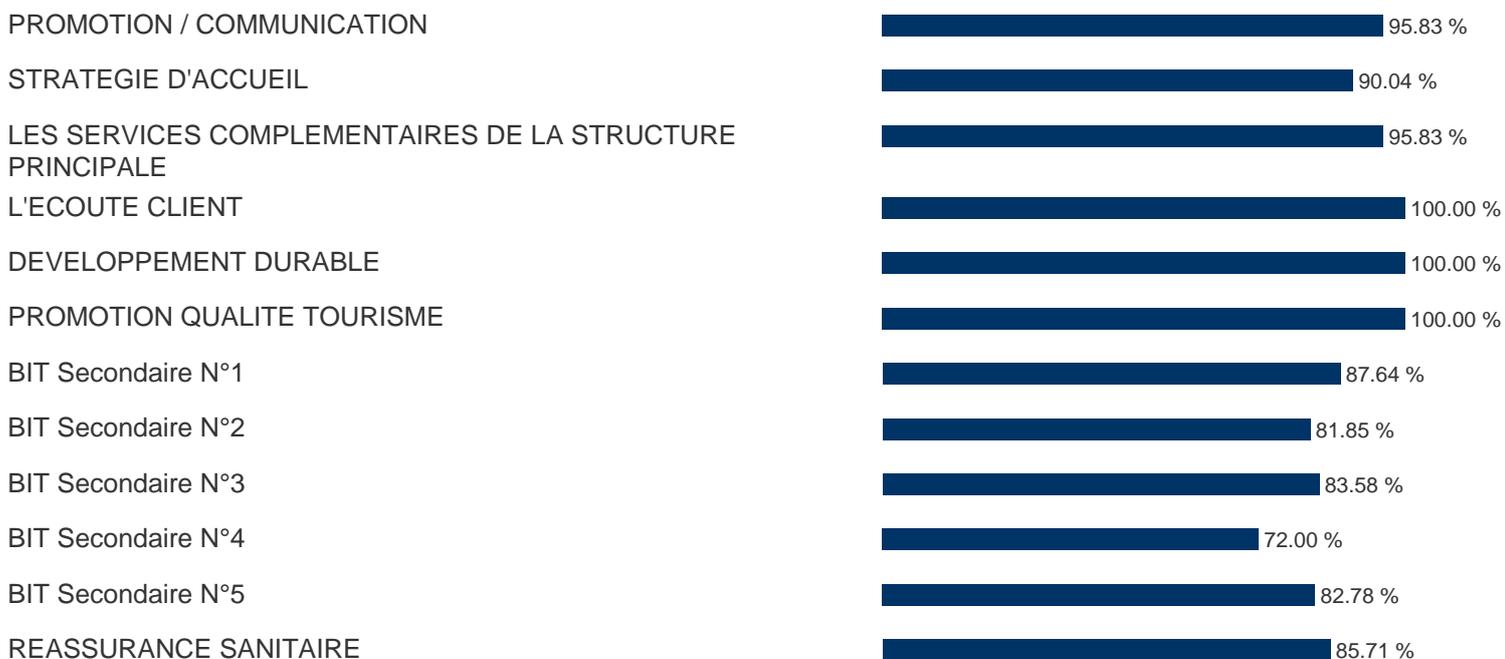
# Résultat QT : 88.01 %

Votre établissement respecte les critères obligatoires de l'écoute client  
Avec quelques efforts vous pourriez atteindre un taux de conformité de 90,12 %

## Taux de conformité par famille



## Taux de conformité par séquence détaillée



## Les points à améliorer

|  |         |
|--|---------|
| Présence numérique   | 95.83 % |
| Accueil téléphonique   | 96.64 % |
| Les abords de l'établissement et la signalétique                                 | 88.75 % |
| L'espace d'accueil   | 92.50 % |
| Accueillir et informer   | 84.38 % |
| La documentation sur la destination  | 66.67 % |
| La boutique  | 95.83 % |
| Accueil téléphonique BIT Secondaire N°1  | 87.67 % |
| Courriel BIT Secondaire N°1  | 81.25 % |
| Les abords de l'établissement et la signalétique BIT Secondaire N°1              | 85.00 % |
| L'espace d'accueil BIT Secondaire N°1  | 87.50 % |
| Accueillir et informer BIT Secondaire N°1  | 88.46 % |
| La documentation sur la destination BIT Secondaire N°1                           | 0.00 %  |
| La boutique BIT Secondaire N°1   | 86.90 % |
| Distanciation physique BIT Secondaire N°1  | 0.00 %  |
| Gestes barrière client BIT Secondaire N°1  | 83.33 % |
| Gestion des flux - Visite guidée BIT Secondaire N°1                              | 0.00 %  |
| Adaptation de l'offre Réaménagement & restrictions d'activité BIT Secondaire N°1 | 0.00 %  |
| Accueil téléphonique BIT Secondaire N°2  | 66.79 % |
| Les abords de l'établissement et la signalétique BIT Secondaire N°2              | 92.50 % |
| L'espace d'accueil BIT Secondaire N°2  | 87.50 % |
| Accueillir et informer BIT Secondaire N°2  | 84.38 % |
| La documentation sur la destination BIT Secondaire N°2                           | 0.00 %  |
| La boutique BIT Secondaire N°2   | 76.39 % |
| Distanciation physique BIT Secondaire N°2  | 0.00 %  |
| Gestion des flux BIT Secondaire N°2  | 66.67 % |
| Gestion des flux - Visite guidée BIT Secondaire N°2                              | 0.00 %  |
| Respect des consignes BIT Secondaire N°2   | 0.00 %  |
| Adaptation de l'offre Réaménagement & restrictions d'activité BIT Secondaire N°2 | 0.00 %  |
| Accueil téléphonique BIT Secondaire N°3  | 67.12 % |
| Les abords de l'établissement et la signalétique BIT Secondaire N°3              | 96.25 % |
| L'espace d'accueil BIT Secondaire N°3  | 90.00 % |

|  |         |
|--|---------|
| Accueillir et informer BIT Secondaire N°3  | 85.19 % |
| La documentation sur la destination BIT Secondaire N°3                           | 0.00 %  |
| La boutique BIT Secondaire N°3   | 90.28 % |
| Distanciation physique BIT Secondaire N°3  | 0.00 %  |
| Gestion des flux BIT Secondaire N°3  | 66.67 % |
| Gestion des flux - Visite guidée BIT Secondaire N°3                              | 0.00 %  |
| Respect des consignes BIT Secondaire N°3   | 0.00 %  |
| Adaptation de l'offre Réaménagement & restrictions d'activité BIT Secondaire N°3 | 0.00 %  |
| Accueil téléphonique BIT Secondaire N°4  | 31.72 % |
| Courriel BIT Secondaire N°4  | 81.25 % |
| Les abords de l'établissement et la signalétique BIT Secondaire N°4              | 92.50 % |
| L'espace d'accueil BIT Secondaire N°4  | 80.00 % |
| Accueillir et informer BIT Secondaire N°4  | 84.38 % |
| La documentation sur la destination BIT Secondaire N°4                           | 0.00 %  |
| La boutique BIT Secondaire N°4   | 91.67 % |
| Distanciation physique BIT Secondaire N°4  | 0.00 %  |
| Gestion des flux BIT Secondaire N°4  | 50.00 % |
| Gestion des flux - Visite guidée BIT Secondaire N°4                              | 0.00 %  |
| Respect des consignes BIT Secondaire N°4   | 0.00 %  |
| Adaptation de l'offre Réaménagement & restrictions d'activité BIT Secondaire N°4 | 0.00 %  |
| Accueil téléphonique BIT Secondaire N°5  | 95.08 % |
| Les abords de l'établissement et la signalétique BIT Secondaire N°5              | 57.50 % |
| Le parking et les extérieurs privatifs BIT Secondaire N°5 (si existants)         | 80.00 % |
| L'espace d'accueil BIT Secondaire N°5  | 55.00 % |
| Accueillir et informer BIT Secondaire N°5  | 85.19 % |
| La documentation sur la destination BIT Secondaire N°5                           | 0.00 %  |
| La boutique BIT Secondaire N°5   | 84.52 % |
| Distanciation physique BIT Secondaire N°5  | 0.00 %  |
| Gestes barrière client BIT Secondaire N°5  | 75.00 % |
| Gestion des flux BIT Secondaire N°5  | 0.00 %  |
| Gestion des flux - Visite guidée BIT Secondaire N°5                              | 0.00 %  |
| Respect des consignes BIT Secondaire N°5   | 0.00 %  |
| Adaptation de l'offre Réaménagement & restrictions d'activité BIT Secondaire N°5 | 0.00 %  |

|   |  |
|---|--|
| Information sur site - Covid19                                |  60.00 % |
| Gestion des flux  |  50.00 % |
| Respect des consignes   | 0.00 %   |
| Adaptation de l'offre Réaménagement & restrictions d'activité | 0.00 %   |
| Règles d'hygiène - Sanitaires collectifs                      | 0.00 %   |

## Les questions suivantes nécessitent votre attention (plan d'action) :

### Critères rattrapables

#### 1 - 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. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

*Site internet très professionnel et très dynamique. Les informations sont faciles à trouver, si ce n'est pour une recherche d'établissement : pouvoir choisir des dates de séjour serait un plus.*

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Si plusieurs enseignes, mesure sur l'ensemble. Constat visuel. Il convient de prendre en compte les enseignes signalant l'office de tourisme (même publiques) : façade et panneaux directionnels. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

*L'enseigne Office de Tourisme au-dessus de la porte est un peu obsolète et fait ancienne.*

#### 72 - Les documents sont traduits en au moins une langue étrangère

Oui     Non     Non Mesuré

Il s'agit des principaux documents produits par l'OT lui-même ex : guides, cartes (et non de ceux des socio-pros). Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

*En ligne, la brochure destination est uniquement disponible en Français, mais les brochures hébergements restauration et activités sont en allemand et anglais.*

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

Oui     Non     Non Mesuré

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

*Traduire la brochure destination.*

#### 151 - Les abords privatifs de l'établissement sont en bon état.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré possible. Prendre en compte : façades, entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être en bon état. Constat visuel. Il est recommandé de veiller au bon état des abords même si l'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

*Les gaines en plastique le long du mur pourraient être cachées.*

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant, fond musical discret... Constat visuel. Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

*La porte d'entrée est dure à ouvrir ce qui peut mettre en difficulté certains visiteurs.*

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

Oui     Non     Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

*Une mise en scène est nécessaire pour les mettre en valeur.*

#### 207 - Il est recommandé qu'une invitation à télécharger l'application « Tous anti-covid » soit présente

Oui     Non     Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

#### 208 - Il est recommandé d'encourager l'activation de l'application « Tous AntiCovid » lors de l'entrée dans l'établissement.

Oui     Non     Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

**215 - Il est recommandé que les objets pouvant être touchés par plusieurs personnes ne soient pas mis à disposition du client ou fassent l'objet d'une désinfection après chaque utilisation**

Oui  Non  Non Mesuré

" Ex dans les hébergements : livres, jeux, journaux, dépliants réutilisables, stylos à l'accueil, ordinateurs en libre-service, etc.). Ex dans la restauration : livres, jeux, journaux, salières, etc (sauf éléments partagés au sein du même table : carafe, pаниère... ).Le sel ou le poivre peuvent être proposés en sachets unitaires . Ex : dans les Lieux de visite et OT : supprimer les supports de médiation partagés (numériques et papier) et audioguides susceptibles de passer de mains en mains ou, si leur maintien est prévu, prévoir de les désinfecter après chaque utilisation ; Dans les caveaux : ne pas toucher les cuves, les bouteilles, les crachoirs et ne pas manipuler inutilement les produits ou le mobilier. Inviter à consulter les informations que l'établissement leur met à disposition (affichettes, etc). Si l'établissement a l'habitude de demander aux clients de remplir un livre d'or ou un questionnaire, remplacer les supports papier par un questionnaire informatique à envoyer par mail. Non applicable aux produits de la boutique."

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Si plusieurs enseignes, mesure sur l'ensemble. Constat visuel. Il convient de prendre en compte les enseignes signalant l'office de tourisme (même publiques) : façade et panneaux directionnels. . Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

*Le panneau d'affichage est vieillissant et prend l'eau.*

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant, fond musical discret... Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

*Espace troglodyte très sombre. IL paraît essentiel de jouer sur l'éclairage.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

*La mise en avant de la boutique est à revoir, éventuellement, vous pourriez réaménager l'espace du fond pour rendre la boutique plus attractive.*

**311 - Il est recommandé qu'une invitation à télécharger l'application « Tous anti-covid » soit présente**

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

**312 - Il est recommandé d'encourager l'activation de l'application « Tous AntiCovid » lors de l'entrée dans l'établissement.**

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

**321 - Un plan de circulation pour limiter les croisements et respecter les distances de sécurité, (marquage au sol, mural, sur les sièges...), est établi et matérialisé.**

Oui  Non  Non Mesuré

Des plans de circulation doivent ainsi être mis en œuvre pour garantir le respect de la distanciation physique minimaleY compris dans les files d'attente susceptibles de se former à l'intérieur et à l'extérieur de l'établissement., que ce soit dans des lieux clos et exigus ou dans des espaces ouverts, mais sous une forme incitative plus que contraignante (fluidifier plutôt que ralentir). Inciter le public à privilégier les escaliers aux ascenseurs lorsque cela est possible. Non mesuré possible pour les petites surfaces déportant leur accueil à l'extérieur.

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant, fond musical discret... Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

*Il y a un sas d'entrée un peu sobre, avec du gel hydroalcoolique et de la documentation.*

**415 - Il est recommandé qu'une invitation à télécharger l'application « Tous anti-covid » soit présente**

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

**416 - Il est recommandé d'encourager l'activation de l'application « Tous AntiCovid » lors de l'entrée dans l'établissement.**

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

**425 - Un plan de circulation pour limiter les croisements et respecter les distances de sécurité, (marquage au sol, mural, sur les sièges...), est établi et matérialisé.**

Oui  Non  Non Mesuré

Des plans de circulation doivent ainsi être mis en œuvre pour garantir le respect de la distanciation physique minimaleY compris dans les files d'attente susceptibles de se former à l'intérieur et à l'extérieur de l'établissement., que ce soit dans des lieux clos et exigus ou dans des espaces ouverts, mais sous une forme incitative plus que contraignante (fluidifier plutôt que ralentir). Inciter le public à privilégier les escaliers aux ascenseurs lorsque cela est possible. Non mesuré possible pour les petites surfaces déportant leur accueil à l'extérieur.

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant, fond musical discret...Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

*L'espace est borgne et un peu sombre et humide. Il y a une petite marche à l'entrée qui peut être dangereuse.*

**480 - L'espace d'accueil est en bon état.**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

**519 - Il est recommandé qu'une invitation à télécharger l'application « Tous anti-covid » soit présente**

Oui     Non     Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

**520 - Il est recommandé d'encourager l'activation de l'application «Tous AntiCovid»lors de l'entrée dans l'établissement.**

Oui     Non     Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

**529 - Un plan de circulation pour limiter les croisements et respecter les distances de sécurité, (marquage au sol, mural, sur les sièges...), est établi et matérialisé.**

Oui     Non     Non Mesuré

Des plans de circulation doivent ainsi être mis en œuvre pour garantir le respect de la distanciation physique minimaleY compris dans les files d'attente susceptibles de se former à l'intérieur et à l'extérieur de l'établissement., que ce soit dans des lieux clos et exigus ou dans des espaces ouverts, mais sous une forme incitative plus que contraignante (fluidifier plutôt que ralentir). Inciter le public à privilégier les escaliers aux ascenseurs lorsque cela est possible. Non mesuré possible pour les petites surfaces déportant leur accueil à l'extérieur.

**567 - Les abords privatifs de l'établissement sont en bon état.**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré possible. Prendre en compte : façades, entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être en bon état.Constat visuel. Il est recommandé de veiller au bon état des abords même si l'office est locataire de l'espace d'accueil . Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

*La vitrine principale est abimée, la bâche également.*

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant, fond musical discret...Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

*Tout est très rectiligne. Posés à la même hauteur et difficile à départager de la boutique. Une table et une chaise pour le conseiller dans un coin.*

**584 - L'espace d'accueil est en bon état.**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

*Une vitrine cassée, la table est en plastique. Le jour de la visite il n'y a pas d'électricité et d'internet.*

**623 - Il est recommandé qu'une invitation à télécharger l'application « Tous anti-covid » soit présente**

Oui     Non     Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

**624 - Il est recommandé d'encourager l'activation de l'application «Tous AntiCovid»lors de l'entrée dans l'établissement.**

Oui     Non     Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

**630 - Le mode de paiement sans contact est privilégié,**

Oui     Non     Non Mesuré

Tout mode de paiement sans contact (pré-paiement, virement, cartes bancaires, téléphone...) est privilégié, pour cela une communication explicite est affichée ou des consignes orales sont formulées. Présence affichette . Pour Hôtellerie/HPA/RT/VV la remise de la facture et la signature dématérialisées sont privilégiées

## Critères non rattrapables

### 9 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Le 24/08 : Lucille répond (10H25). Olivia demande ce qu'il y a à faire sur le weekend depuis Pont de Montvert. La conseillère répond tout de suite qu'il y a pas mal de randonnées à faire sur le secteur. Elle demande d'elle-même s'il y a des enfants et Olivia répond que oui et qu'il a 10 ans. La conseillère propose alors les sentiers d'interprétation du parc des Cévennes. Elle explique qu'on peut se garer à proximité et que ce sont des balades de 1H30 à 2h avec des points d'interprétations de la faune et la flore directement sur place. Elle donne le noms de 2 sentiers d'interprétation et explique comment y aller depuis Pont de Monvert. Elle élargit ensuite en proposant le pont du Tam et invite à venir à l'office de tourisme pour qu'on leur indique où sont les sorties sur une carte. Olivia rebondit sur les activités sur l'eau et la conseillère explique qu'il y a bien des activités à faire sur l'eau mais un peu plus bas sur le Tam et elle explique tout de suite que le pass sanitaire n'est pas obligatoire pour le canoé. Olivia parle alors d'accrobranche et la conseillère propose celui de Florac en donnant le nom de Cévennes Evasion et propose de passer la journée par là-bas en conseillant de faire une sortie de kayak à la journée avec pique-nique. Elle explique en détails le fonctionnement de ces sorties avec les navettes. Elle propose enfin de se baigner dans le Tam au niveau de Pont de Montvert. Avant de finir, la conseillère demande si elle a besoin d'autres choses. La prise de congé est chaleureuse et complète. La réponse est assez rapide et très orientée "randonnée", le questionnement se fait dans un deuxième temps.*

### 30 - BONUS : L'OT est implanté dans un endroit stratégique

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

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

*En bord de route, mais sur l'artère principale. L'accès à pied depuis le parking proche peut être difficile.*

### 32 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré 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'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Quelques feuilles mortes au sol et un papier.*

### 49 - L'espace d'accueil est propre.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

*Quelques feuilles et cailloux au sol, le tapis est sale.*

### 57 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Lors des audits complets, en l'absence de visiteurs permettant d'apprécier ce critère par observation, les auditeur-trices réalise une simulation d'entretien avec un conseiller. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*J'explique que nous venons d'arriver et que nous aimerions une liste d'activités à faire avec le petit par temps de pluie. Lucie commence par nous dire que le temps devrait se maintenir et nous demande si nous voulons et pouvons marcher. Elle nous demande également où nous restons. Elle nous présente alors la carte avec les sentiers d'interprétation proches et faciles à faire. Elle nous demande si nous avons une voiture et si nous sommes d'accord pour faire un peu de route. Je dis que oui. Elle m'explique que parfois, certaines personnes n'aiment pas conduire dans la région. Elle me présente plusieurs alternatives sur le territoire et me parle de deux fermes pédagogiques et de l'exposition au temple sur les femmes pendant la résistance. Je dis que cette dernière activité risque de moins passionner le petit. Je lui demande aussi des conseils pour déjeuner et elle me parle des fermes auberges pour déjeuner et m'en pointe 2 sur la carte. Elle m'invite également à aller plus loin pour le point de vue sur les Cévennes. Elle me donne la carte du territoire, la brochure et le guide gastronomique. J'achète un magazine pour le petit dans la boutique et elle me remercie. Je demande un ticket qu'elle me sort et me remercie également. Avant mon départ, elle me propose le marque-page et me demande de bien vouloir laisser un avis sur ma visite en suivant le QR code. Le départ est chaleureux.*

### 67 - Le personnel d'accueil pratique au moins deux langues étrangères.

Oui     Non     Non Mesuré

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

*La 2eme langue n'est pas systématique.*

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente non dédié. L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à présentation des produits (ex : veiller à 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

*Quelques cartons visibles dans les étagères.*

## 135 - Le conseiller pratique au moins deux langues étrangères.

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Uniquement anglais, allemand occasionnellement.*

## 145 - Lors d'une demande d'information en français, la réponse écrite est personnalisée et adaptée.

Oui  Non

"A la différence du critère n°26 (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 . Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable"

*Attention, il n'y a pas de reprise de nom du client.*

## 149 - 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 Mesuré

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

*Un "I" en entrant dans le village signale la présence de l'office, mais un fléchage complémentaire depuis le parking par exemple serait un plus.*

## 150 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres.

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré 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'office est locataire de l'espace d'accueil . Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Quelques feuilles au sol.*

## 152 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont propres.

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

*La porte est un peu sale au niveau de la poignée.*

## 166 - L'espace d'accueil est bien ordonné et la décoration et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux.

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Il ne s'agit pas de juger l'esthétique mais bien de vérifier la cohérence des équipements (Par exemple, absence d'ajouts de présentoirs complètement différents d'année en année). Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

*On peut voir les fils électriques de la partie ordinateur au sol.*

## 167 - L'espace d'accueil est propre.

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

*Quelques traces au sol devant l'entrée.*

## 185 - Le personnel d'accueil pratique au moins deux langues étrangères.

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Allemand mais seulement de manière occasionnelle.*

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente non dédié. L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à présentation des produits (ex : veiller à 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

*C'est une simple étagère qui n'est pas forcément mise en avant.*

### 196 - La gamme de produits est diversifiée.

Oui  Non  Non Mesuré

"Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Librairie, cartes postales, gadgets, produits enfants etc. Contrôle visuel. Coche en "non mesuré" 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). Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable"

*Ce sont essentiellement des livres sur la région.*

### 231 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

16/08: Appel réalisé par Natacha. Elle demande ce qu'il y a à faire sur le village. Elle conseille la baignade à la cascade et des randonnées et la visite du cœur du village. Natacha dit qu'elle a noté qu'il y avait un château. La conseillère explique que seuls les jardins sont visitables car c'est un hôtel. Natacha revient sur la cascade et la conseillère explique où se garer et comment descendre pour aller se baigner. La conseillère propose de nouveau la visite du centre du village et invite à passer à l'office pour récupérer les plans du centre du village. Elle propose de les envoyer en papier ou par e-mail. Natacha demande si c'est possible de faire un envoi par courrier et demande l'horaire d'ouverture de l'office. Elle propose de vérifier si c'est ouvert le weekend. Natacha demande alors si les randonnées sont accessibles aux enfants, la conseillère conseille de voir en fonction de la chaleur. Elle recherche de nouveaux horaires mais ne peut pas les donner exactement. Elle recapitule ce qu'elle va mettre dans le courrier et prend les coordonnées pour l'envoi. Elle l'a remercié pour cette information. La prise de congé est chaleureuse. Il n'y a pas d'élargissement du conseil et les questions sont posées par Natacha.

### 233 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le conseiller élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*La conseillère se contente de répondre aux questions de son interlocutrice.*

### 235 - Les conseillers présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins...)

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Elle n'arrive pas à trouver les horaires de l'office local sur le weekend.*

### 239 - Le conseiller pratique au moins deux langues étrangères.

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Anglais uniquement*

### 254 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres.

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré 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'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Parking en terre battue, difficile en temps de pluie.*

### 270 - L'espace d'accueil est bien ordonné et la décoration et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux.

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Il ne s'agit pas de juger l'esthétique mais bien de vérifier la cohérence des équipements (Par exemple, absence d'ajouts de présentoirs complètement différents d'année en année). Constat visuel. Coef 3. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

*Certains étalages font vides, il serait intéressant de mettre plus de documents à disposition.*

### 271 - L'espace d'accueil est propre.

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

*Certains affichages internes le long du desk en papier A4 font un peu négligés.*

**279 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Lors des audits complets, en l'absence de visiteurs permettant d'apprécier ce critère par observation, les auditeurs réalisent une simulation d'entretien avec un conseiller. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*J'arrive vers 11H, j'explique que nous venons d'arriver et qu'il ne fait pas beau et que nous aimerions des alternatives à la randonnée prévue pour le weekend. Charles commence par me rassurer en me disant que le temps peut vite changer. Il est debout à côté de son comptoir et fait pas mal de va et vient entre le comptoir et les documents. Il a l'air parfois peu sûr de lui. Il n'ose pas par exemple me donner la carte de la destination. Il me propose de la prendre si je l'a veux. Il me demande si on est sur ST Etienne puis si j'ai des enfants. Je dis que oui, qu'il a 2 ans. Il me dit un peu embêté que 2 ans c'est encore un peu jeune pour un certain nombre d'activités à faire, mais qu'il peut quand même me proposer des choses. Il m'indique d'abord le train à vapeur et me dit que c'est une très bonne option avec les enfants, puis me parle de la bamboueraie au même endroit. Il me parle ensuite de la grotte de Trabuc et m'indique que c'est très bien mais qu'il faut être bien chaussé et qu'il ne sait pas si ce sera adapté avec un petit enfant. Il me parle ensuite des choses à faire sur Saint Etienne, il revient sur son territoire et me parle de la cascade si le temps le permet et du sentier de stevenson. Je lui dis alors que j'ai vu passer quelqu'un avec un âne. Il me dit qu'effectivement, les âniers étaient assez chargés ces temps-ci mais que peut-être il y avait moins de monde maintenant. Il me donne les coordonnées de plusieurs Aniers et me les indique sur la carte. Je le remercie. Je regarde un peu plus les documents papiers et je demande ce qu'il pense du parc à Loup, il me dit que c'est très bien mais très loin. Pendant qu'il fait une recherche sur son ordinateur pour les ânes, je regarde la partie boutique mais tout est en vitrine et peu accessible. Je prends donc 2 cartes postales. Je ne demande pas de ticket et il ne m'en propose pas. Je lui demande ensuite un restaurant pour ce midi. Il m'indique 2 restaurants dans le village et m'indique également un restaurant très bon à Saint Germain. Je le remercie. Au moment de mon départ, il me remercie chaleureusement et m'invite à repasser avant de me donner le marque page de la destination en me disant que je peux noter mon passage sur les réseaux sociaux si je le souhaite. Il est souriant et amicale mais parfois un peu hésitant.*

**289 - Le personnel d'accueil pratique au moins deux langues étrangères.**

Oui     Non     Non Mesuré

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

*Allemand mais il est dommage de ne pas le noter.*

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente non dédié. L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à présentation des produits (ex : veiller à 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

*L'espace boutique est assez restreint et la plupart des éléments sont dans 2 vitrines séparées, elles n'incitent pas à la consommation.*

**300 - La gamme de produits est diversifiée.**

Oui     Non     Non Mesuré

"Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Librairie, cartes postales, gadgets, produits enfants etc. Contrôle visuel. Coche en ""non mesuré"" 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). Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable"

*Seulement des livres, cartes postales et magnets.*

**335 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*17/08- par Olivia: C'est Léa qui répond. Elle est déjà en ligne et prend les coordonnées pour rappeler dès que possible. L'office de tourisme rappelle à 10H43: Olivia explique de nouveau qu'elle est sur Saint Etienne et qu'elle aimerait des informations et idées de choses à faire à la journée. La conseillère l'invite d'abord à passer à l'office de tourisme pour prendre le plan et faire le tour du village. Elle demande s'ils ont un jour de visite précis et propose d'envoyer le programme des animations pour la semaine par e-mail, ainsi que le programme sur les deux villages. Elle donne quelques exemples d'activités proposées et lui fait des propositions de choses à faire avec les enfants comme le sentier vagabond. Elle récapitule ce qu'elle va lui envoyer dans l'email et demande si elle veut d'autres informations. Elle questionne en demandant le nombre de personne et la durée du séjour. Il manque juste des questions sur les envies. La prise de congé est très courtoise et l'email envoyé dans la journée est très complet.*

**337 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le conseiller élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée**

Oui     Non     Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Absence d'élargissement. Léa répond très bien aux questions mais ne cherche pas à suggérer autre chose.*

### 343 - Le conseiller pratique au moins deux langues étrangères.

Oui  Non  Non Mesuré

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

### 345 - Le personnel d'accueil assure le même niveau de service au téléphone qu'en face à face

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

L'objectif est de ne pas privilégier l'accueil téléphonique et l'accueil physique l'un par rapport à l'autre. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

*Temps d'attente prolongé lors de l'appel en anglais.*

### 347 - En cas de recherche trop longue ou d'affluence, le personnel de l'OT doit proposer au correspondant téléphonique de le rappeler ou de lui adresser les informations par écrit

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Pas dans ce cas où l'on me fait patienter plus de 3 minutes.*

### 357 - 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 Mesuré

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

*Un fléchage depuis l'entrée du village serait un plus*

### 375 - L'espace d'accueil est propre.

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

*Des bouts de pate à fixe au mur au dessus de la carte IGN du parc national.*

### 380 - La tenue et la présentation du personnel d'accueil doivent être soignées et propres

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

*Elle porte une tenue de ville plutôt courte mais propre.*

### 383 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Lors des audits complets, en l'absence de visiteurs permettant d'apprécier ce critère par observation, les auditeurs réalisent une simulation d'entretien avec un conseiller. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Elle demande où nous restons et ce que nous aimons faire. Elle se concentre sur les activités adaptées aux enfants. Il manque des questions sur nos envies.*

### 393 - Le personnel d'accueil pratique au moins deux langues étrangères.

Oui  Non  Non Mesuré

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 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

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente non dédié. L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à présentation des produits (ex : veiller à 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

*Une petite table au milieu de pièce est dédiée à l'espace boutique, ainsi qu'un présentoir à cartes postales et magnets.*

### 404 - La gamme de produits est diversifiée.

Oui  Non  Non Mesuré

"Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Librairie, cartes postales, gadgets, produits enfants etc. Contrôle visuel. Coche en ""non mesuré"" 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). Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable"

*Essentiellement des livres, cartes postales et petit objets type magnets.*

**439 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

20/08 par Audrey- Lucille répond. Audrey demande une animation sur Sainte Croix pour le weekend. La personne se connecte sur l'agenda de la destination. Elle leur fait la liste des activités disponibles sur place. La connexion passe mal. Elle propose les coordonnées pour réserver l'animation espagnol qui va se faire à côté. Audrey relance en demandant s'il y a des choses à faire avec un enfant de 4 ans. La conseillère propose de passer à l'office pour récupérer des documents. Elle lui donne les horaires de l'office et l'invite à y aller d'elle-même. Puis elle la remercie et raccroche de façon cordiale. Elle n'élargit pas en demandant si elle a besoin d'autre choses par exemple.

**440 - La reformulation de la demande par le conseiller est réalisée de manière formelle, claire et précise**

Oui  Non  Non Mesuré

La reformulation n'est pas toujours nécessaire pour des questions très simples (ex : demande de plan, horaire). Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Pas de reformulation.*

**441 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le conseiller élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Absence d'élargissement.*

**446 - Le conseiller pratique une langue étrangère.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

Le 08 septembre par Maaïke : c'est Morgane qui répond. La clientèle explique qu'elle vient en octobre et qu'elle aimerait faire un tour de montgolfière. Morgane semble avoir du mal à trouver ses mots en anglais, elle pose de nombreuses questions sur comment la clientèle va venir, les dates du voyage etc... elle ne répond pas à la question. Elle reformule les questions. Elle ne comprend pas la demande. La clientèle est obligée de lui expliquer de nouveau ce qu'elle veut faire. La discussion n'est pas satisfaisante.

**447 - Le conseiller pratique au moins deux langues étrangères.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Allemand, mais pas de manière systématique.*

**449 - Le personnel d'accueil assure le même niveau de service au téléphone qu'en face à face**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

L'objectif est de ne pas privilégier l'accueil téléphonique et l'accueil physique l'un par rapport à l'autre. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

*En français, elle expédie l'appel et invite à venir sur place. En anglais, elle ne comprend pas la clientèle.*

**457 - Lors d'une demande d'information en français, la réponse écrite est personnalisée et adaptée.**

Oui  Non

"A la différence du critère n°26 (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 . Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable"

*Un simple "Bonjour" pas de reprise du nom du client.*

**460 - BONUS : L'OT est implanté dans un endroit stratégique**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant

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

*En cœur de village mais dans une rue assez serrée.*

**462 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré 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'office est locataire de l'espace d'accueil . Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Quelques feuilles mortes au sol.*

#### 478 - L'espace d'accueil est bien ordonné et la décoration et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Il ne s'agit pas de juger l'esthétique mais bien de vérifier la cohérence des équipements (Par exemple, absence d'ajouts de présentoirs complètement différents d'année en année). Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

*L'espace mériterait un petit rafraîchissement au niveau de la décoration. Le rideau dans le fond notamment n'est pas très qualitatif et il y a des affiches de 2016.*

#### 479 - L'espace d'accueil est propre.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

*Quelques traces au sol dans l'entrée.*

#### 487 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Lors des audits complets, en l'absence de visiteurs permettant d'apprécier ce critère par observation, les auditeurs réalisent une simulation d'entretien avec un conseiller. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Arrivée à 10H30, Je me présente et explique que l'on vient d'arriver mais qu'il pleut. Lucille me confirme que le temps n'est pas très bon mais que cela peut changer. Elle me demande si je suis avec des enfants et je dis que j'ai un petit de 2 ans. Elle me sort la carte de la destination et commence par me proposer des sentiers faciles à faire, le tour du village de Sainte Croix et celui de Saint Etienne à proximité avec la Cascade et le restaurant. J'insiste alors sur le fait que j'aimerais des activités à faire à l'intérieur. Elle me demande où je loge et combien de temps et me propose de faire un tour en petit train à vapeur ou la grotte de Trabuc. Elle me rassure également sur le temps en me disant que cela devrait aller ce weekend. Le téléphone sonne, elle s'excuse et répond. J'en profite pour regarder l'espace boutique et prendre un petit livre sur les plantes. Elle me demande si je veux l'acheter et me propose un exemplaire neuf plutôt que le modèle d'exposition qu'elle va chercher dans son stock. Je lui demande alors un ticket qu'elle commence à m'imprimer, mais l'imprimante fait un bourrage papier et elle m'explique que c'est dû à l'humidité. Elle commence à s'excuser et me dit qu'elle ne pourra peut être pas me faire de ticket puis celui-ci s'imprime. elle prend le temps de le découper au ciseau. Elle me demande si je désire autre chose et je demande des conseils pour les restaurants. Elle m'indique des restaurants sur la route et à Saint Etienne. Puis je lui demande pour une station service et elle m'indique celle du village mais me conseille d'aller directement à Saint Jean du Gard si je peux car ce sera moins cher. Elle prend le temps de me demander si j'ai besoin d'autres choses et récapitule les informations données. Puis elle me donne le marque page de la destination en m'expliquant que si je souhaite donner mon avis sur l'office je peux le faire en suivant le QR code. Elle me demande mon code postal et me remercie de ma visite. L'accueil est chaleureux et agréable mais le conseil toujours très orienté outdoor.*

#### 497 - Le personnel d'accueil pratique au moins deux langues étrangères.

Oui     Non     Non Mesuré

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

*En anglais uniquement.*

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente non dédié. L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à présentation des produits (ex : veiller à 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

*Deux espaces de présentation des livres et objets sur les territoires dans l'entrée. Facile à lire et regarder mais les prix ne sont pas bien affichés.*

#### 508 - La gamme de produits est diversifiée.

Oui     Non     Non Mesuré

"Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Librairie, cartes postales, gadgets, produits enfants etc. Contrôle visuel. Coche en ""non mesuré"" 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). Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable"

*Essentiellement des livres sur la région et des cartes postales.*

#### 555 - En cas de recherche trop longue ou d'affluence, le personnel de l'OT doit proposer au correspondant téléphonique de le rappeler ou de lui adresser les informations par écrit

Oui     Non     Non Mesuré

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

*Recherche de plus de 3 minutes, c'est long !*

#### 564 - BONUS : L'OT est implanté dans un endroit stratégique

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

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

*Sur la route du haut du Village, pas forcément sur la route principale et peu de stationnement tout prêt.*

#### 565 - 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 Mesuré

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

*Difficile à trouver depuis le bas du village.*

#### 566 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré 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'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Devant la devanture, du verre cassé et un rouleau d'adhésif.*

#### 570 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont harmonieuses.

Oui     Non     Non Mesuré

Constat visuel. Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Une harmonisation des enseignes et bâches est nécessaire pour plus de netteté.*

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

Oui     Non     Non Mesuré

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. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Pénaliser si absence d'action. Constat visuel. Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Le cendrier n'est pas vidé lors de la premier visite le jeudi après-midi.*

#### 582 - L'espace d'accueil est bien ordonné et la décoration et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Il ne s'agit pas de juger l'esthétique mais bien de vérifier la cohérence des équipements (Par exemple, absence d'ajouts de présentoirs complètement différents d'année en année). Constat visuel. Coef 3. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

*Une réorganisation et refonte complète des lieux est prévue.*

#### 583 - L'espace d'accueil est propre.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

*Quelques feuilles et un papier au sol.*

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

*Barbara a installé des tables et chaises à l'extérieur pour pallier au manque de place à l'intérieur. Il existe toutefois une assise à l'intérieur, aménagé selon les possibilités offertes par l'espace actuel.*

#### 591 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Lors des audits complets, en l'absence de visiteurs permettant d'apprécier ce critère par observation, les auditeur-trices réalise une simulation d'entretien avec un conseiller. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*J'explique que nous sommes là pour le weekend avec un enfant de 2 ans et un chien et nous cherchons des activités à faire. Elle me demande si je suis sur Vialas et si je peux me déplacer. Je dis oui. Elle commence par étudier l'agenda local et me propose les activités et visite guidées prévues pour le weekend. Elle insiste sur les activités qui seront adaptées pour les enfants. Elle m'accompagne ensuite vers les flyers et m'indique les ballades à dos d'ânes et le musée de la mine. Elle me parle également des randonnées et sentiers faciles à faire à proximité. Je demande où je peux sortir de l'argent et elle m'indique le village voisin ou Pont de Montvert qu'elle me conseille pour la baignade si cela nous dit. Elle nous conseille d'aller y faire un tour car le village est joli. Je fais le tour de la boutique et vais pour acheter un livre mais comme il n'y a pas d'internet, elle ne peut pas prendre la carte, seulement de l'espèce et je n'en ai pas assez. Je ne prends donc pas le livre. Elle me remercie tout de même et avant mon départ, elle me tend en plus des documents locaux, le marque-page en m'invitant à aller sur le site de l'office et les réseaux sociaux.*

#### 601 - Le personnel d'accueil pratique au moins deux langues étrangères.

Oui     Non     Non Mesuré

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

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente non dédié. L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à présentation des produits (ex : veiller à 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

*La boutique est posée sur la table centrale, il n'y a pas de vrai différenciation avec la documentation.*

#### 612 - La gamme de produits est diversifiée.

Oui     Non     Non Mesuré

"Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Librairie, cartes postales, gadgets, produits enfants etc. Contrôle visuel. Coche en ""non mesuré"" 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). Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable"

*Essentiellement des livres.*

#### 650 - Il est recommandé qu'une invitation à télécharger l'application « Tous anti-covid » soit présente

Oui     Non     Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

#### 651 - Il est recommandé d'encourager l'activation de l'application « Tous AntiCovid» lors de l'entrée dans l'établissement.

Oui     Non     Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

#### 662 - Dès que possible, les flux entrées et sorties des clients et/ou marque de sens de circulation à l'intérieur des établissements (couloirs, allées...) sont séparés

Oui     Non     Non Mesuré

# Audit Complet

## PROMOTION / COMMUNICATION

### Présence numérique

#### 1 - 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. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

*Site internet très professionnel et très dynamique. Les informations sont faciles à trouver, si ce n'est pour une recherche d'établissement : pouvoir choisir des dates de séjour serait un plus.*

#### 2 - Le site internet est bien référencé.

Oui     Non

"Recherche avec mots clés type ""que faire/ quelle visite"" + ville Point validé si résultat en 1ère page de résultat sur le moteur de recherche Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable"

*1er sur la liste Google quand on cherche "Office de Tourisme Cévennes Mont Lozère"*

#### 3 - BONUS - Le site internet est traduit en une troisième langue étrangère

Oui     Non

"BONUS- Indiquer non mesuré 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 (CatI) 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 QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable"

*Site uniquement disponible en anglais : une deuxième et troisième langues seraient un plus. A noter que la traduction en allemand est en cours.*

#### 4 - L'OT traite les demandes clients enregistrées sur les réseaux sociaux

Oui     Non     Non Mesuré

Il s'agit des demandes clients et non des avis/réclamations (autre critère)Exemple: demande d'informations via le chat messenger FB / Instagram / Google etc ...Ce critère concerne les pages gérées par l'OT. Si l'OT comprend plusieurs BIT, il n'est pas obligatoire de disposer d'un 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. Hors période d'ouverture, le délai de réponse ne peut excéder 24h. Famille QT : Information Communication Coef 9 Rattrapable

*Tests via Messenger Facebook et Instagram le 12/09 - Réponse complète sous 24h (voir contenu en annexes).*

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

Oui     Non     Non Mesuré

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

## STRATEGIE D'ACCUEIL

### Accueil téléphonique

#### 6 - La réponse au téléphone doit être rapide : maximum 4 sonneries

Oui     Non     Non Mesuré

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 des VM OTF/ADN Tourisme. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

*BIT Principal - Le Pont de Monvert*

#### 7 - 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 Mesuré

"Cocher en ""non mesuré"" en absence de pré-décroché. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable"

*Pas de pré-décroché.*

## 8 - L'identité du site doit être précisée dans la formule d'accueil

Oui  Non  Non Mesuré

L'identité du site peut également être éventuellement précisée dans dans le pré-décroché. 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. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

*La formule est toujours la même: " Office de Tourisme des Cévennes au Mont Lozère, XX, bonjour".*

## 9 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Le 24/08 : Lucille répond (10H25). Olivia demande ce qu'il y a à faire sur le weekend depuis Pont de Montvert. La conseillère répond tout de suite qu'il y a pas mal de randonnées à faire sur le secteur. Elle demande d'elle-même s'il y a des enfants et Olivia répond que oui et qu'il a 10 ans. La conseillère propose alors les sentiers d'interprétation du parc des Cévennes. Elle explique qu'on peut se garer à proximité et que ce sont des balades de 1H30 à 2h avec des points d'interprétations de la faune et la flore directement sur place. Elle donne le noms de 2 sentiers d'interprétation et explique comment y aller depuis Pont de Monvert. Elle élargit ensuite en proposant le pont du Tarn et invite à venir à l'office de tourisme pour qu'on leur indique où sont les sorties sur une carte. Olivia rebondit sur les activités sur l'eau et la conseillère explique qu'il y a bien des activités à faire sur l'eau mais un peu plus bas sur le Tarn et elle explique tout de suite que le pass sanitaire n'est pas obligatoire pour le canoé. Olivia parle alors d'accrobranche et la conseillère propose celui de Florac en donnant le nom de Cévennes Evasion et propose de passer la journée par là-bas en conseillant de faire une sortie de kayak à la journée avec pique-nique. Elle explique en détails le fonctionnement de ces sorties avec les navettes. Elle propose enfin de se baigner dans le Tarn au niveau de Pont de Montvert. Avant de finir, la conseillère demande si elle a besoin d'autres choses. La prise de congé est chaleureuse et complète. La réponse est assez rapide et très orientée "randonnée", le questionnement se fait dans un deuxième temps.*

## 10 - La reformulation de la demande par le conseiller est réalisée de manière formelle, claire et précise

Oui  Non  Non Mesuré

La reformulation n'est pas toujours nécessaire pour des questions très simples (ex : demande de plan, horaire). Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*La reformulation est faite pendant l'appel à de nombreuses reprises.*

## 11 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le conseiller élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Elle aborde plusieurs options, bien qu'elle assume que la demande soit pour du Outdoor uniquement.*

## 12 - Le conseiller propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

## 13 - Les conseillers présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins...)

Oui  Non  Non Mesuré

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

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

## 15 - Le conseiller doit pouvoir informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence

Oui  Non  Non Mesuré

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

## 16 - Le conseiller pratique une langue étrangère.

Oui  Non  Non Mesuré

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

*20/08: Morgane - l'anglais est approximatif. Elle introduit des mots français et fait des fautes d'accord. Je fais une demande sur un événement que je vois sur l'agenda (Une sortie randonnée et peinture) - elle a du mal à me comprendre- Elle finit par trouver l'événement dont je parle et me dit que c'est géré par l'OT de Florac et me donne leur numéro. Elle parle lentement et s'assure que j'ai bien compris. Elle me demande si je cherche autre chose avant de prendre congé chaleureusement. L'anglais peut être amélioré mais la communication est possible.*

**17 - Le conseiller pratique au moins deux langues étrangères.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Morgane et Charles parlent allemand.*

**18 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.**

Oui  Non

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

**19 - Le personnel d'accueil assure le même niveau de service au téléphone qu'en face à face**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

L'objectif est de ne pas privilégier l'accueil téléphonique et l'accueil physique l'un par rapport à l'autre. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

**20 - L'OT sépare l'accueil téléphonique de l'accueil physique en période d'affluence**

Oui  Non  Non Mesuré

"Contrôle visuel lors de la visite mystère ou de l'audit complet. Cocher en ""non mesuré"" en l'absence de forte fréquentation observée.. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 1 Rattrapable"

*En été, l'accueil téléphonique est séparé.*

**21 - En cas de recherche trop longue ou d'affluence, le personnel de l'OT doit proposer au correspondant téléphonique de le rappeler ou de lui adresser les informations par écrit**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Pas mesuré sur cet appel - mais on note que la musique d'attente est une musique standard - un message personnalisé pour l'OT serait un plus.*

**22 - Le répondeur téléphonique est mis en fonctionnement pendant les périodes de fermetures**

Oui  Non  Non Mesuré

. Famille Qualité de la prestation. Coef 3 Rattrapable

**23 - Le message est en une langue étrangère a minima**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**24 - L'envoi d'informations correspond précisément à la demande du client**

Oui  Non  Non Mesuré

Les informations et la documentation envoyée 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.). Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

*Le 14 juillet : j'envoie un mail en direct sur l'adresse pour demander des hébergements insolites après de 15 août.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

*La réponse est faite dans la journée.*

**26 - Un accusé de réception est envoyé lors d'une demande de documentation par courriel**

Oui  Non  Non Mesuré

"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 mesuré"" et 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"

**27 - Lors d'une demande d'information en français, la réponse écrite est personnalisée et adaptée.**

Oui  Non

"A la différence du critère n°26 (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 . Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable"

*C'est Lucille qui répond, la réponse est personnalisée (reprise du nom signature etc..) et détaillée. Toutefois, elle m'invite à contacter directement les hébergeurs pour avoir leur disponibilités.*

**28 - Lors d'une demande d'informations en langue étrangère, la réponse est personnalisée, adaptée et dans la langue de la demande.**

Oui  Non

Pas de Non mesuré 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

*Le 09 août, en anglais, via l'adresse e-mail, je demande où je peux faire un test anti covid et le prix. La réponse est faite par Charles dans la journée. Celle-ci est très bien écrite et complète.*

**29 - Lors d'une demande d'informations, la réponse mentionne le logo Qualité Tourisme™ dans la signature.**

Oui  Non  Non Mesuré

Item noté Non mesuré en cas d'adhésion. Le logo est à apposer pour les signatures mail pour les BIT inclus dans le périmètre de labellisation. Contrôle visuel. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

*Pas de logo QT dans les signatures mais en tête de mail.*

## Les abords de l'établissement et la signalétique

**30 - BONUS : L'OT est implanté dans un endroit stratégique**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant

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

*En bord de route, mais sur l'artère principale. L'accès à pied depuis le parking proche peut être difficile.*

**31 - 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 Mesuré

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

*Facile à trouver depuis l'entrée du village.*

**32 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré 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'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Quelques feuilles mortes au sol et un papier.*

**33 - Les abords privatifs de l'établissement sont en bon état.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré possible. Prendre en compte : façades, entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être en bon état. Constat visuel. Il est recommandé de veiller au bon état des abords même si l'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

**34 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont propres.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Si plusieurs enseignes, mesure sur l'ensemble. Constat visuel. Il convient de prendre en compte les enseignes signalant l'office de tourisme (même publiques) : façade et panneaux directionnels. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

*L'enseigne Office de Tourisme au-dessus de la porte est un peu obsolète et fait ancienne.*

**36 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont harmonieuses.**

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel. Coef 1. 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

Pas de Non mesuré 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 Mesuré

Le stationnement à plus de 200 mètres de l'OT n'est recommandé que pour les centres villes piétonniers. Possible non mesuré 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

*Les parkings sont un peu plus loin, certaines zones sont sans trottoir.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré 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 mesuré 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

*Des racks à vélos.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Pénaliser si absence d'action. Constat visuel. Possibilité de rajouter une poubelle et un cendrier dans le cadre du rattrapage. . Coef 1. Famille Confort Propreté Rattrapable

## Les affichages extérieurs

### 41 - La plaque Qualité Tourisme™ est apposée à l'entrée de l'établissement.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Logo autorisé pour les bâtiments classés. L'apposition en façade est recommandée. Possible non mesuré 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, il est affiché les horaires et les périodes d'ouverture, les langues pratiquées, l'ensemble des moyens de paiement acceptés, les numéros d'urgence et un plan de la ville

Oui  Non  Non Mesuré

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 doivent être actualisées quotidiennement en considération des langues effectivement parlées par les conseillers présents. Le cas échéant un plan de la communauté de communes est recommandé. Possible non mesuré 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

*Sur l'affichage principal*

### 43 - Les affichages extérieurs sont soignés, propres et en bon état.

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

La mesure porte sur la qualité de l'affichage (calligraphie soignée, absence de ratures, feuilles non jaunies, feuilles non scotchées, etc.). Non mesuré si absence d'affichage. . Coef 3. Constat visuel. Information Communication Rattrapable

*Dans les plexiglas.*

### 44 - Les affichages extérieurs sont à jour

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence d'affichage. Absence de vitrophanies obsolètes. Constat visuel. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

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

Oui  Non  Non Mesuré

Possible non mesuré 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

*Anglais*

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

Oui  Non

Bonus - Indiquer Non mesuré si réponse négative. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

*Allemand*

## L'espace d'accueil

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant, fond musical discret...Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

*Clair et bien agencé, on y circule facilement.*

### 48 - L'espace d'accueil est bien ordonné et la décoration et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Il ne s'agit pas de juger l'esthétique mais bien de vérifier la cohérence des équipements (Par exemple, absence d'ajouts de présentoirs complètement différents d'année en année). Possibilité de rattrapage sur la cohérence des équipements et la décoration. Constat visuel. Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

### 49 - L'espace d'accueil est propre.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

*Quelques feuilles et cailloux au sol, le tapis est sale.*

### 50 - L'espace d'accueil est en bon état.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Non mesuré possible si pas de signalétique. Par exemple, présentoirs, billetterie et repérage au sein de l'office (en particulier pour les lieux partagés). Possible non mesuré 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

### 52 - 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 Mesuré

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

*La documentation est classée par catégorie et bien agencée.*

## Accueillir et informer

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

Oui     Non     Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

*Lucie porte le badge : elle parle anglais. Les badges sont sombres et parfois durs à lire. Visite le 10/09 à 11h30.*

### 54 - La tenue et la présentation du personnel d'accueil doivent être soignées et propres

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

*Tenue de ville noire.*

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

**56 - Le personnel lors de l'accueil doit être présent, disponible, attentif et abandonner toute tâche administrative dès l'arrivée d'un visiteur**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

*Lorsque je rentre, Lucie est déjà avec quelqu'un mais elle nous salue et s'adresse à nous dès que l'autre visiteur est parti, et après avoir fini de noter des informations sur son ordinateur (elle me fait donc patienter 1 minute).*

**57 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Lors des audits complets, en l'absence de visiteurs permettant d'apprécier ce critère par observation, les auditeur-trices réalise une simulation d'entretien avec un conseiller. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*J'explique que nous venons d'arriver et que nous aimerions une liste d'activités à faire avec le petit par temps de pluie. Lucie commence par nous dire que le temps devrait se maintenir et nous demande si nous voulons et pouvons marcher. Elle nous demande également où nous restons. Elle nous présente alors la carte avec les sentiers d'interprétation proches et faciles à faire. Elle nous demande si nous avons une voiture et si nous sommes d'accord pour faire un peu de route. Je dis que oui. Elle m'explique que parfois, certaines personnes n'aiment pas conduire dans la région. Elle me présente plusieurs alternatives sur le territoire et me parle de deux fermes pédagogiques et de l'exposition au temple sur les femmes pendant la résistance. Je dis que cette dernière activité risque de moins passionner le petit. Je lui demande aussi des conseils pour déjeuner et elle me parle des fermes auberges pour déjeuner et m'en pointe 2 sur la carte. Elle m'invite également à aller plus loin pour le point de vue sur les Cévennes. Elle me donne la carte du territoire, la brochure et le guide gastronomique. J'achète un magazine pour le petit dans la boutique et elle me remercie. Je demande un ticket qu'elle me sort et me remercie également. Avant mon départ, elle me propose le marque-page et me demande de bien vouloir laisser un avis sur ma visite en suivant le QR code. Le départ est chaleureux.*

**58 - La reformulation de la demande par le conseiller en séjour est réalisée de manière formelle, claire et précise**

Oui  Non  Non Mesuré

La reformulation n'est pas toujours nécessaire pour des questions simples (ex : demande de plan, horaire). Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

**59 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le personnel d'accueil élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Elle me parle de plusieurs alternatives d'activités à faire avec les enfants, notamment en extérieur et si conduire ne nous dérange pas.*

**60 - Le personnel d'accueil enregistre les informations de dernière minute concernant les activités touristiques du territoire (fermeture pour travaux, changement d'heures d'ouverture, annulation de manifestation...) et en informe les visiteurs**

Oui  Non  Non Mesuré

Critère à auditer en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère et lors de l'audit complet. L'auditeur vérifie également sur le site internet que l'information concernant les animations soit actualisée. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

**61 - Le personnel d'accueil propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

"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 mesuré" quand la situation ne s'est pas présentée . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable"

**62 - Les agents d'accueil présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins...)**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Elle me donne des indications pour les restaurants.*

**63 - Le personnel d'accueil est en capacité de présenter aux visiteurs les principaux sites et services touristiques de la destination.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**64 - Le personnel d'accueil doit pouvoir informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**65 - BONUS : Les agents d'accueil disposent d'un outil numérique afin de présenter les offres et les services touristiques de la destination.**

Oui  Non

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 mesuré 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

*C'est prévu pour l'année prochaine.*

**66 - Le personnel d'accueil pratique une langue étrangère.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Anglais uniquement*

**67 - Le personnel d'accueil pratique au moins deux langues étrangères.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*La 2eme langue n'est pas systématique.*

**68 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.**

Oui  Non

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

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

"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"

**70 - A la fin de la prestation, le personnel s'assure d'avoir répondu à la demande du client de manière satisfaisante et l'incite à remplir l'outil de recueil de satisfaction.**

Oui  Non  Non Mesuré

L'outil de recueil de satisfaction peut être sur place ou dématérialisé et rempli par la visiteur a posteriori de la visite . Contrôle visuel. . Famille Savoir faire savoir être. Une sollicitation orale ou écrite (affichage, e-mail, autocollant ...) informe le client du recueil de la satisfaction. (cf critère Ecoute client) Coef 3 Non Rattrapable

*Elle propose le marque-page, me demande si j'ai d'autres questions et me propose de remplir le questionnaire.*

**71 - L'OT fournit l'information spécifique relative aux services et structures adaptés à la clientèle en situation de handicap**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Tout est noté sur les documents pour les hébergements et activités.*

## La documentation sur la destination

**72 - Les documents sont traduits en au moins une langue étrangère**

Oui  Non  Non Mesuré

Il s'agit des principaux documents produits par l'OT lui-même ex : guides, cartes (et non de ceux des socio-pros). Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

*En ligne, la brochure destination est uniquement disponible en Français, mais les brochures hébergements restauration et activités sont en allemand et anglais.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Traduire la brochure destination.*

**74 - BONUS : Les documents sont traduits en une troisième langue étrangère correspondant à la fréquentation de la destination**

Oui  Non

BONUS - Non mesuré si réponse négative. Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

**75 - Le personnel doit fournir une information actualisée, qualifiée et complète sur sa destination dans l'intérêt du client.**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

**76 - La charte graphique ou l'identité visuelle sont appliquées à tous ses supports**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

## LES SERVICES COMPLEMENTAIRES DE LA STRUCTURE PRINCIPALE

### La boutique

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente non dédié. L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à présentation des produits (ex : veiller à 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

*Quelques cartons visibles dans les étagères.*

**78 - La gamme de produits est diversifiée.**

Oui  Non  Non Mesuré

"Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Librairie, cartes postales, gadgets, produits enfants etc. Contrôle visuel. Coche en "non mesuré" 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). Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable"

*Au sein du BIT principal, il y a de nombreux livres sur des thématiques très variées et à tous les prix. On peut également acheter des cartes postales et des magnets.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. 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. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable

*Mais la stratégie peut encore évoluer. Il est fortement conseillé de voir à mettre en place une gamme de produits destination locaux, comme des chapeaux, gourdes, t-shirts qui s'adressent à une clientèle randonneur- chic.*

**80 - Sur demande un paquet cadeau est réalisé.**

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Vérifier présence papier cadeau lors du débriefing pour l'audit complet. Une pochette ou un sac kraft fermé peuvent constituer un papier cadeau. Contrôle visuel. Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

**81 - 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 Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Poser une question sur un produit. Evaluer capacité à répondre. Contrôle visuel. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

*Lucie connaît bien sa boutique et ses produits.*

**82 - 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 Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Contrôle visuel. Une personne permanente 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. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

*En anglais*

**83 - 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

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

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

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

*Les prix ne sont pas affichés, il faut retourner les produits pour les trouver.*

**85 - L'origine des produits provenant de producteurs locaux est indiquée**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 3 Rattrapable

**86 - 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 Mesuré

Une personne permanente 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 QT : Savoir faire savoir-être Coef 1 Rattrapable

*C'est Morgane qui est en charge des boutiques.*

**87 - L'OT disposant d'un site internet présente l'espace boutique**

Oui  Non  Non Mesuré

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 QT : Information Communication Coef 1 Rattrapable

*Une page dédiée dans la partie office du tourisme du site internet.*

**88 - Les moyens de paiements sont affichés en évidences à l'intérieur de l'OT**

Oui  Non  Non Mesuré

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

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

Oui  Non  Non Mesuré

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 mesuré dans le cadre d'une visite mystère. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3. Rattrapable

**90 - Les modalités de vente ont été définies (identification du besoin, conseil, réalisation de la vente)\***

Oui  Non  Non Mesuré

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...). Non mesuré dans le cadre d'une visite mystère. Contrôle documentaire. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

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

Oui  Non  Non Mesuré

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, tableau excell...). Non mesuré dans le cadre d'une visite mystère. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

**92 - Une analyse globale des ventes est effectuée au minimum une fois par an\***

Oui  Non  Non Mesuré

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

## L'ECOUTE CLIENT

### Le suivi de l'e-réputation

#### 93 - L'OT prend connaissance des avis des consommateurs 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 d'avis de consommateurs l'OT a désigné et identifié dans sa stratégie de promotion (Tripadvisor, Michelin, Cityvox, Booking, google, OTA, réseaux sociaux, sites réseaux pro ...) et l'interroge sur le contenu des derniers commentaires. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

*TripAdvisor: 4,5/5 ( 22 avis) et Facebook: 5/5 ( 42 avis) . Google my business par BIT : Sainte-Croix Vallée Français: 4,8/5; Saint- Etienne Vallée Française: 3/5; Saint Germain de Calberte: 4,2/5; Le Collet de Dèze: 4,2/5; Vialas: 5/5 et Pont de Montvert: 4,4/5*

#### 94 - L'OT a revendiqué la fiche de son OT sur au moins 2 sites d'avis en ligne

Oui  Non  Non Mesuré

L'auditeur peut constater l'existence de réponses faites par le professionnel sur les 2 sites d'avis en ligne que l'OT a identifié et désigné dans sa stratégie de promotion. Il peut s'agir de 2 sites d'avis en ligne communs pour l'ensemble de l'OT et des BIT dans le cadre d'une gestion centralisée du suivi de la e-réputation de l'OT et non de 2 sites par BIT. Ex : Google, MyBusiness, TripAdvisor, Pages Jaunes, Booking.. D'autres sites que FaceBook sont recommandés car il ne s'agit pas à proprement parler d'un site d'avis en ligne mais davantage d'un réseau social utilisé comme outil de promotion/communication. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

*Sur les deux pages mentionnées et sur chaque page Google my business.*

#### 95 - L'OT exerce son droit de réponse aux avis de consommateurs

Oui  Non  Non Mesuré

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 mesuré 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.

*Mais uniquement sur certains avis. Il est important de répondre à un maximum d'avis et tous les avis de 3 étoiles et moins. On note toutefois l'absence d'avis récents.*

#### 96 - La réponse apportée par l'OT est constructive.

Oui  Non  Non Mesuré

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

#### 97 - 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 DGE, outil d'analyse de l'e-réputation, borne, suivi des avis ou recommandations Facebook, ...Un outil de recueil permet de mesurer la satisfaction client, et de personnaliser les réponses (. Le livre d'or en texte libre net l'utilisation des « pouces levés» sans réponse circonstanciée, ne sont pas un outil de recueil et de mesure). Contrôle visuel. Rattrapable. 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. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

*Le questionnaire de satisfaction est disponible en ligne et dans les offices. De plus, à chaque passage en BIT, le conseiller donne un marque page de la destination avec un QR code vers les réseaux sociaux de l'office.*

#### 98 - Les clients sont informés de l'outil de recueil de la satisfaction

Oui  Non

Une sollicitation orale ou écrite (affichage, e-mail, autocollant ...) informe le client du recueil de la satisfaction. La présence d'un réseau social ( TA, Facebook) sur le site internet du pro, sans préciser qu'il s'agit d'un outil de recueil de la satisfaction ou d'avis ne permet pas de valider le critère. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

*A minima via le site internet, mais également dans l'office.*

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

Oui  Non

L'utilisation régulière du module d'écoute client DGE valide le critère. Le module d'écoute client DGE est l'enquête de satisfaction via un QR code téléchargeable sur la fiche établissement de l'Office sur le portail DGE. 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.

*En anglais*

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

Oui  Non

Bonus- Ne pas pénaliser si non vérifié. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

## Le suivi des réclamations

### 101 - 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. 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. Cette procédure différencie les modalités de traitement et suivi selon que la réclamation porte sur les services proposés par l'Office de Tourisme, ou sur la collectivité ou un prestataire du territoire. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

*Lucie me présente la procédure de suivi des réclamations. Le document est partagé à toute l'équipe à travers un drive.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. 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 mesuré 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'office mais sur la collectivité ou sur un socio-professionnel, il appartient à l'Office : 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 GQL le cas échéant. Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

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

Oui  Non  Non Mesuré

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. 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 Réclamations sur OT et sur socio-pro. Non mesuré 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.

*Il existe également des fiches de suggestions qui sont retransmises aux organismes dédiés.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. 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 mesuré 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 Réclamations sur OT et sur socio-pro. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

## DEVELOPPEMENT DURABLE

### Les actions liées au développement durable

#### 105 - Le personnel de l'OT réalise un ensemble de gestes courants pour économiser l'énergie et l'eau

Oui  Non  Non Mesuré

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 Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

*Pas d'eau chaude dans les antennes et l'éclairage est en LED partout. Le papier est traité en brouillon. Une note de service est partagé sur l'ensemble des équipes sur les actions à faire et catégorisée per secteurs.*

#### 106 - Le tri des déchets est réalisé si existant sur le territoire

Oui  Non  Non Mesuré

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 Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

#### 107 - Dans son fonctionnement interne, les impressions se font de manière raisonnée

Oui  Non  Non Mesuré

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. Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

#### 108 - Le développement durable est pris en compte dans les actions et le fonctionnement de l'OT

Oui  Non  Non Mesuré

Obligation de formuler ses engagements DD. Il est recommandé que les engagements Développement durable aillent au-delà des écogestes précisés plus haut et d'intégrer ces engagements dans la stratégie ou le plan d'actions annuel. Audité lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing si audité en visite mystère. 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. Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Non Rattrapable

**109 - En cas d'acquisition d'équipement, l'OT favorise systématiquement l'achat d'équipements économes en énergie et économes en eau**

Oui  Non  Non Mesuré

Audité lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing si audité en visite mystère. Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

*Lucie me dit que pour l'instant, il y a un ratio prix/consommation qui est calculé et donc pas toujours en faveur de l'environnement.*

**110 - L'OT a une politique d'achat favorisant des produits ayant obtenu un label ou une certification environnementale ou éthique\***

Oui  Non  Non Mesuré

Audité lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing si audité en visite mystère. Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

*Notamment pour le papier et ils font attention pour la brochure et les produits d'entretien.*

## Les informations liées au développement durable

**111 - L'OT informe précisément (ex. : oral, site internet, brochure, etc....) sur les moyens de se rendre et de circuler sur le territoire un utilisant les transports en commun ou en utilisant toute autre forme de circulations douces.**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Rattrapable

*Sur la brochure, une liste de différents moyens pour se rendre sur le territoire.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet ou les brochures téléchargeables. Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Rattrapable

*Il y a une catégorie "tourisme durable" sur le site.*

**113 - 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... Cette information se fait en collaboration avec les autres acteurs territoriaux engagés dans la protection de l'environnement (Parcs, ...)**

Oui  Non  Non Mesuré

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet, les brochures téléchargeables et sur site (flyers, posters, totems...). Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Rattrapable

*Dans la brochure destination et à travers la mise en avant du parc des Cévennes.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet, les brochures téléchargeables et sur site (flyers, posters, totems...) Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Rattrapable

**115 - Les éditions sont réalisées par un imprimeur ayant obtenu un label ou une certification environnementale ou sur des papiers éco-labellisés**

Oui  Non  Non Mesuré

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer en dévoilé avant le débriefing. Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Non Rattrapable

*Ce n'est pas noté sur les brochures mais après vérification de facture, cela se fait.*

## PROMOTION QUALITE TOURISME

### Promotion Qualité Tourisme

**116 - 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**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Sur le site internet et sur la documentation papier.*

**117 - Dès l'obtention de la Marque Qualité et pendant toute la période d'attribution: le logo QUALITE TOURISME est présent sur les supports papier et sur le site internet**

Oui  Non  Non Mesuré

Critère applicable après l'obtention de la Marque. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

**118 - La démarche Qualité Tourisme™ est explicitée sur le site internet ou il existe un lien vers le site de Qualité Tourisme™.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**119 - Les prestataires Qualité Tourisme sont identifiés parmi l'offre du territoire**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*La liste des prestataires marqués est disponibles sous la page Qualité de l'office.*

**120 - BONUS : Il existe au moins 3 établissements marqués Qualité Tourisme sur le territoire de compétence**

Oui  Non

A auditer en adhésion et en renouvellement. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

**121 - L'OT sensibilise les socioprofessionnels / partenaires aux démarches qualité de leurs filières ainsi qu'aux démarches de développement durable\***

Oui  Non  Non Mesuré

A auditer en adhésion et en renouvellement. Non mesuré possible pendant la visite mystère. Famille QT : Développement Durable Coef 1 Rattrapable

*Partage toutes les formations liées au parc.*

**122 - L'OT sensibilise les socioprofessionnels à la Marque Qualité Tourisme\***

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Partage les formations d'ADN Tourisme et de La CCI.*

## BIT Secondaire N°1

### *NOM BIT Secondaire N°1*

**123 - Nom du BIT Secondaire N°1**

Oui  Non  Non Mesuré

Indiquer le nom du BIT

*Le Collet de Dèze*

### *Accueil téléphonique BIT Secondaire N°1*

**124 - La réponse au téléphone doit être rapide : maximum 4 sonneries**

Oui  Non  Non Mesuré

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 des VM OTF/ADN Tourisme. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

**125 - 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 Mesuré

" Cocher en ""non mesuré"" en absence de pré-décroché. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable"

**126 - L'identité du site doit être précisée dans la formule d'accueil**

Oui  Non  Non Mesuré

L'identité du site peut également être éventuellement précisée dans dans le pré-décroché. 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. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

*cf BIT Principal*

**127 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*06/09: C'est Lucie qui répond. J'explique qu'on arrive mercredi et que j'aimerais savoir s'il y a des choses à faire. Elle me propose de faire de la randonnée. Elle me demande si ça pourrait me plaire et je dis que je suis avec ma mère et qu'elle ne marche mais pas beaucoup. Elle me propose*

alors les sentiers d'interprétation. Je demande si c'est loin et elle me demande si nous sommes véhiculées. Elle m'explique alors que tout est à peu près à 20 kms de mon lieu de séjour. Elle s'assure que j'ai un hébergement et commence à me parler d'activités à faire comme les grottes, un peu de baignades bien que cela se soit rafraîchi etc.. elle me demande également la distance que je suis prête à faire en voiture depuis mon lieu de séjour. J'explique qu'une heure sera le maximum car je suis également avec un enfant. Elle me demande alors son âge et me propose de m'envoyer par e-mail une liste d'activités à faire à moins d'une heure de Collet avec un enfant et une personne âgée. Je lui demande alors la météo sur cette fin de semaine et elle regarde pour moi, ce que j'apprécie. Elle m'annonce qu'il va surement pleuvoir jeudi et vendredi. Elle me dit qu'elle va donc m'envoyer des activités abritées à faire entre jeudi et vendredi et me conseille la randonnée sur le weekend. Elle prend ensuite mes coordonnées mail et mon nom et me recapitule ce qu'elle va m'envoyer. La prise de congé est chaleureuse.

## 128 - La reformulation de la demande par le conseiller est réalisée de manière formelle, claire et précise

Oui  Non  Non Mesuré

La reformulation n'est pas toujours nécessaire pour des questions très simples (ex : demande de plan, horaire). Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

La reformulation, notamment des coordonnées et des éléments envoyés, est très bonne.

## 129 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le conseiller élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

## 130 - Le conseiller propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

Quand elle s'aperçoit que la météo n'est pas au beau fixe, elle me propose de m'envoyer une liste d'activités à faire en intérieur.

## 131 - Les conseillers présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins...)

Oui  Non  Non Mesuré

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

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

## 133 - Le conseiller doit pouvoir informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence

Oui  Non  Non Mesuré

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

## 134 - Le conseiller pratique une langue étrangère.

Oui  Non  Non Mesuré

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

19/08: C'est Léa qui répond - l'anglais est plutôt bon - Je demande le marché le plus près de Collet. Elle reprend le nom du lieu et cherche depuis là où l'on est. Elle fait la recherche pour nous. Son anglais est bon et elle me donne les informations nécessaires sur plusieurs marchés.

## 135 - Le conseiller pratique au moins deux langues étrangères.

Oui  Non  Non Mesuré

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

Uniquement anglais, allemand occasionnellement.

## 136 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.

Oui  Non

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

## 137 - Le personnel d'accueil assure le même niveau de service au téléphone qu'en face à face

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

L'objectif est de ne pas privilégier l'accueil téléphonique et l'accueil physique l'un par rapport à l'autre. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

**138 - L'OT sépare l'accueil téléphonique de l'accueil physique en période d'affluence**

Oui  Non  Non Mesuré

"Contrôle visuel lors de la visite mystère ou de l'audit complet. Cocher en ""non mesuré"" en l'absence de forte fréquentation observée.. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 1 Rattrapable"

**139 - En cas de recherche trop longue ou d'affluence, le personnel de l'OT doit proposer au correspondant téléphonique de le rappeler ou de lui adresser les informations par écrit**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Elle me propose des informations écrites pour les jours de pluie.*

**140 - Le répondeur téléphonique est mis en fonctionnement pendant les périodes de fermetures**

Oui  Non  Non Mesuré

. Famille Qualité de la prestation. Coef 3 Rattrapable

**141 - Le message est en une langue étrangère a minima**

Oui  Non  Non Mesuré

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 BIT Secondaire N°1

**142 - L'envoi d'informations correspond précisément à la demande du client**

Oui  Non  Non Mesuré

Les informations et la documentation envoyée 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.). Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

*Le 9 août via le formulaire de contact : je reçois d'abord un accusé de réception puis dans la journée une réponse personnalisée et complète signée par Lucie. Je demande s'il faut un pass sanitaire dans les hébergements pour notre séjour. Lucie me répond que non puis va plus loin en me mettant le lien vers la page "Covid" du site. Enfin, elle m'invite à venir à l'office pendant mon séjour avec les horaires d'ouverture.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Voir détail dans les annexes.*

**144 - Un accusé de réception est envoyé lors d'une demande de documentation par courriel**

Oui  Non  Non Mesuré

"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 mesuré"" et 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"

**145 - Lors d'une demande d'information en français, la réponse écrite est personnalisée et adaptée.**

Oui  Non

"A la différence du critère n°26 (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 . Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable"

*Attention, il n'y a pas de reprise de nom du client.*

**146 - Lors d'une demande d'informations en langue étrangère, la réponse est personnalisée, adaptée et dans la langue de la demande.**

Oui  Non

Pas de Non mesuré 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

*Le 08 septembre: réponse de Lucille sur les choses à faire au Collet de Dezet sous la pluie. La réponse est personnalisée, adaptée et complète. Toutefois attention parfois à la typographie qui change.*

**147 - Lors d'une demande d'informations, la réponse mentionne le logo Qualité Tourisme™ dans la signature.**

Oui  Non  Non Mesuré

Item noté Non mesuré en cas d'adhésion. Le logo est à apposer pour les signatures mail pour les BIT inclus dans le périmètre de labellisation. Contrôle visuel . Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

## Les abords de l'établissement et la signalétique BIT Secondaire N°1

### 148 - BONUS : L'OT est implanté dans un endroit stratégique

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

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

*Sur la route principale à l'entrée de la ville.*

### 149 - 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 Mesuré

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

*Un "I" en entrant dans le village signale la présence de l'office, mais un fléchage complémentaire depuis le parking par exemple serait un plus.*

### 150 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré 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'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Quelques feuilles au sol.*

### 151 - Les abords privatifs de l'établissement sont en bon état.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré possible. Prendre en compte : façades, entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être en bon état. Constat visuel. Il est recommandé de veiller au bon état des abords même si l'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Les gaines en plastique le long du mur pourraient être cachées.*

### 152 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont propres.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

*La porte est un peu sale au niveau de la poignée.*

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Si plusieurs enseignes, mesure sur l'ensemble. Constat visuel. Il convient de prendre en compte les enseignes signalant l'office de tourisme (même publiques) : façade et panneaux directionnels. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

### 154 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont harmonieuses.

Oui     Non     Non Mesuré

Constat visuel. Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

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

Oui     Non

Pas de Non mesuré 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

*Des géraniums.*

## Le parking et les extérieurs privatifs BIT Secondaire N°1 (si existants)

### 156 - 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 Mesuré

Le stationnement à plus de 200 mètres de l'OT n'est recommandé que pour les centres villes piétonniers. Possible non mesuré 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

*Un parking en face en contrebas de la route.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré 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 mesuré 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

*Pas de racks à vélo observé sur ce BIT mais un emplacement réservé aux motos.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Pénaliser si absence d'action. Constat visuel. . Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

## Les affichages extérieurs BIT Secondaire N°1

**159 - La plaque Qualité Tourisme™ est apposée à l'entrée de l'établissement.**

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Logo autorisé pour les bâtiments classés. L'apposition en façade est recommandée. Possible non mesuré 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

**160 - A minima, il est affiché les horaires et les périodes d'ouverture, les langues pratiquées, l'ensemble des moyens de paiement acceptés, les numéros d'urgence et un plan de la ville**

Oui  Non  Non Mesuré

Actualisation des plaques de classement. Tous types d'affichage. Constat visuel. . Coef 1. Famille Information Communication Rattrapable

*Tout est dans la vitrine extérieure.*

**161 - Les affichages extérieurs sont soignés, propres et en bon état.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

La mesure porte sur la qualité de l'affichage (calligraphie soignée, absence de ratures, feuilles non jaunies, feuilles non scotchées, etc.). Non mesuré si absence d'affichage. Constat visuel. . Coef 3. Information Communication Rattrapable

*Sur feuille A4 mais dans la vitrine sur le mur.*

**162 - Les affichages extérieurs sont à jour**

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence d'affichage. Absence de vitrophanies obsolètes. Constat visuel. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

**163 - Les affichages extérieurs sont traduits dans une langue étrangère au moins**

Oui  Non  Non Mesuré

Possible non mesuré 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

*Anglais*

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

Oui  Non

Bonus - Indiquer Non mesuré si réponse négative. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

*En allemand*

## L'espace d'accueil BIT Secondaire N°1

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant, fond musical discret... Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

*La porte d'entrée est dure à ouvrir ce qui peut mettre en difficulté certains visiteurs.*

**166 - L'espace d'accueil est bien ordonné et la décoration et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux.**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Il ne s'agit pas de juger l'esthétique mais bien de vérifier la cohérence des équipements (Par exemple, absence d'ajouts de présentoirs complètement différents d'année en année). Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

*On peut voir les fils électriques de la partie ordinateur au sol.*

**167 - L'espace d'accueil est propre.**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

*Quelques traces au sol devant l'entrée.*

**168 - L'espace d'accueil est en bon état.**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Non mesuré possible si pas de signalétique. Par exemple, présentoirs, billetterie et repérage au sein de l'office (en particulier pour les lieux partagés). Possible non mesuré 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

**170 - 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 Mesuré

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

## Accueillir et informer BIT Secondaire N°1

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

Oui     Non     Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

*C'est Morgane qui m'ouvre et qui m'accueille, elle porte son badge. Visite le 09/09 vers 15h.*

**172 - La tenue et la présentation du personnel d'accueil doivent être soignées et propres**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

*Tenue de ville très propre*

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

**174 - Le personnel lors de l'accueil doit être présent, disponible, attentif et abandonner toute tâche administrative dès l'arrivée d'un visiteur**

Oui     Non     Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

*Elle m'accueille tout de suite.*

**175 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Lors des audits complets, en l'absence de visiteurs permettant d'apprécier ce critère par observation, les auditeurs réalisent une simulation d'entretien avec un conseiller. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*J'explique que nous venons d'arriver pour le weekend et qu'il ne fait pas beau demain. J'aimerais des idées pour nous occuper. Elle commence par confirmer avec sympathie le fait qu'il ne va pas faire beau demain, mais essaye de me rassurer en me disant qu'aujourd'hui le temps s'est maintenu et que donc, il est possible que cela soit potable le lendemain. Puis elle me demande si j'ai des enfants et où je loge. Je répond que j'ai un enfant de 2 ans et que nous sommes sur Le Collet de Dèze. Elle me répond qu'il est petit mais qu'elle peut me conseiller le musée de la mine qui va être l'activité intérieure la plus proche. Elle prend une carte et me situe dessus, avant de m'indiquer avec un stylo le musée de la mine. Puis*

elle me parle également du parc à Dinosaur, et me dit qu'il faut qu'elle vérifie les horaires. Elle me pointe ensuite sur la carte les activités à faire sur Saint Jean du Gard, tout en m'expliquant bien que c'est au moins à une heure de route. Elle passe ensuite derrière son desk et vérifie pour moi les horaires du parc à Dinosaur et m'annonce qu'il est malheureusement fermé le vendredi. Elle me rassure encore une fois sur la météo et me demande ce que j'avais prévu initialement. Je lui parle des sentiers d'interprétation et elle me confirme mon choix et m'indique les plus proches. Elle me demande ensuite si je veux d'autres renseignements et je lui demande une idée de restaurant pour le soir même. Elle me tend la carte du restaurant La source, puis me dit qu'elle va tout de même les appeler pour vérifier leurs horaires. Pendant qu'elle téléphone, je fais le tour de la boutique et des documents papiers. Puis elle m'annonce que malheureusement ils ne sont ouverts que le midi ou le samedi soir et me propose alors d'autres restaurants en me tendant le guide gastronomique. Elle m'en pointe notamment un à proximité où la vue est intéressante. Elle me demande si de nouveau j'ai besoin d'autres choses et je lui demande un conseil pour une station essence. Là encore elle me pointe celle à l'entrée de la ville mais m'indique qu'elle est chère et qu'il est préférable d'aller à Florac ou à côté du musée de la mine. Enfin je lui achète le livre de la boutique et demande un ticket et elle me demande si je veux un ticket ou une facture. Je demande un ticket qu'elle me sort et je la remercie avant de partir. Elle m'invite à revenir si nécessaire et me tend en partant la documentation ainsi que le marque page en m'expliquant que je peux aller sur le site pour d'autres infos et suivre le QR code pour donner un avis si je le souhaite. Je la remercie et repart.

**176 - La reformulation de la demande par le conseiller en séjour est réalisée de manière formelle, claire et précise**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Elle mentionne plusieurs fois que j'ai un enfant.*

**177 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le personnel d'accueil élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

**178 - Le personnel d'accueil enregistre les informations de dernière minute concernant les activités touristiques du territoire (fermeture pour travaux, changement d'heures d'ouverture, annulation de manifestation...) et en informe les visiteurs**

Oui  Non  Non Mesuré

Critère à auditer en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère et lors de l'audit complet. L'auditeur vérifie également sur le site internet que l'information concernant les animations soit actualisée. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

*Elle n'hésite pas à téléphoner pour s'assurer des horaires.*

**179 - Le personnel d'accueil propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

"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 mesuré" quand la situation ne s'est pas présentée . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable"

*Elle me propose d'autres restaurants et activités.*

**180 - Les agents d'accueil présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins...)**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**181 - Le personnel d'accueil est en capacité de présenter aux visiteurs les principaux sites et services touristiques de la destination.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**182 - Le personnel d'accueil doit pouvoir informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**183 - BONUS : Les agents d'accueil disposent d'un outil numérique afin de présenter les offres et les services touristiques de la destination.**

Oui  Non

Contrôle visuel. . Famille Information Communication. Coef 3 Rattrapable

**184 - Le personnel d'accueil pratique une langue étrangère.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Anglais*

### 185 - Le personnel d'accueil pratique au moins deux langues étrangères.

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Allemand mais seulement de manière occasionnelle.*

### 186 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.

Oui  Non

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

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

"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"

### 188 - A la fin de la prestation, le personnel s'assure d'avoir répondu à la demande du client de manière satisfaisante et l'incite à remplir l'outil de recueil de satisfaction.

Oui  Non  Non Mesuré

L'outil de recueil de satisfaction peut être sur place ou dématérialisé et rempli par la visiteur a posteriori de la visite . Contrôle visuel. . Famille Savoir faire savoir être. Une sollicitation orale ou écrite (affichage, e-mail, autocollant ...) informe le client du recueil de la satisfaction. (cf critère Ecoute client) Coef 3 Non Rattrapable

### 189 - L'OT fournit l'information spécifique relative aux services et structures adaptés à la clientèle en situation de handicap

Oui  Non  Non Mesuré

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

## La documentation sur la destination BIT Secondaire N°1

### 190 - Les documents sont traduits en au moins une langue étrangère

Oui  Non  Non Mesuré

Il s'agit des principaux documents produits par l'OT lui-même ex : guides, cartes (et non de ceux des socio-pros). Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

*Même documentation que pour le BIT principal*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

### 192 - BONUS : Les documents sont traduits en une troisième langue étrangère correspondant à la fréquentation de la destination

Oui  Non

BONUS - Non mesuré si réponse négative. Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

### 193 - Le personnel doit fournir une information actualisée, qualifiée et complète sur sa destination dans l'intérêt du client.

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

### 194 - La charte graphique ou l'identité visuelle sont appliquées à tous ses supports

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

## La boutique BIT Secondaire N°1

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente non dédié. L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à présentation des produits (ex : veiller à 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

*C'est une simple étagère qui n'est pas forcément mise en avant.*

## 196 - La gamme de produits est diversifiée.

Oui  Non  Non Mesuré

"Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Librairie, cartes postales, gadgets, produits enfants etc. Contrôle visuel. Coche en "non mesuré" 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). Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable"

*Ce sont essentiellement des livres sur la région.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. 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 . Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable

*Il y a des livres de 6 à plusieurs dizaines d'euros.*

## 198 - Sur demande un paquet cadeau est réalisé.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Vérifier présence papier cadeau lors du débriefing pour l'audit complet. Une pochette ou un sac kraft fermé peuvent constituer un papier cadeau. Contrôle visuel . Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

## 199 - 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 Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Poser une question sur un produit. Evaluer capacité à répondre. Contrôle visuel . Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

*Une conseillère pour la boutique et le BIT*

## 200 - 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 Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Contrôle visuel . Une personne permanente 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. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

## 201 - 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

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

*Morgane parle également allemand*

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

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

*Une mise en scène est nécessaire pour les mettre en valeur.*

## 203 - L'origine des produits provenant de producteurs locaux est indiquée

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 3 Rattrapable

## 204 - 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 Mesuré

Famille QT : Savoir faire savoir-être Coef 1 Non Rattrapable

*Morgane est en charge des boutiques des BIT.*

## 205 - L'OT disposant d'un site internet présente l'espace boutique

Oui  Non  Non Mesuré

Il s'agit de présenter à 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 QT : Information Communication Coef 1 Rattrapable

*Elles sont présentées sur le site internet de l'office.*

### 206 - Les moyens de paiements sont affichés en évidences à l'intérieur de l'OT

Oui  Non  Non Mesuré

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

## Distanciation physique BIT Secondaire N°1

### 207 - Il est recommandé qu'une invitation à télécharger l'application « Tous anti-covid » soit présente

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

### 208 - Il est recommandé d'encourager l'activation de l'application «Tous AntiCovid»lors de l'entrée dans l'établissement.

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

## Gestes barrière client BIT Secondaire N°1

### 209 - Les règles de distanciation physique (1m entre chaque groupe) sont rappelées et respectées tout au long du parcours client.

Oui  Non  Non Mesuré

Pour les hébergements ( dans les zones de regroupement) ou la restauration, les parcs de loisir, port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Lorsque cela est pertinent, notamment sur les lieux d'accueil ( réception ) des barrières physiques additionnelles sont installées (vitres, cloisons temporaires...) pour réduire les flux de circulation d'air et les contacts directs.

### 210 - Respecter une distance physique de 2 mètres en milieu clos et en extérieur (hors personnes d'un même foyer) lorsque le port du masque n'est pas possible. Une distanciation physique d'un mètre doit être respectée en tout lieu et en toute circonstance.

Oui  Non  Non Mesuré

Pour les hébergements ( dans les zones de regroupement) ou la restauration, les parcs de loisir, port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Lorsque cela est pertinent, notamment sur les lieux d'accueil ( réception ) des barrières physiques additionnelles sont installées (vitres, cloisons temporaires...) pour réduire les flux de circulation d'air et les contacts directs.

### 211 - Les clients portent un masque dans les espaces intérieurs

Oui  Non  Non Mesuré

Toute personne de onze ans ou plus ( fortement recommandé à partir de 6 ans ). Les personnes portent un masque grand public dans les espaces intérieurs, où il y a des possibilités de regroupement. Respecter une distance physique de 2 mètres en milieu clos et en extérieur (hors personnes d'un même foyer) lorsque le port du masque n'est pas possible. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Pour l'HPA, les RT, les VV, attention spécifique pour les activités de loisir et les animations. Pour l'HPA attention spécifique équipements collectifs pour la vaisselle attente aux sanitaires, etc.).

### 212 - Le personnel porte un masque .

Oui  Non  Non Mesuré

Dans tous les cas de risque de rupture des règles de distanciation physique sauf dispositif physique type pareflex à l'accueil par exemple. Restauration: port du masque obligatoire pour le service et pas de gants.

### 213 - Du gel hydro alcoolique ou toute autre solution désinfectante est mise à disposition du public de façon visible et sont positionnés aux endroits stratégiques de l'établissement

Oui  Non  Non Mesuré

Preuve visuelle de la mise en place des solutions désinfectantes + pertinence de leur localisation. Présence d'un mot d'information demandant au client de signaler la rupture de stock de gel hydroalcoolique ou équivalent (ex: fin du flacon...) . Pour les sorties nature, le gel est proposé au départ de la sortie. . Pour la restauration sur les tables Pour le LDV : tout au long du parcours de visite et renforcés aux endroits nécessaires (entrées et sorties des attractions et des lieux de spectacles, par exemple).

### 214 - Le mode de paiement sans contact est privilégié,

Oui  Non  Non Mesuré

Tout mode de paiement sans contact (pré-paiement, virement, cartes bancaires, téléphone...) est privilégié, pour cela une communication explicite est affichée ou des consignes orales sont formulées. Présence affichette . Pour Hôtellerie/HPA/RT/VV la remise de la facture et la signature dématérialisées sont privilégiées

### 215 - Il est recommandé que les objets pouvant être touchés par plusieurs personnes ne soient pas mis à disposition du client ou fassent l'objet d'une désinfection après chaque utilisation

Oui  Non  Non Mesuré

" Ex dans les hébergements : livres, jeux, journaux, dépliants réutilisables, stylos à l'accueil, ordinateurs en libre-service, etc.). Ex dans la restauration : livres, jeux, journaux, salières, etc (sauf éléments partagés au sein du même table : carafe, panier...).Le sel ou le poivre peuvent être proposés en sachets unitaires . Ex : dans les Lieux de visite et OT : supprimer les supports de médiation partagés (numériques et papier) et audioguides susceptibles de passer de mains en mains ou, si leur maintien est prévu, prévoir de les désinfecter après chaque utilisation ; Dans les caveaux : ne pas toucher les cuves, les bouteilles, les crachoirs et ne pas manipuler inutilement les produits ou le mobilier. Inviter à consulter les informations que l'établissement leur met à disposition (affichettes, etc). Si l'établissement a l'habitude de demander aux clients de remplir un livre d'or ou un questionnaire, remplacer les supports papier par un questionnaire informatique à envoyer par mail. Non applicable aux produits de la boutique."

## Gestion des flux BIT Secondaire N°1

### 216 - Si l'accès à la documentation en libre-service (supports de médiation papier, brochures touristiques...) est maintenu, il est organisé

Oui  Non  Non Mesuré

Des solutions alternatives au libre-service sont privilégiées (QRcode, renvoi vers des documents dématérialisés...). Pour la documentation à disposition en libre-service, il est conseillé d'apposer un autocollant ou une affiche 'Brochure touchée, brochure emportée'. Dans le cas de maintien de supports papier leur évacuation est organisée (poubelle à pédales). Pour les OT : limiter la documentation à disposition, imprimer à la demande, envoyer les liens dématérialisés des documents des pros...

### 217 - Un plan de circulation pour limiter les croisements et respecter les distances de sécurité, (marquage au sol, mural, sur les sièges...), est établi et matérialisé.

Oui  Non  Non Mesuré

Des plans de circulation doivent ainsi être mis en œuvre pour garantir le respect de la distanciation physique minimaleY compris dans les files d'attente susceptibles de se former à l'intérieur et à l'extérieur de l'établissement., que ce soit dans des lieux clos et exigus ou dans des espaces ouverts, mais sous une forme incitative plus que contraignante (fluidifier plutôt que ralentir). Inciter le public à privilégier les escaliers aux ascenseurs lorsque cela est possible. Non mesuré possible pour les petites surfaces déportant leur accueil à l'extérieur.

### 218 - Espaces d'attente : réduction/suppression des espaces d'attente ou réduction du nombre de places assises, de manière à ce que les distances entre individus soient respectées

Oui  Non  Non Mesuré

### 219 - Dès que possible, les flux entrées et sorties des clients et/ou marque de sens de circulation à l'intérieur des établissements (couloirs, allées...) sont séparés

Oui  Non  Non Mesuré

## Gestion des flux - Visite guidée BIT Secondaire N°1

### 220 - Les visites guidées en espace intérieur et extérieur sont limitées à 10 personnes maximum sauf si elles sont réalisées par un guide détenteur d'une carte professionnelle de guide conférencier. A partir du 30 juin, la taille du groupe n'est plus limitée.

Oui  Non  Non Mesuré

Le guide et les visiteurs portent un masque grand public. Par ailleurs, calibrage de la taille des groupes de façon à pouvoir respecter la distanciation physique et régulation de la fréquentation (limiter les départs toutes les X minutes).

## Respect des consignes BIT Secondaire N°1

### 221 - Le personnel de l'établissement s'assure que les règles et les bonnes pratiques définies sont bien respectées par les clients

Oui  Non  Non Mesuré

En cas de non respect, le personnel rappelle les consignes aux personnes concernées et s'assurent de leur bonne application avec bienveillance et pédagogie. Pour les LDV, si la visite est libre, poster du personnel sur le parcours pour veiller au respect des consignes par les visiteurs, lorsque cela est possible.

## Adaptation de l'offre Réaménagement & restrictions d'activité BIT Secondaire N°1

### 222 - Le fonctionnement des fontaines à eau, les machines à cafés, distributeurs de boissons, équipements libres service destinées au public est suspendu .

Oui  Non  Non Mesuré

Les mini-bars sont temporairement suspendus de préférence

### 223 - Les activités ou les espaces qui ne pourraient pas faire l'objet de mesures de prévention sont suspendus/fermés temporairement

Oui  Non  Non Mesuré

Ex : (banquettes et fauteuils dans les lobbys et accueils, aire de jeux pour enfants dans les hôtels, salles communes exigües, etc.). Pour les parcs d'attraction retrait des mascottes du site lorsque aucune solution ne permet de respecter les distances de sécurité.

### 224 - La vente de produits est adaptée par un aménagement des différents services du site afin de répondre aux exigences des mesures de prévention et de mesures barrière : réorganisation de la vente de produits de restauration et de snacking, aménagement de la vente de produits dans les boutiques, etc.

Oui  Non  Non Mesuré

Ex: Adaptation de l'offre des produits, notamment pour les produits vendus en vrac (arrêt des bonbons en vrac ou solution alternative, par exemple en assurant le service des produits par un opérateur ou la distribution de gants jetables à usage unique pour les visiteurs).

### 225 - Les parcours et les modalités des activités (visites guidées, ateliers pédagogiques...) sont modifiées si nécessaire pour prévenir tout risque de promiscuité.

Oui  Non  Non Mesuré

\*Pour les LDV : Les activités d'éducation artistique et culturelle sont possibles, sous réserve qu'elles puissent se faire dans des conditions sanitaires satisfaisantes pour les animateurs et les publics ; Le port du masque « grand public » est préconisé pour les personnes appelées à intervenir devant des groupes."

**226 - Les bornes tactiles interactives ne sont plus accessibles au public, si elles sont maintenues un protocole de nettoyage et de désinfection spécifique est mis en place.**

Oui  Non  Non Mesuré

Exemple : un nettoyage périodique. Il est également possible de mettre à disposition des lingettes (prévoir alors le dispositif d'élimination) ou une solution hydroalcoolique. Exemple : prévoir un nettoyage périodique des bornes. Il est également possible de mettre à disposition des visiteurs des lingettes (prévoir le dispositif d'élimination dans ce cas) ou du gel hydroalcoolique. En cas d'arrêt, mettre en place un affichage précisant l'arrêt volontaire pour des raisons d'hygiène

## BIT Secondaire N°2

### NOM BIT Secondaire N°2

**227 - Nom du BIT N°2**

Oui  Non  Non Mesuré

Indiquer le nom du BIT

*Saint Etienne-Vallée Française*

### Accueil téléphonique BIT Secondaire N°2

**228 - La réponse au téléphone doit être rapide : maximum 4 sonneries**

Oui  Non  Non Mesuré

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 des VM OTF/ADN Tourisme. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

**229 - 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 Mesuré

" Cocher en ""non mesuré"" en absence de pré-décroché. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable"

**230 - L'identité du site doit être précisée dans la formule d'accueil**

Oui  Non  Non Mesuré

L'identité du site peut également être éventuellement précisée dans dans le pré-décroché. 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. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

*Il est difficile d'entendre le nom de la conseillère.*

**231 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*16/08: Appel réalisé par Natacha. Elle demande ce qu'il y a à faire sur le village. Elle conseille la baignade à la cascade et des randonnées et la visite du cœur du village. Natacha dit qu'elle a noté qu'il y avait un château. La conseillère explique que seuls les jardins sont visitables car c'est un hôtel. Natacha revient sur la cascade et la conseillère explique où se garer et comment descendre pour aller se baigner. La conseillère propose de nouveau la visite du centre du village et invite à passer à l'office pour récupérer les plans du centre du village. Elle propose de les envoyer en papier ou par e-mail. Natacha demande si c'est possible de faire un envoi par courrier et demande l'horaire d'ouverture de l'office. Elle propose de vérifier si c'est ouvert le weekend. Natacha demande alors si les randonnées sont accessibles aux enfants, la conseillère conseille de voir en fonction de la chaleur. Elle recherche de nouveaux horaires mais ne peut pas les donner exactement. Elle récapitule ce qu'elle va mettre dans le courrier et prend les coordonnées pour l'envoi. Elle l'a remercié pour cette information. La prise de congé est chaleureuse. Il n'y a pas d'élargissement du conseil et les questions sont proposées par Natacha.*

**232 - La reformulation de la demande par le conseiller est réalisée de manière formelle, claire et précise**

Oui  Non  Non Mesuré

La reformulation n'est pas toujours nécessaire pour des questions très simples (ex : demande de plan, horaire). Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Elle récapitule bien les informations et l'envoi.*

**233 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le conseiller élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*La conseillère se contente de répondre aux questions de son interlocutrice.*

**234 - Le conseiller propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

**235 - Les conseillers présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins...)**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Elle n'arrive pas à trouver les horaires de l'office local sur le weekend.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

**237 - Le conseiller doit pouvoir informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**238 - Le conseiller pratique une langue étrangère.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*24/08: Léa - Je demande un cinéma où l'on peut voir un film en anglais depuis Saint Etienne. Elle me dit qu'il y a des projections mais pas en anglais. J'insiste, elle fait une petite recherche mais ne trouve rien. Elle me propose de faire une recherche et de me rappeler ou m'envoyer un mail. Elle prend mon mail et le répète. Elle reformule clairement ma demande et elle aimerait savoir si j'ai besoin d'autres choses. Je demande des activités Indoor sans parler français. Elle me propose de me refaire un mail avec ces informations et m'invite à rappeler si besoin.*

**239 - Le conseiller pratique au moins deux langues étrangères.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Anglais uniquement*

**240 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.**

Oui  Non

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

**241 - Le personnel d'accueil assure le même niveau de service au téléphone qu'en face à face**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

L'objectif est de ne pas privilégier l'accueil téléphonique et l'accueil physique l'un par rapport à l'autre. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

**242 - L'OT sépare l'accueil téléphonique de l'accueil physique en période d'affluence**

Oui  Non  Non Mesuré

"Contrôle visuel lors de la visite mystère ou de l'audit complet. Cocher en ""non mesuré"" en l'absence de forte fréquentation observée.. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 1 Rattrapable"

**243 - En cas de recherche trop longue ou d'affluence, le personnel de l'OT doit proposer au correspondant téléphonique de le rappeler ou de lui adresser les informations par écrit**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**244 - Le répondeur téléphonique est mis en fonctionnement pendant les périodes de fermetures**

Oui  Non  Non Mesuré

. Famille Qualité de la prestation. Coef 3 Rattrapable

#### 245 - Le message est en une langue étrangère a minima

Oui  Non  Non Mesuré

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 BIT Secondaire N°2

#### 246 - L'envoi d'informations correspond précisément à la demande du client

Oui  Non  Non Mesuré

Les informations et la documentation envoyée 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.). Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

*Demande le 18 août: Je demande s'il faut un pass sanitaire pour les sorties à dos d'âne et à partir de quel âge. C'est Vincent qui me répond. La réponse est courtoise et complète.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Le lendemain avant midi.*

#### 248 - Un accusé de réception est envoyé lors d'une demande de documentation par courriel

Oui  Non  Non Mesuré

"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 mesuré"" et 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"

*Demande par le formulaire de contact.*

#### 249 - Lors d'une demande d'information en français, la réponse écrite est personnalisée et adaptée.

Oui  Non

"A la différence du critère n°26 (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. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable"

*La réponse reprend le nom du client et est signée.*

#### 250 - Lors d'une demande d'informations en langue étrangère, la réponse est personnalisée, adaptée et dans la langue de la demande.

Oui  Non

Pas de Non mesuré 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

*Le 09 août via le formulaire de contact, je demande si les chiens sont acceptés au parc sur Saint Etienne et une liste de restaurants sur Sainte Croix. La réponse est complète, bien écrite et signée par Charles.*

#### 251 - Lors d'une demande d'informations, la réponse mentionne le logo Qualité Tourisme™ dans la signature.

Oui  Non  Non Mesuré

Item noté Non mesuré en cas d'adhésion. Le logo est à apposer pour les signatures mail pour les BIT inclus dans le périmètre de labellisation. Contrôle visuel. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

### Les abords de l'établissement et la signalétique BIT Secondaire N°2

#### 252 - BONUS : L'OT est implanté dans un endroit stratégique

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant

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

*Au cœur de l'espace municipal, une belle bâtisse de pierres, espace troglodyte.*

#### 253 - 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 Mesuré

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

*Depuis l'entrée du village, l'office et le parking sont faciles à trouver.*

**254 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres.**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré 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'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Parking en terre battue, difficile en temps de pluie.*

**255 - Les abords privatifs de l'établissement sont en bon état.**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré possible. Prendre en compte : façades, entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être en bon état. Constat visuel. Il est recommandé de veiller au bon état des abords même si l'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

**256 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont propres.**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Si plusieurs enseignes, mesure sur l'ensemble. Constat visuel. Il convient de prendre en compte les enseignes signalant l'office de tourisme (même publiques) : façade et panneaux directionnels. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

*Le panneau d'affichage est vieillissant et prend l'eau.*

**258 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont harmonieuses.**

Oui     Non     Non Mesuré

Constat visuel. Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

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

Oui     Non

Pas de Non mesuré 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

*C'est un bâtiment municipal en pierres typiques Cévenoles avec une fontaine intérieure, c'est bien décoré.*

## Le parking et les extérieurs privatifs BIT Secondaire N°2 (si existants)

**260 - 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 Mesuré

Le stationnement à plus de 200 mètres de l'OT n'est recommandé que pour les centres villes piétonniers. Possible non mesuré 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

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

Oui     Non     Non Mesuré

Non mesuré 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 mesuré 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

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

Oui     Non     Non Mesuré

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. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Pénaliser si absence d'action. Constat visuel. Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

## Les affichages extérieurs BIT Secondaire N°2

**263 - La plaque Qualité Tourisme™ est apposée à l'entrée de l'établissement.**

Oui     Non     Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Logo autorisé pour les bâtiments classés. L'apposition en façade est recommandée. Possible non mesuré 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

**264 - A minima, il est affiché les horaires et les périodes d'ouverture, les langues pratiquées, l'ensemble des moyens de paiement acceptés, les numéros d'urgence et un plan de la ville**

Oui  Non  Non Mesuré

Actualisation des plaques de classement. Tous types d'affichage. Constat visuel. . Coef 1. Famille Information Communication Rattrapable

*Sur l'affichage extérieur et sur la porte*

**265 - Les affichages extérieurs sont soignés, propres et en bon état.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

La mesure porte sur la qualité de l'affichage (calligraphie soignée, absence de ratures, feuilles non jaunies, feuilles non scotchées, etc.). Non mesuré si absence d'affichage. Constat visuel. . Coef 3. Information Communication Rattrapable

*Une nouvelle vitrine a été commandée.*

**266 - Les affichages extérieurs sont à jour**

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence d'affichage. Absence de vitrophanies obsolètes. Constat visuel. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

**267 - Les affichages extérieurs sont traduits dans une langue étrangère au moins**

Oui  Non  Non Mesuré

Possible non mesuré 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

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

Oui  Non

Bonus - Indiquer Non mesuré si réponse négative. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

*En allemand*

## L'espace d'accueil BIT Secondaire N°2

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant, fond musical discret... Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

*Espace troglodyte très sombre. IL paraît essentiel de jouer sur l'éclairage.*

**270 - L'espace d'accueil est bien ordonné et la décoration et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Il ne s'agit pas de juger l'esthétique mais bien de vérifier la cohérence des équipements (Par exemple, absence d'ajouts de présentoirs complètement différents d'année en année). Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

*Certains étalages font vides, il serait intéressant de mettre plus de documents à disposition.*

**271 - L'espace d'accueil est propre.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

*Certains affichages internes le long du desk en papier A4 font un peu négligés.*

**272 - L'espace d'accueil est en bon état.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Non mesuré possible si pas de signalétique. Par exemple, présentoirs, billetterie et repérage au sein de l'office (en particulier pour les lieux partagés). Possible non mesuré 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

*Les 2 espaces ont été séparés.*

**274 - 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 Mesuré

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

## Accueillir et informer BIT Secondaire N°2

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

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

*C'est Charles qui m'accueille dès que je passe la porte. Il a son badge mais il le porte bas et il est difficile de lire son nom dessus.*

### 276 - La tenue et la présentation du personnel d'accueil doivent être soignées et propres

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

### 278 - Le personnel lors de l'accueil doit être présent, disponible, attentif et abandonner toute tâche administrative dès l'arrivée d'un visiteur

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

### 279 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Lors des audits complets, en l'absence de visiteurs permettant d'apprécier ce critère par observation, les auditeurs réalisent une simulation d'entretien avec un conseiller. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*J'arrive vers 11H, j'explique que nous venons d'arriver et qu'il ne fait pas beau et que nous aimerions des alternatives à la randonnée prévue pour le weekend. Charles commence par me rassurer en me disant que le temps peut vite changer. Il est debout à côté de son comptoir et fait pas mal de va et vient entre le comptoir et les documents. Il a l'air parfois peu sûr de lui. Il n'ose pas par exemple me donner la carte de la destination. Il me propose de la prendre si je l'a veux. Il me demande si on est sur ST Etienne puis si j'ai des enfants. Je dis que oui, qu'il a 2 ans. Il me dit un peu embêté que 2 ans c'est encore un peu jeune pour un certain nombre d'activités à faire, mais qu'il peut quand même me proposer des choses. Il m'indique d'abord le train à vapeur et me dit que c'est une très bonne option avec les enfants, puis me parle de la bambouseraie au même endroit. Il me parle ensuite de la grotte de Trabuc et m'indique que c'est très bien mais qu'il faut être bien chaussé et qu'il ne sait pas si ce sera adapté avec un petit enfant. Il me parle ensuite des choses à faire sur Saint Etienne, il revient sur son territoire et me parle de la cascade si le temps le permet et du sentier de Stevenson. Je lui dis alors que j'ai vu passer quelqu'un avec un âne. Il me dit qu'effectivement, les âniers étaient assez chargés ces temps-ci mais que peut-être il y avait moins de monde maintenant. Il me donne les coordonnées de plusieurs Aniers et me les indique sur la carte. Je le remercie. Je regarde un peu plus les documents papiers et je demande ce qu'il pense du parc à Loup, il me dit que c'est très bien mais très loin. Pendant qu'il fait une recherche sur son ordinateur pour les ânes, je regarde la partie boutique mais tout est en vitrine et peu accessible. Je prends donc 2 cartes postales. Je ne demande pas de ticket et il ne m'en propose pas. Je lui demande ensuite un restaurant pour ce midi. Il m'indique 2 restaurants dans le village et m'indique également un restaurant très bon à Saint Germain. Je le remercie. Au moment de mon départ, il me remercie chaleureusement et m'invite à repasser avant de me donner le marque page de la destination en me disant que je peux noter mon passage sur les réseaux sociaux si je le souhaite. Il est souriant et amicale mais parfois un peu hésitant.*

### 280 - La reformulation de la demande par le conseiller en séjour est réalisée de manière formelle, claire et précise

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Il prend bien en note que j'ai un enfant et le répète plusieurs fois.*

### 281 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le personnel d'accueil élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Il garde des réserves sur certaines prestations qu'il estime "loin".*

### 282 - Le personnel d'accueil enregistre les informations de dernière minute concernant les activités touristiques du territoire (fermeture pour travaux, changement d'heures d'ouverture, annulation de manifestation...) et en informe les visiteurs

Oui  Non  Non Mesuré

Critère à auditer en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère et lors de l'audit complet. L'auditeur vérifie également sur le site internet que l'information concernant les animations soit actualisée. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

**283 - Le personnel d'accueil propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible**

Très satisfaisant    Satisfaisant    Insatisfaisant    Très insatisfaisant    Non Mesuré

"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 mesuré"" quand la situation ne s'est pas présentée .  
Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable"

**284 - Les agents d'accueil présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins...)**

Oui    Non    Non Mesuré

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

**285 - Le personnel d'accueil est en capacité de présenter aux visiteurs les principaux sites et services touristiques de la destination.**

Oui    Non    Non Mesuré

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

**286 - Le personnel d'accueil doit pouvoir informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence**

Oui    Non    Non Mesuré

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

**287 - BONUS : Les agents d'accueil disposent d'un outil numérique afin de présenter les offres et les services touristiques de la destination.**

Oui    Non

Contrôle visuel. . Famille Information Communication. Coef 3 Rattrapable

**288 - Le personnel d'accueil pratique une langue étrangère.**

Oui    Non    Non Mesuré

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

*Anglais*

**289 - Le personnel d'accueil pratique au moins deux langues étrangères.**

Oui    Non    Non Mesuré

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

*Allemand mais il est dommage de ne pas le noter.*

**290 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.**

Oui    Non

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

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

Très satisfaisant    Satisfaisant    Insatisfaisant    Très insatisfaisant    Non Mesuré

"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"

**292 - A la fin de la prestation, le personnel s'assure d'avoir répondu à la demande du client de manière satisfaisante et l'incite à remplir l'outil de recueil de satisfaction.**

Oui    Non    Non Mesuré

L'outil de recueil de satisfaction peut être sur place ou dématérialisé et rempli par la visiteur a posteriori de la visite . Contrôle visuel. . Famille Savoir faire savoir être. Une sollicitation orale ou écrite (affichage, e-mail, autocollant ...) informe le client du recueil de la satisfaction. (cf critère Ecoute client) Coef 3 Non Rattrapable

**293 - L'OT fournit l'information spécifique relative aux services et structures adaptés à la clientèle en situation de handicap**

Oui    Non    Non Mesuré

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

## La documentation sur la destination BIT Secondaire N°2

### 294 - Les documents sont traduits en au moins une langue étrangère

Oui  Non  Non Mesuré

Il s'agit des principaux documents produits par l'OT lui-même ex : guides, cartes (et non de ceux des socio-pros). Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

*Idem bureau principal.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

### 296 - BONUS : Les documents sont traduits en une troisième langue étrangère correspondant à la fréquentation de la destination

Oui  Non

BONUS - Non mesuré si réponse négative. Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

### 297 - Le personnel doit fournir une information actualisée, qualifiée et complète sur sa destination dans l'intérêt du client.

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

### 298 - La charte graphique ou l'identité visuelle sont appliquées à tous ses supports

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

## La boutique BIT Secondaire N°2

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente non dédié. L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à présentation des produits (ex : veiller à 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

*L'espace boutique est assez restreint et la plupart des éléments sont dans 2 vitrines séparées, elles n'incitent pas à la consommation.*

### 300 - La gamme de produits est diversifiée.

Oui  Non  Non Mesuré

"Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Librairie, cartes postales, gadgets, produits enfants etc. Contrôle visuel. Coche en "non mesuré" 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). Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable"

*Seulement des livres, cartes postales et magnets.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. 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. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable

### 302 - Sur demande un paquet cadeau est réalisé.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Vérifier présence papier cadeau lors du débriefing pour l'audit complet. Une pochette ou un sac kraft fermé peuvent constituer un papier cadeau. Contrôle visuel. Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

### 303 - 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 Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Poser une question sur un produit. Evaluer capacité à répondre. Contrôle visuel. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

### 304 - 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 Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Contrôle visuel. Une personne permanente 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. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

**305 - 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

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

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

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

*La mise en avant de la boutique est à revoir, éventuellement, vous pourriez réaménager l'espace du fond pour rendre la boutique plus attractive.*

**307 - L'origine des produits provenant de producteurs locaux est indiquée**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 3 Rattrapable

**308 - 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 Mesuré

Famille QT : Savoir faire savoir-être Coef 1 Non Rattrapable

**309 - L'OT disposant d'un site internet présente l'espace boutique**

Oui  Non  Non Mesuré

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 QT : Information Communication Coef 1 Rattrapable

**310 - Les moyens de paiements sont affichés en évidences à l'intérieur de l'OT**

Oui  Non  Non Mesuré

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

## Distanciation physique BIT Secondaire N°2

**311 - Il est recommandé qu'une invitation à télécharger l'application « Tous anti-covid » soit présente**

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

**312 - Il est recommandé d'encourager l'activation de l'application « Tous AntiCovid » lors de l'entrée dans l'établissement.**

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

## Gestes barrière client BIT Secondaire N°2

**313 - Les règles de distanciation physique (1m entre chaque groupe) sont rappelées et respectées tout au long du parcours client.**

Oui  Non  Non Mesuré

Pour les hébergements ( dans les zones de regroupement) ou la restauration, les parcs de loisir, port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Lorsque cela est pertinent, notamment sur les lieux d'accueil ( réception ) des barrières physiques additionnelles sont installées (vitrines, cloisons temporaires...) pour réduire les flux de circulation d'air et les contacts directs.

**314 - Respecter une distance physique de 2 mètres en milieu clos et en extérieur (hors personnes d'un même foyer) lorsque le port du masque n'est pas possible. Une distanciation physique d'un mètre doit être respectée en tout lieu et en toute circonstance.**

Oui  Non  Non Mesuré

Pour les hébergements ( dans les zones de regroupement) ou la restauration, les parcs de loisir, port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Lorsque cela est pertinent, notamment sur les lieux d'accueil ( réception ) des barrières physiques additionnelles sont installées (vitrines, cloisons temporaires...) pour réduire les flux de circulation d'air et les contacts directs.

**315 - Les clients portent un masque dans les espaces intérieurs**

Oui  Non  Non Mesuré

Toute personne de onze ans ou plus ( fortement recommandé à partir de 6 ans ). Les personnes portent un masque grand public dans les espaces intérieurs, où il y a des possibilités de regroupement. Respecter une distance physique de 2 mètres en milieu clos et en extérieur (hors personnes d'un même foyer) lorsque le port du masque n'est pas possible. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Pour l'HPA , les RT, les VV, attention spécifique pour les activités de loisir et les animations . Pour l'HPA attention spécifique équipements collectifs pour la vaisselle attendue aux sanitaires, etc.).

### 316 - Le personnel porte un masque .

Oui  Non  Non Mesuré

Dans tous les cas de risque de rupture des règles de distanciation physique sauf dispositif physique type pareflex à l'accueil par exemple. Restauration: port du masque obligatoire pour le service et pas de gants.

### 317 - Du gel hydro alcoolique ou toute autre solution désinfectante est mise à disposition du public de façon visible et sont positionnés aux endroits stratégiques de l'établissement

Oui  Non  Non Mesuré

Preuve visuelle de la mise en place des solutions désinfectantes + pertinence de leur localisation. Présence d'un mot d'information demandant au client de signaler la rupture de stock de gel hydroalcoolique ou équivalent (ex: fin du flacon...) . Pour les sorties nature, le gel est proposé au départ de la sortie. . Pour la restauration sur les tables Pour le LDV : tout au long du parcours de visite et renforcés aux endroits nécessaires (entrées et sorties des attractions et des lieux de spectacles, par exemple).

### 318 - Le mode de paiement sans contact est privilégié,

Oui  Non  Non Mesuré

Tout mode de paiement sans contact (pré-paiement, virement, cartes bancaires, téléphone...) est privilégié, pour cela une communication explicite est affichée ou des consignes orales sont formulées. Présence affiche. Pour Hôtellerie/HPA/RT/VV la remise de la facture et la signature dématérialisées sont privilégiées

### 319 - Il est recommandé que les objets pouvant être touchés par plusieurs personnes ne soient pas mis à disposition du client ou fassent l'objet d'une désinfection après chaque utilisation

Oui  Non  Non Mesuré

" Ex dans les hébergements : livres, jeux, journaux, dépliants réutilisables, stylos à l'accueil, ordinateurs en libre-service, etc.). Ex dans la restauration : livres, jeux, journaux, salières, etc (sauf éléments partagés au sein du même table : carafe, panier...) .Le sel ou le poivre peuvent être proposés en sachets unitaires . Ex : dans les Lieux de visite et OT : supprimer les supports de médiation partagés (numériques et papier) et audioguides susceptibles de passer de mains en mains ou, si leur maintien est prévu, prévoir de les désinfecter après chaque utilisation ; Dans les caveaux : ne pas toucher les cuves, les bouteilles, les crachoirs et ne pas manipuler inutilement les produits ou le mobilier. Inviter à consulter les informations que l'établissement leur met à disposition (affichettes, etc). Si l'établissement a l'habitude de demander aux clients de remplir un livre d'or ou un questionnaire, remplacer les supports papier par un questionnaire informatique à envoyer par mail. Non applicable aux produits de la boutique."

## Gestion des flux BIT Secondaire N°2

### 320 - Si l'accès à la documentation en libre-service (supports de médiation papier, brochures touristiques...) est maintenu, il est organisé

Oui  Non  Non Mesuré

Des solutions alternatives au libre-service sont privilégiées ( QRcode, renvoi vers des documents dématérialisés...). Pour la documentation à disposition en libre-service, il est conseillé d'apposer un autocollant ou une affiche 'Brochure touchée, brochure emportée'. Dans le cas de maintien de supports papier leur évacuation est organisée ( poubelle à pédales). Pour les OT : limiter la documentation à disposition, imprimer à la demande, envoyer les liens dématérialisés des documents des pros...

### 321 - Un plan de circulation pour limiter les croisements et respecter les distances de sécurité, (marquage au sol, mural, sur les sièges...), est établi et matérialisé.

Oui  Non  Non Mesuré

Des plans de circulation doivent ainsi être mis en œuvre pour garantir le respect de la distanciation physique minimaleY compris dans les files d'attente susceptibles de se former à l'intérieur et à l'extérieur de l'établissement., que ce soit dans des lieux clos et exigus ou dans des espaces ouverts, mais sous une forme incitative plus que contraignante (fluidifier plutôt que ralentir). Inciter le public à privilégier les escaliers aux ascenseurs lorsque cela est possible. Non mesuré possible pour les petites surfaces déportant leur accueil à l'extérieur.

### 322 - Espaces d'attente : réduction/suppression des espaces d'attente ou réduction du nombre de places assises, de manière à ce que les distances entre individus soient respectées

Oui  Non  Non Mesuré

### 323 - Dès que possible, les flux entrées et sorties des clients et/ou marque de sens de circulation à l'intérieur des établissements (couloirs, allées...) sont séparés

Oui  Non  Non Mesuré

## Gestion des flux - Visite guidée BIT Secondaire N°2

### 324 - Les visites guidées en espace intérieur et extérieur sont limitées à 10 personnes maximum sauf si elles sont réalisées par un guide détenteur d'une carte professionnelle de guide conférencier. A partir du 30 juin, la taille du groupe n'est plus limitée.

Oui  Non  Non Mesuré

Le guide et les visiteurs portent un masque grand public. Par ailleurs, calibrage de la taille des groupes de façon à pouvoir respecter la distanciation physique et régulation de la fréquentation (limiter les départs toutes les X minutes).

## Respect des consignes BIT Secondaire N°2

### 325 - Le personnel de l'établissement s'assure que les règles et les bonnes pratiques définies sont bien respectées par les clients

Oui  Non  Non Mesuré

En cas de non respect, le personnel rappelle les consignes aux personnes concernées et s'assurent de leur bonne application avec bienveillance et pédagogie. Pour les LDV, si la visite est libre, poster du personnel sur le parcours pour veiller au respect des consignes par les visiteurs, lorsque cela est possible.

## Adaptation de l'offre Réaménagement & restrictions d'activité BIT Secondaire N°2

### 326 - Le fonctionnement des fontaines à eau, les machines à cafés, distributeurs de boissons, équipements libres service destinées au public est suspendu .

Oui  Non  Non Mesuré

Les mini-bars sont temporairement suspendus de préférence

### 327 - Les activités ou les espaces qui ne pourraient pas faire l'objet de mesures de prévention sont suspendus/fermés temporairement

Oui  Non  Non Mesuré

Ex : (banquettes et fauteuils dans les lobbys et accueils, aire de jeux pour enfants dans les hôtels, salles communes exigües, etc.). Pour les parcs d'attraction retrait des mascottes du site lorsque aucune solution ne permet de respecter les distances de sécurité.

### 328 - La vente de produits est adaptée par un aménagement des différents services du site afin de répondre aux exigences des mesures de prévention et de mesures barrière : réorganisation de la vente de produits de restauration et de snacking, aménagement de la vente de produits dans les boutiques, etc.

Oui  Non  Non Mesuré

Ex: Adaptation de l'offre des produits, notamment pour les produits vendus en vrac (arrêt des bonbons en vrac ou solution alternative, par exemple en assurant le service des produits par un opérateur ou la distribution de gants jetables à usage unique pour les visiteurs).

### 329 - Les parcours et les modalités des activités (visites guidées, ateliers pédagogiques...) sont modifiées si nécessaire pour prévenir tout risque de promiscuité.

Oui  Non  Non Mesuré

"Pour les LDV : Les activités d'éducation artistique et culturelle sont possibles, sous réserve qu'elles puissent se faire dans des conditions sanitaires satisfaisantes pour les animateurs et les publics ; Le port du masque « grand public » est préconisé pour les personnes appelées à intervenir devant des groupes."

### 330 - Les bornes tactiles interactives ne sont plus accessibles au public, si elles sont maintenues un protocole de nettoyage et de désinfection spécifique est mis en place.

Oui  Non  Non Mesuré

Exemple : un nettoyage périodique. Il est également possible de mettre à disposition des lingettes (prévoir alors le dispositif d'élimination) ou une solution hydroalcoolique. Exemple : prévoir un nettoyage périodique des bornes. Il est également possible de mettre à disposition des visiteurs des lingettes (prévoir le dispositif d'élimination dans ce cas) ou du gel hydroalcoolique. En cas d'arrêt, mettre en place un affichage précisant l'arrêt volontaire pour des raisons d'hygiène

## BIT Secondaire N°3

### BIT Secondaire N°3

#### 331 - Nom du BIT Secondaire N°3

Oui  Non  Non Mesuré

Indiquer le nom du BIT

*Saint Germain de Calberte*

### Accueil téléphonique BIT Secondaire N°3

#### 332 - La réponse au téléphone doit être rapide : maximum 4 sonneries

Oui  Non  Non Mesuré

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 des VM OTF/ADN Tourisme. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

#### 333 - 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 Mesuré

" Cocher en ""non mesuré"" en absence de pré-décroché. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable"

#### 334 - L'identité du site doit être précisée dans la formule d'accueil

Oui  Non  Non Mesuré

L'identité du site peut également être éventuellement précisée dans dans le pré-décroché. 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. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

**335 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

17/08- par Olivia: C'est Léa qui répond. Elle est déjà en ligne et prend les coordonnées pour rappeler dès que possible. L'office de tourisme rappelle à 10H43: Olivia explique de nouveau qu'elle est sur Saint Etienne et qu'elle aimerait des informations et idées de choses à faire à la journée. La conseillère l'invite d'abord à passer à l'office de tourisme pour prendre le plan et faire le tour du village. Elle demande s'ils ont un jour de visite précis et propose d'envoyer le programme des animations pour la semaine par e-mail, ainsi que le programme sur les deux villages. Elle donne quelques exemples d'activités proposées et lui fait des propositions de choses à faire avec les enfants comme le sentier vagabond. Elle récapitule ce qu'elle va lui envoyer dans l'email et demande si elle veut d'autres informations. Elle questionne en demandant le nombre de personne et la durée du séjour. Il manque juste des questions sur les envies. La prise de congé est très courtoise et l'email envoyé dans la journée est très complet.

**336 - La reformulation de la demande par le conseiller est réalisée de manière formelle, claire et précise**

Oui     Non     Non Mesuré

La reformulation n'est pas toujours nécessaire pour des questions très simples (ex : demande de plan, horaire). Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

**337 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le conseiller élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée**

Oui     Non     Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

Absence d'élargissement. Léa répond très bien aux questions mais ne cherche pas à suggérer autre chose.

**338 - Le conseiller propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

**339 - Les conseillers présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins...)**

Oui     Non     Non Mesuré

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

Olivia fait une demande de conseil pour des restaurants sur place et Léa lui donne 2 noms et propose de rajouter les coordonnées au mail.

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

Oui     Non     Non Mesuré

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

**341 - Le conseiller doit pouvoir informer sur les animations et évènements sur sa zone de compétence**

Oui     Non     Non Mesuré

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

Envoi des agendas.

**342 - Le conseiller pratique une langue étrangère.**

Oui     Non     Non Mesuré

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

30/08: C'est Lucille qui répond : Je demande si elle peut me donner l'adresse du lieu où l'on peut faire de la poterie et s'ils parlent anglais. Elle me fait patienter puis me passe sa collègue. Elle met une musique d'attente pendant près de 3 minutes (une musique locale et un message serait un plus). Un homme reprend l'appel et ne se présente pas mais est courtois au téléphone. Il me propose les coordonnées qu'une céramiste de Vialas qui donne des cours (ce n'est pas ce que j'ai vu sur l'agenda). Il me donne son numéro et m'explique que les cours sont en Juillet et Août mais que si j'appelle elle peut peut-être faire cours en septembre.

**343 - Le conseiller pratique au moins deux langues étrangères.**

Oui     Non     Non Mesuré

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

**344 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.**

Oui     Non

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

**345 - Le personnel d'accueil assure le même niveau de service au téléphone qu'en face à face**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

L'objectif est de ne pas privilégier l'accueil téléphonique et l'accueil physique l'un par rapport à l'autre. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

*Temps d'attente prolongé lors de l'appel en anglais.*

**346 - L'OT sépare l'accueil téléphonique de l'accueil physique en période d'affluence**

Oui     Non     Non Mesuré

"Contrôle visuel lors de la visite mystère ou de l'audit complet. Cocher en ""non mesuré"" en l'absence de forte fréquentation observée.. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 1 Rattrapable"

**347 - En cas de recherche trop longue ou d'affluence, le personnel de l'OT doit proposer au correspondant téléphonique de le rappeler ou de lui adresser les informations par écrit**

Oui     Non     Non Mesuré

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

*Pas dans ce cas où l'on me fait patienter plus de 3 minutes.*

**348 - Le répondeur téléphonique est mis en fonctionnement pendant les périodes de fermetures**

Oui     Non     Non Mesuré

. Famille Qualité de la prestation. Coef 3 Rattrapable

**349 - Le message est en une langue étrangère a minima**

Oui     Non     Non Mesuré

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 BIT Secondaire N°3

**350 - L'envoi d'informations correspond précisément à la demande du client**

Oui     Non     Non Mesuré

Les informations et la documentation envoyée 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.). Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

*Le 19 août : je demande la liste des prestataires pour faire du canyoning. c'est Lucille qui me répond avec une liste exhaustive, des tarifs à partir de, et un lien vers d'autres activités similaires sur le territoire.*

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

Oui     Non     Non Mesuré

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

**352 - Un accusé de réception est envoyé lors d'une demande de documentation par courriel**

Oui     Non     Non Mesuré

"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 mesuré"" et 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"

**353 - Lors d'une demande d'information en français, la réponse écrite est personnalisée et adaptée.**

Oui     Non

"A la différence du critère n°26 (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 . Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable"

*La réponse est adaptée, reprend le nom du client et signée personnellement par le conseiller.*

**354 - Lors d'une demande d'informations en langue étrangère, la réponse est personnalisée, adaptée et dans la langue de la demande.**

Oui     Non

Pas de Non mesuré 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

*Le 18 août, je demande s'il y a des restaurants vegan près de la destination. C'est Vincent qui me répond le jour même et me donne le nom de 2 restaurants végétariens en me disant qu'il ne peut pas me donner de restaurant vegan. Il me donne ensuite les coordonnées d'un autre office pour plus de réponse.*

**355 - Lors d'une demande d'informations, la réponse mentionne le logo Qualité Tourisme™ dans la signature.**

Oui     Non     Non Mesuré

Item noté Non mesuré en cas d'adhésion. Le logo est à apposer pour les signatures mail pour les BIT inclus dans le périmètre de labellisation. Contrôle visuel . Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

## Les abords de l'établissement et la signalétique BIT Secondaire N°3

### 356 - BONUS : L'OT est implanté dans un endroit stratégique

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

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

*L'office de tourisme est prêt de l'église, mais pas forcément facile à trouver depuis l'entrée du village.*

### 357 - 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 Mesuré

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

*Un fléchage depuis l'entrée du village serait un plus*

### 358 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré 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'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

### 359 - Les abords privatifs de l'établissement sont en bon état.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré possible. Prendre en compte : façades, entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être en bon état. Constat visuel. Il est recommandé de veiller au bon état des abords même si l'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

### 360 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont propres.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Si plusieurs enseignes, mesure sur l'ensemble. Constat visuel. Il convient de prendre en compte les enseignes signalant l'office de tourisme (même publiques) : façade et panneaux directionnels. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

### 362 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont harmonieuses.

Oui     Non     Non Mesuré

Constat visuel. Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

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

Oui     Non

Pas de Non mesuré 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 BIT Secondaire N°3 (si existants)

### 364 - 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 Mesuré

Le stationnement à plus de 200 mètres de l'OT n'est recommandé que pour les centres villes piétonniers. Possible non mesuré 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

*Un parking en terre battue en dessous et de nombreuses places dans le village.*

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

Oui     Non     Non Mesuré

Non mesuré 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 mesuré 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

*Racks à vélos*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Pénaliser si absence d'action. Constat visuel. . Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

## Les affichages extérieurs BIT Secondaire N°3

**367 - La plaque Qualité Tourisme™ est apposée à l'entrée de l'établissement.**

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Logo autorisé pour les bâtiments classés. L'apposition en façade est recommandée. Possible non mesuré 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

**368 - A minima, il est affiché les horaires et les périodes d'ouverture, les langues pratiquées, l'ensemble des moyens de paiement acceptés, les numéros d'urgence et un plan de la ville**

Oui  Non  Non Mesuré

Actualisation des plaques de classement. Tous types d'affichage. Constat visuel. . Coef 1. Famille Information Communication Rattrapable

*Sur la porte, l'affichage est complet est à jour.*

**369 - Les affichages extérieurs sont soignés, propres et en bon état.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

La mesure porte sur la qualité de l'affichage (calligraphie soignée, absence de ratures, feuilles non jaunies, feuilles non scotchées, etc.). Non mesuré si absence d'affichage. Constat visuel. . Coef 3. Information Communication Rattrapable

**370 - Les affichages extérieurs sont à jour**

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence d'affichage. Absence de vitrophanies obsolètes. Constat visuel. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

**371 - Les affichages extérieurs sont traduits dans une langue étrangère au moins**

Oui  Non  Non Mesuré

Possible non mesuré 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

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

Oui  Non

Bonus - Indiquer Non mesuré si réponse négative. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

*Anglais et allemand*

## L'espace d'accueil BIT Secondaire N°3

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant, fond musical discret... Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

*Il y a un sas d'entrée un peu sobre, avec du gel hydroalcoolique et de la documentation.*

**374 - L'espace d'accueil est bien ordonné et la décoration et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Il ne s'agit pas de juger l'esthétique mais bien de vérifier la cohérence des équipements (Par exemple, absence d'ajouts de présentoirs complètement différents d'année en année). Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

*L'espace d'accueil est lumineux et bien ordonné.*

**375 - L'espace d'accueil est propre.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

*Des bouts de pate à fixe au mur au dessus de la carte IGN du parc national.*

**376 - L'espace d'accueil est en bon état.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Non mesuré possible si pas de signalétique. Par exemple, présentoirs, billetterie et repérage au sein de l'office (en particulier pour les lieux partagés). Possible non mesuré 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

**378 - 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 Mesuré

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

## Accueillir et informer BIT Secondaire N°3

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

Oui     Non     Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

*C'est Laura qui nous accueille. Elle nous voit entrer depuis la porte et vient à notre rencontre.*

**380 - La tenue et la présentation du personnel d'accueil doivent être soignées et propres**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

*Elle porte une tenue de ville plutôt courte mais propre.*

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

*Le sas d'entrée permet de patienter avec de la documentation en cas d'affluence.*

**382 - Le personnel lors de l'accueil doit être présent, disponible, attentif et abandonner toute tâche administrative dès l'arrivée d'un visiteur**

Oui     Non     Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

*Il est 12H10, Laura vient à notre rencontre, elle est polie et souriante. Je lui explique que nous venons d'arriver pour le weekend et cherchons des idées à faire avec le petit. Elle le salue et nous invite à la suivre dans l'office. Elle commence par nous proposer tout de suite de faire la grotte de Trabuc. Elle pense que ça peut tout à fait lui plaire. Puis elle nous parle du petit train à vapeur et nous explique bien comment cela fonctionne et les options possibles (avec ou sans la bambouseraie). Elle n'a plus de flyer sous la main mais va dans son back office pour nous en chercher (celui-ci date de 2020). Elle nous parle également de ballades à dos d'ânes. Elle fait une recherche car elle me propose de faire la sortie aux lampes à huile dans la grotte et veut vérifier si c'est encore d'actualité. Elle me confirme que c'est possible ce samedi puis se ravise en me disant qu'il est écrit que ce n'est pas adapté au tout petit et s'excuse. Je lui demande si nous sommes bien dans le parc des Cévennes et elle m'explique que nous sommes dans les montagnes Cévenoles, dans une commune adhérente au parc. Elle me propose de regarder la météo pour moi et se veut rassurante pour le lendemain. Puis le téléphone sonne, elle s'excuse et va décrocher. Pendant ce temps je regarde la table-boutique et sélectionne un petit livre que je lui pose sur le comptoir. Quand elle revient, elle me propose la carte de la destination et me demande de confirmer que j'achète bien ce livre. Je lui dis que oui et que j'aimerais un ticket. Elle m'imprime un ticket sur une feuille A4 qu'elle plie en 4 et me la donne. Je lui demande également des idées pour le déjeuner et elle nous conseille fortement un restaurant à l'extérieur du village. Elle me propose de me montrer sur la carte quand elle aura fini de m'imprimer le ticket. Elle me demande si je veux d'autres informations et je la remercie. Elle me tend alors le marque page de la destination en me disant que c'est un petit cadeau qui me permettra aussi d'aller sur le site internet de la destination si j'ai besoin et éventuellement de laisser un avis si j'ai envie. J'apprécie son approche et la remercie. Je reviens quelques minutes plus tard et elle m'accueille de nouveau avec le sourire. Je lui redemande le nom du restaurant et elle s'excuse car elle a oublié de le pointer sur la carte. Elle m'accompagne près de la carte IGN et me le montre et m'épelle le nom. Je la remercie et repars.*

**383 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Lors des audits complets, en l'absence de visiteurs permettant d'apprécier ce critère par observation, les auditeur-trices réalise une simulation d'entretien avec un conseiller. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Elle demande où nous restons et ce que nous aimons faire. Elle se concentre sur les activités adaptées aux enfants. Il manque des questions sur nos envies.*

**384 - La reformulation de la demande par le conseiller en séjour est réalisée de manière formelle, claire et précise**

Oui     Non     Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

**385 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le personnel d'accueil élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

**386 - Le personnel d'accueil enregistre les informations de dernière minute concernant les activités touristiques du territoire (fermeture pour travaux, changement d'heures d'ouverture, annulation de manifestation...) et en informe les visiteurs**

Oui  Non  Non Mesuré

Critère à auditer en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère et lors de l'audit complet. L'auditeur vérifie également sur le site internet que l'information concernant les animations soit actualisée. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

**387 - Le personnel d'accueil propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

"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 mesuré" quand la situation ne s'est pas présentée . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable"

**388 - Les agents d'accueil présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins...)**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**389 - Le personnel d'accueil est en capacité de présenter aux visiteurs les principaux sites et services touristiques de la destination.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**390 - Le personnel d'accueil doit pouvoir informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**391 - BONUS : Les agents d'accueil disposent d'un outil numérique afin de présenter les offres et les services touristiques de la destination.**

Oui  Non

Contrôle visuel. . Famille Information Communication. Coef 3 Rattrapable

**392 - Le personnel d'accueil pratique une langue étrangère.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Anglais uniquement*

**393 - Le personnel d'accueil pratique au moins deux langues étrangères.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**394 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.**

Oui  Non

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

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

"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"

**396 - A la fin de la prestation, le personnel s'assure d'avoir répondu à la demande du client de manière satisfaisante et l'incite à remplir l'outil de recueil de satisfaction.**

Oui  Non  Non Mesuré

L'outil de recueil de satisfaction peut être sur place ou dématérialisé et rempli par le visiteur a posteriori de la visite . Contrôle visuel. . Famille Savoir faire savoir être. Une sollicitation orale ou écrite (affichage, e-mail, autocollant ...) informe le client du recueil de la satisfaction. (cf critère Ecoute client) Coef 3 Non Rattrapable

### 397 - L'OT fournit l'information spécifique relative aux services et structures adaptés à la clientèle en situation de handicap

Oui  Non  Non Mesuré

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

## La documentation sur la destination BIT Secondaire N°3

### 398 - Les documents sont traduits en au moins une langue étrangère

Oui  Non  Non Mesuré

Il s'agit des principaux documents produits par l'OT lui-même ex : guides, cartes (et non de ceux des socio-pros). Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande.  
Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

*Documentation de la destination générale.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

### 400 - BONUS : Les documents sont traduits en une troisième langue étrangère correspondant à la fréquentation de la destination

Oui  Non

BONUS - Non mesuré si réponse négative. Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

### 401 - Le personnel doit fournir une information actualisée, qualifiée et complète sur sa destination dans l'intérêt du client.

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

### 402 - La charte graphique ou l'identité visuelle sont appliquées à tous ses supports

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

## La boutique BIT Secondaire N°3

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente non dédié. L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à présentation des produits (ex : veiller à 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

*Une petite table au milieu de pièce est dédiée à l'espace boutique, ainsi qu'un présentoir à cartes postales et magnets.*

### 404 - La gamme de produits est diversifiée.

Oui  Non  Non Mesuré

"Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Librairie, cartes postales, gadgets, produits enfants etc. Contrôle visuel. Coche en ""non mesuré"" 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). Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable"

*Essentiellement des livres, cartes postales et petit objets type magnets.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. 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. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable

### 406 - Sur demande un paquet cadeau est réalisé.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Vérifier présence papier cadeau lors du débriefing pour l'audit complet. Une pochette ou un sac kraft fermé peuvent constituer un papier cadeau. Contrôle visuel. Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

### 407 - 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 Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Poser une question sur un produit. Evaluer capacité à répondre. Contrôle visuel. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

**408 - 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 Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Contrôle visuel. Une personne permanente 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. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

**409 - 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

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

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

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

**411 - L'origine des produits provenant de producteurs locaux est indiquée**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 3 Rattrapable

*Pas de produits typiquement locaux.*

**412 - 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 Mesuré

Famille QT : Savoir faire savoir-être Coef 1 Non Rattrapable

**413 - L'OT disposant d'un site internet présente l'espace boutique**

Oui  Non  Non Mesuré

Il s'agit de présenter à 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 QT : Information Communication Coef 1 Rattrapable

**414 - Les moyens de paiements sont affichés en évidences à l'intérieur de l'OT**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Sur le comptoir.*

## Distanciation physique BIT Secondaire N°3

**415 - Il est recommandé qu'une invitation à télécharger l'application « Tous anti-covid » soit présente**

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

**416 - Il est recommandé d'encourager l'activation de l'application «Tous AntiCovid»lors de l'entrée dans l'établissement.**

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

## Gestes barrière client BIT Secondaire N°3

**417 - Les règles de distanciation physique (1m entre chaque groupe) sont rappelées et respectées tout au long du parcours client.**

Oui  Non  Non Mesuré

Pour les hébergements ( dans les zones de regroupement) ou la restauration, les parcs de loisir, port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Lorsque cela est pertinent, notamment sur les lieux d'accueil ( réception ) des barrières physiques additionnelles sont installées (vitrines, cloisons temporaires....) pour réduire les flux de circulation d'air et les contacts directs.

**418 - Respecter une distance physique de 2 mètres en milieu clos et en extérieur (hors personnes d'un même foyer) lorsque le port du masque n'est pas possible. Une distanciation physique d'un mètre doit être respectée en tout lieu et en toute circonstance.**

Oui  Non  Non Mesuré

Pour les hébergements ( dans les zones de regroupement) ou la restauration, les parcs de loisir, port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Lorsque cela est pertinent, notamment sur les lieux d'accueil ( réception ) des barrières physiques additionnelles sont installées (vitrines, cloisons temporaires....) pour réduire les flux de circulation d'air et les contacts directs.

#### 419 - Les clients portent un masque dans les espaces intérieurs

Oui  Non  Non Mesuré

Toute personne de onze ans ou plus (fortement recommandé à partir de 6 ans). Les personnes portent un masque grand public dans les espaces intérieurs, où il y a des possibilités de regroupement. Respecter une distance physique de 2 mètres en milieu clos et en extérieur (hors personnes d'un même foyer) lorsque le port du masque n'est pas possible. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Pour l'HPA, les RT, les VV, attention spécifique pour les activités de loisir et les animations. Pour l'HPA attention spécifique équipements collectifs pour la vaisselle attendue aux sanitaires, etc.).

#### 420 - Le personnel porte un masque .

Oui  Non  Non Mesuré

Dans tous les cas de risque de rupture des règles de distanciation physique sauf dispositif physique type pareflex à l'accueil par exemple. Restauration: port du masque obligatoire pour le service et pas de gants.

#### 421 - Du gel hydro alcoolique ou toute autre solution désinfectante est mise à disposition du public de façon visible et sont positionnés aux endroits stratégiques de l'établissement

Oui  Non  Non Mesuré

Preuve visuelle de la mise en place des solutions désinfectantes + pertinence de leur localisation. Présence d'un mot d'information demandant au client de signaler la rupture de stock de gel hydroalcoolique ou équivalent (ex: fin du flacon...). Pour les sorties nature, le gel est proposé au départ de la sortie... Pour la restauration sur les tables Pour le LDV : tout au long du parcours de visite et renforcés aux endroits nécessaires (entrées et sorties des attractions et des lieux de spectacles, par exemple).

#### 422 - Le mode de paiement sans contact est privilégié,

Oui  Non  Non Mesuré

Tout mode de paiement sans contact (pré-paiement, virement, cartes bancaires, téléphone...) est privilégié, pour cela une communication explicite est affichée ou des consignes orales sont formulées. Présence affichette. Pour Hôtellerie/HPA/RT/VV la remise de la facture et la signature dématérialisées sont privilégiées

#### 423 - Il est recommandé que les objets pouvant être touchés par plusieurs personnes ne soient pas mis à disposition du client ou fassent l'objet d'une désinfection après chaque utilisation

Oui  Non  Non Mesuré

" Ex dans les hébergements : livres, jeux, journaux, dépliants réutilisables, stylos à l'accueil, ordinateurs en libre-service, etc.). Ex dans la restauration : livres, jeux, journaux, salières, etc (sauf éléments partagés au sein du même table : carafe, panière... ).Le sel ou le poivre peuvent être proposés en sachets unitaires. Ex : dans les Lieux de visite et OT : supprimer les supports de médiation partagés (numériques et papier) et audioguides susceptibles de passer de mains en mains ou, si leur maintien est prévu, prévoir de les désinfecter après chaque utilisation ; Dans les caveaux : ne pas toucher les cuves, les bouteilles, les crachoirs et ne pas manipuler inutilement les produits ou le mobilier. Inviter à consulter les informations que l'établissement leur met à disposition (affichettes, etc). Si l'établissement a l'habitude de demander aux clients de remplir un livre d'or ou un questionnaire, remplacer les supports papier par un questionnaire informatique à envoyer par mail. Non applicable aux produits de la boutique."

### Gestion des flux BIT Secondaire N°3

#### 424 - Si l'accès à la documentation en libre-service (supports de médiation papier, brochures touristiques...) est maintenu, il est organisé

Oui  Non  Non Mesuré

Des solutions alternatives au libre-service sont privilégiées ( QRcode, renvoi vers des documents dématérialisés...). Pour la documentation à disposition en libre-service, il est conseillé d'apposer un autocollant ou une affichette 'Brochure touchée, brochure emportée'. Dans le cas de maintien de supports papier leur évacuation est organisée ( poubelle à pédales). Pour les OT : limiter la documentation à disposition, imprimer à la demande, envoyer les liens dématérialisés des documents des pros...

#### 425 - Un plan de circulation pour limiter les croisements et respecter les distances de sécurité, (marquage au sol, mural, sur les sièges...), est établi et matérialisé.

Oui  Non  Non Mesuré

Des plans de circulation doivent ainsi être mis en œuvre pour garantir le respect de la distanciation physique minimaleY compris dans les files d'attente susceptibles de se former à l'intérieur et à l'extérieur de l'établissement., que ce soit dans des lieux clos et exigus ou dans des espaces ouverts, mais sous une forme incitative plus que contraignante (fluidifier plutôt que ralentir). Inciter le public à privilégier les escaliers aux ascenseurs lorsque cela est possible. Non mesuré possible pour les petites surfaces déportant leur accueil à l'extérieur.

#### 426 - Espaces d'attente : réduction/suppression des espaces d'attente ou réduction du nombre de places assises, de manière à ce que les distances entre individus soient respectées

Oui  Non  Non Mesuré

#### 427 - Dès que possible, les flux entrées et sorties des clients et/ou marque de sens de circulation à l'intérieur des établissements (couloirs, allées...) sont séparés

Oui  Non  Non Mesuré

### Gestion des flux - Visite guidée BIT Secondaire N°3

#### 428 - Les visites guidées en espace intérieur et extérieur sont limitées à 10 personnes maximum sauf si elles sont réalisées par un guide détenteur d'une carte professionnelle de guide conférencier. A partir du 30 juin, la taille du groupe n'est plus limitée.

Oui  Non  Non Mesuré

Le guide et les visiteurs portent un masque grand public. Par ailleurs, calibrage de la taille des groupes de façon à pouvoir respecter la distanciation physique et régulation de la fréquentation (limiter les départs toutes les X minutes).

## Respect des consignes BIT Secondaire N°3

### 429 - Le personnel de l'établissement s'assure que les règles et les bonnes pratiques définies sont bien respectées par les clients

Oui  Non  Non Mesuré

En cas de non respect, le personnel rappelle les consignes aux personnes concernées et s'assurent de leur bonne application avec bienveillance et pédagogie. Pour les LDV, si la visite est libre, poster du personnel sur le parcours pour veiller au respect des consignes par les visiteurs, lorsque cela est possible.

## Adaptation de l'offre Réaménagement & restrictions d'activité BIT Secondaire N°3

### 430 - Le fonctionnement des fontaines à eau, les machines à cafés, distributeurs de boissons, équipements libres service destinées au public est suspendu .

Oui  Non  Non Mesuré

Les mini-bars sont temporairement suspendus de préférence

### 431 - Les activités ou les espaces qui ne pourraient pas faire l'objet de mesures de prévention sont suspendus/fermés temporairement

Oui  Non  Non Mesuré

Ex : (banquettes et fauteuils dans les lobbys et accueils, aire de jeux pour enfants dans les hôtels, salles communes exigües, etc.). Pour les parcs d'attraction retrait des mascottes du site lorsque aucune solution ne permet de respecter les distances de sécurité.

### 432 - La vente de produits est adaptée par un aménagement des différents services du site afin de répondre aux exigences des mesures de prévention et de mesures barrière : réorganisation de la vente de produits de restauration et de snacking, aménagement de la vente de produits dans les boutiques, etc.

Oui  Non  Non Mesuré

Ex: Adaptation de l'offre des produits, notamment pour les produits vendus en vrac (arrêt des bonbons en vrac ou solution alternative, par exemple en assurant le service des produits par un opérateur ou la distribution de gants jetables à usage unique pour les visiteurs).

### 433 - Les parcours et les modalités des activités (visites guidées, ateliers pédagogiques...) sont modifiées si nécessaire pour prévenir tout risque de promiscuité.

Oui  Non  Non Mesuré

"Pour les LDV : Les activités d'éducation artistique et culturelle sont possibles, sous réserve qu'elles puissent se faire dans des conditions sanitaires satisfaisantes pour les animateurs et les publics ; Le port du masque « grand public » est préconisé pour les personnes appelées à intervenir devant des groupes."

### 434 - Les bornes tactiles interactives ne sont plus accessibles au public, si elles sont maintenues un protocole de nettoyage et de désinfection spécifique est mis en place.

Oui  Non  Non Mesuré

Exemple : un nettoyage périodique. Il est également possible de mettre à disposition des lingettes (prévoir alors le dispositif d'élimination) ou une solution hydroalcoolique. Exemple : prévoir un nettoyage périodique des bornes. Il est également possible de mettre à disposition des visiteurs des lingettes (prévoir le dispositif d'élimination dans ce cas) ou du gel hydroalcoolique. En cas d'arrêt, mettre en place un affichage précisant l'arrêt volontaire pour des raisons d'hygiène

## BIT Secondaire N°4

### BIT Secondaire N°4

#### 435 - Nom du BIT Secondaire N°4

Oui  Non  Non Mesuré

Indiquer le nom du BIT

Sainte Croix Vallée Française

### Accueil téléphonique BIT Secondaire N°4

#### 436 - La réponse au téléphone doit être rapide : maximum 4 sonneries

Oui  Non  Non Mesuré

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 des VM OTF/ADN Tourisme. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

#### 437 - 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 Mesuré

"Cocher en ""non mesuré"" en absence de pré-décroché. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable"

#### 438 - L'identité du site doit être précisée dans la formule d'accueil

Oui  Non  Non Mesuré

L'identité du site peut également être éventuellement précisée dans dans le pré-décroché. 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. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

#### 439 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

20/08 par Audrey- Lucille répond. Audrey demande une animation sur Sainte Croix pour le weekend. La personne se connecte sur l'agenda de la destination. Elle leur fait la liste des activités disponibles sur place. La connexion passe mal. Elle propose les coordonnées pour réserver l'animation espagnol qui va se faire à côté. Audrey relance en demandant s'il y a des choses à faire avec un enfant de 4 ans. La conseillère propose de passer à l'office pour récupérer des documents. Elle lui donne les horaires de l'office et l'invite à y aller d'elle-même. Puis elle la remercie et raccroche de façon cordiale. Elle n'élargit pas en demandant si elle a besoin d'autre choses par exemple.

#### 440 - La reformulation de la demande par le conseiller est réalisée de manière formelle, claire et précise

Oui  Non  Non Mesuré

La reformulation n'est pas toujours nécessaire pour des questions très simples (ex : demande de plan, horaire). Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Pas de reformulation.*

#### 441 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le conseiller élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Absence d'élargissement.*

#### 442 - Le conseiller propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

#### 443 - Les conseillers présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins...)

Oui  Non  Non Mesuré

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

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

#### 445 - Le conseiller doit pouvoir informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Elle consulte l'agenda.*

#### 446 - Le conseiller pratique une langue étrangère.

Oui  Non  Non Mesuré

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

Le 08 septembre par Maaïke : c'est Morgane qui répond. La clientèle explique qu'elle vient en octobre et qu'elle aimerait faire un tour de montgolfière. Morgane semble avoir du mal à trouver ses mots en anglais, elle pose de nombreuses questions sur comment la clientèle va venir, les dates du voyage etc... elle ne répond pas à la question. Elle reformule les questions. Elle ne comprend pas la demande. La clientèle est obligée de lui expliquer de nouveau ce qu'elle veut faire. La discussion n'est pas satisfaisante.

#### 447 - Le conseiller pratique au moins deux langues étrangères.

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Allemand, mais pas de manière systématique.*

**448 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.**

Oui  Non

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

**449 - Le personnel d'accueil assure le même niveau de service au téléphone qu'en face à face**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

L'objectif est de ne pas privilégier l'accueil téléphonique et l'accueil physique l'un par rapport à l'autre. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

*En français, elle expédie l'appel et invite à venir sur place. En anglais, elle ne comprend pas la clientèle.*

**450 - L'OT sépare l'accueil téléphonique de l'accueil physique en période d'affluence**

Oui  Non  Non Mesuré

"Contrôle visuel lors de la visite mystère ou de l'audit complet. Cocher en ""non mesuré"" en l'absence de forte fréquentation observée.. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 1 Rattrapable"

**451 - En cas de recherche trop longue ou d'affluence, le personnel de l'OT doit proposer au correspondant téléphonique de le rappeler ou de lui adresser les informations par écrit**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**452 - Le répondeur téléphonique est mis en fonctionnement pendant les périodes de fermetures**

Oui  Non  Non Mesuré

. Famille Qualité de la prestation. Coef 3 Rattrapable

**453 - Le message est en une langue étrangère a minima**

Oui  Non  Non Mesuré

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 BIT Secondaire N°4

**454 - L'envoi d'informations correspond précisément à la demande du client**

Oui  Non  Non Mesuré

Les informations et la documentation envoyée 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.). Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

*Le 19 août je demande si et comment on peut bivouaquer dans le parc des Cévennes. Lea me répond le jour même dans un message très complet et détaillé.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

**456 - Un accusé de réception est envoyé lors d'une demande de documentation par courriel**

Oui  Non  Non Mesuré

"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 mesuré"" et 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"

**457 - Lors d'une demande d'information en français, la réponse écrite est personnalisée et adaptée.**

Oui  Non

"A la différence du critère n°26 (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 . Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable"

*Un simple "Bonjour" pas de reprise du nom du client.*

**458 - Lors d'une demande d'informations en langue étrangère, la réponse est personnalisée, adaptée et dans la langue de la demande.**

Oui  Non

Pas de Non mesuré 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

*Très satisfaisant. Le 20 août, une demande de logement pour un groupe de yoga en octobre avec des massages. C'est Léa qui répond dans un message très complet.*

**459 - Lors d'une demande d'informations, la réponse mentionne le logo Qualité Tourisme™ dans la signature.**

Oui  Non  Non Mesuré

Item noté Non mesuré en cas d'adhésion. Le logo est à apposer pour les signatures mail pour les BIT inclus dans le périmètre de labellisation. Contrôle visuel . Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

## Les abords de l'établissement et la signalétique BIT Secondaire N°4

**460 - BONUS : L'OT est implanté dans un endroit stratégique**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant

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

*En cœur de village mais dans une rue assez serrée.*

**461 - 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 Mesuré

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

*Facile à trouver depuis l'entrée du village.*

**462 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré 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'office est locataire de l'espace d'accueil . Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Quelques feuilles mortes au sol.*

**463 - Les abords privatifs de l'établissement sont en bon état.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré possible. Prendre en compte : façades, entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être en bon état. Constat visuel. Il est recommandé de veiller au bon état des abords même si l'office est locataire de l'espace d'accueil . Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

**464 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont propres.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Si plusieurs enseignes, mesure sur l'ensemble. Constat visuel. Il convient de prendre en compte les enseignes signalant l'office de tourisme (même publiques) : façade et panneaux directionnels. . Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

**466 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont harmonieuses.**

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel. . Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

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

Oui  Non

Pas de Non mesuré 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 BIT Secondaire N°4 (si existants)

**468 - 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 Mesuré

Le stationnement à plus de 200 mètres de l'OT n'est recommandé que pour les centres villes piétonniers. Possible non mesuré 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

*Un parking est disponible plus haut.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré 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 mesuré 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

*Des racks à vélo derrière le panneau d'affichage.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Pénaliser si absence d'action. Constat visuel. . Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

## Les affichages extérieurs BIT Secondaire N°4

**471 - La plaque Qualité Tourisme™ est apposée à l'entrée de l'établissement.**

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Logo autorisé pour les bâtiments classés. L'apposition en façade est recommandée. Possible non mesuré 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

**472 - A minima, il est affiché les horaires et les périodes d'ouverture, les langues pratiquées, l'ensemble des moyens de paiement acceptés, les numéros d'urgence et un plan de la ville**

Oui  Non  Non Mesuré

Actualisation des plaques de classement. Tous types d'affichage. Constat visuel. . Coef 1. Famille Information Communication Rattrapable

**473 - Les affichages extérieurs sont soignés, propres et en bon état.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

La mesure porte sur la qualité de l'affichage (calligraphie soignée, absence de ratures, feuilles non jaunies, feuilles non scotchées, etc.). Non mesuré si absence d'affichage. Constat visuel. . Coef 3. Information Communication Rattrapable

**474 - Les affichages extérieurs sont à jour**

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence d'affichage. Absence de vitrophanies obsolètes. Constat visuel. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

**475 - Les affichages extérieurs sont traduits dans une langue étrangère au moins**

Oui  Non  Non Mesuré

Possible non mesuré 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

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

Oui  Non

Bonus - Indiquer Non mesuré si réponse négative. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

## L'espace d'accueil BIT Secondaire N°4

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant, fond musical discret... Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

*L'espace est borgne et un peu sombre et humide. Il y a une petite marche à l'entrée qui peut être dangereuse.*

**478 - L'espace d'accueil est bien ordonné et la décoration et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Il ne s'agit pas de juger l'esthétique mais bien de vérifier la cohérence des équipements (Par exemple, absence d'ajouts de présentoirs complètement différents d'année en année). Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

*L'espace mériterait un petit rafraîchissement au niveau de la décoration. Le rideau dans le fond notamment n'est pas très qualitatif et il y a des affiches de 2016.*

**479 - L'espace d'accueil est propre.**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

*Quelques traces au sol dans l'entrée.*

**480 - L'espace d'accueil est en bon état.**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Non mesuré possible si pas de signalétique. Par exemple, présentoirs, billetterie et repérage au sein de l'office (en particulier pour les lieux partagés). Possible non mesuré 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

**482 - 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 Mesuré

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

## Accueillir et informer BIT Secondaire N°4

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

Oui     Non     Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

*C'est Lucille qui m'accueille tout de suite quand j'entre. Elle porte son badge.*

**484 - La tenue et la présentation du personnel d'accueil doivent être soignées et propres**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

*Elle est en tenue de ville.*

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

**486 - Le personnel lors de l'accueil doit être présent, disponible, attentif et abandonner toute tâche administrative dès l'arrivée d'un visiteur**

Oui     Non     Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

**487 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination**

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Lors des audits complets, en l'absence de visiteurs permettant d'apprécier ce critère par observation, les auditeurs réalisent une simulation d'entretien avec un conseiller. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*Arrivée à 10H30, Je me présente et explique que l'on vient d'arriver mais qu'il pleut. Lucille me confirme que le temps n'est pas très bon mais que cela peut changer. Elle me demande si je suis avec des enfants et je dis que j'ai un petit de 2 ans. Elle me sort la carte de la destination et commence par me proposer des sentiers faciles à faire, le tour du village de Sainte Croix et celui de Saint Etienne à proximité avec la Cascade et le restaurant. J'insiste alors sur le fait que j'aimerais des activités à faire à l'intérieur. Elle me demande où je loge et combien de temps et me propose de faire un tour en petit train à vapeur ou la grotte de Trabuc. Elle me rassure également sur le temps en me disant que cela devrait aller ce weekend. Le téléphone sonne, elle s'excuse et répond. J'en profite pour regarder l'espace boutique et prendre un petit livre sur les plantes. Elle me demande si je veux l'acheter et me propose un exemplaire neuf plutôt que le modèle d'exposition qu'elle va chercher dans son stock. Je lui demande alors un ticket qu'elle commence à m'imprimer, mais l'imprimante fait un bourrage papier et elle m'explique que c'est dû à l'humidité. Elle commence à s'excuser et me dit qu'elle ne pourra peut être pas me faire de ticket puis celui-ci s'imprime. elle prend le temps de le découper au ciseau. Elle me demande si je désire autre chose et je demande des conseils pour les restaurants. Elle m'indique des restaurants sur la route et à Saint Etienne. Puis je lui demande pour une station service et elle m'indique celle du village mais me conseille d'aller directement à Saint Jean du Gard si je peux car ce sera moins cher. Elle prend le temps de me demander si j'ai besoin d'autres choses et récapitule les informations données. Puis elle me donne le marque page de la destination en m'expliquant que si je souhaite donner mon avis sur l'office je peux le faire en suivant le QR code. Elle me demande mon code postal et me remercie de ma visite. L'accueil est chaleureux et agréable mais le conseil toujours très orienté outdoor.*

**488 - La reformulation de la demande par le conseiller en séjour est réalisée de manière formelle, claire et précise**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

**489 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le personnel d'accueil élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

**490 - Le personnel d'accueil enregistre les informations de dernière minute concernant les activités touristiques du territoire (fermeture pour travaux, changement d'heures d'ouverture, annulation de manifestation...) et en informe les visiteurs**

Oui  Non  Non Mesuré

Critère à auditer en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère et lors de l'audit complet. L'auditeur vérifie également sur le site internet que l'information concernant les animations soit actualisée. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

**491 - Le personnel d'accueil propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

"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 mesuré"" quand la situation ne s'est pas présentée . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable"

**492 - Les agents d'accueil présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins...)**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**493 - Le personnel d'accueil est en capacité de présenter aux visiteurs les principaux sites et services touristiques de la destination.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**494 - Le personnel d'accueil doit pouvoir informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**495 - BONUS : Les agents d'accueil disposent d'un outil numérique afin de présenter les offres et les services touristiques de la destination.**

Oui  Non

Contrôle visuel. . Famille Information Communication. Coef 3 Rattrapable

**496 - Le personnel d'accueil pratique une langue étrangère.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**497 - Le personnel d'accueil pratique au moins deux langues étrangères.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*En anglais uniquement.*

**498 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.**

Oui  Non

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

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

"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"

## 500 - A la fin de la prestation, le personnel s'assure d'avoir répondu à la demande du client de manière satisfaisante et l'incite à remplir l'outil de recueil de satisfaction.

Oui  Non  Non Mesuré

L'outil de recueil de satisfaction peut être sur place ou dématérialisé et rempli par la visiteur a posteriori de la visite. Contrôle visuel. . Famille Savoir faire savoir être. Une sollicitation orale ou écrite (affichage, e-mail, autocollant ...) informe le client du recueil de la satisfaction. (cf critère Ecoute client) Coef 3 Non Rattrapable

## 501 - L'OT fournit l'information spécifique relative aux services et structures adaptés à la clientèle en situation de handicap

Oui  Non  Non Mesuré

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

## La documentation sur la destination BIT Secondaire N°4

### 502 - Les documents sont traduits en au moins une langue étrangère

Oui  Non  Non Mesuré

Il s'agit des principaux documents produits par l'OT lui-même ex : guides, cartes (et non de ceux des socio-pros). Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

*Documentation générale.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

### 504 - BONUS : Les documents sont traduits en une troisième langue étrangère correspondant à la fréquentation de la destination

Oui  Non

BONUS - Non mesuré si réponse négative. Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

### 505 - Le personnel doit fournir une information actualisée, qualifiée et complète sur sa destination dans l'intérêt du client.

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

### 506 - La charte graphique ou l'identité visuelle sont appliquées à tous ses supports

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

## La boutique BIT Secondaire N°4

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente non dédié. L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à présentation des produits (ex : veiller à 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

*Deux espaces de présentation des livres et objets sur le territoires dans l'entrée. Facile à lire et regarder mais les prix ne sont pas bien affichés.*

### 508 - La gamme de produits est diversifiée.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Librairie, cartes postales, gadgets, produits enfants etc. Contrôle visuel. Coche en "non mesuré" 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). Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable"

*Essentiellement des livres sur la région et des cartes postales.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. 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. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable

### 510 - Sur demande un paquet cadeau est réalisé.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Vérifier présence papier cadeau lors du débriefing pour l'audit complet. Une pochette ou un sac kraft fermé peuvent constituer un papier cadeau. Contrôle visuel. Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

**511 - 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 Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Poser une question sur un produit. Evaluer capacité à répondre. Contrôle visuel . Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

**512 - 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 Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Contrôle visuel . Une personne permanente 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. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

**513 - 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

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

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

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

**515 - L'origine des produits provenant de producteurs locaux est indiquée**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 3 Rattrapable

**516 - 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 Mesuré

Famille QT : Savoir faire savoir-être Coef 1 Non Rattrapable

**517 - L'OT disposant d'un site internet présente l'espace boutique**

Oui  Non  Non Mesuré

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 QT : Information Communication Coef 1 Rattrapable

**518 - Les moyens de paiements sont affichés en évidences à l'intérieur de l'OT**

Oui  Non  Non Mesuré

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

## *Distanciation physique BIT Secondaire N°4*

**519 - Il est recommandé qu'une invitation à télécharger l'application « Tous anti-covid » soit présente**

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

**520 - Il est recommandé d'encourager l'activation de l'application «Tous AntiCovid»lors de l'entrée dans l'établissement.**

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

## *Gestes barrière client BIT Secondaire N°4*

**521 - Les règles de distanciation physique (1m entre chaque groupe) sont rappelées et respectées tout au long du parcours client.**

Oui  Non  Non Mesuré

Pour les hébergements ( dans les zones de regroupement) ou la restauration, les parcs de loisir, port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Lorsque cela est pertinent, notamment sur les lieux d'accueil ( réception ) des barrières physiques additionnelles sont installées (vitrines, cloisons temporaires...) pour réduire les flux de circulation d'air et les contacts directs.

**522 - Respecter une distance physique de 2 mètres en milieu clos et en extérieur (hors personnes d'un même foyer) lorsque le port du masque n'est pas possible. Une distanciation physique d'un mètre doit être respectée en tout lieu et en toute circonstance.**

Oui  Non  Non Mesuré

Pour les hébergements ( dans les zones de regroupement) ou la restauration, les parcs de loisir, port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Lorsque cela est pertinent, notamment sur les lieux d'accueil ( réception ) des barrières physiques additionnelles sont installées (vitrines, cloisons temporaires...) pour réduire les flux de circulation d'air et les contacts directs.

### 523 - Les clients portent un masque dans les espaces intérieurs

Oui  Non  Non Mesuré

Toute personne de onze ans ou plus (fortement recommandé à partir de 6 ans). Les personnes portent un masque grand public dans les espaces intérieurs, où il y a des possibilités de regroupement. Respecter une distance physique de 2 mètres en milieu clos et en extérieur (hors personnes d'un même foyer) lorsque le port du masque n'est pas possible. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Pour l'HPA, les RT, les VV, attention spécifique pour les activités de loisir et les animations. Pour l'HPA attention spécifique équipements collectifs pour la vaisselle attendue aux sanitaires, etc.).

### 524 - Le personnel porte un masque .

Oui  Non  Non Mesuré

Dans tous les cas de risque de rupture des règles de distanciation physique sauf dispositif physique type pareflex à l'accueil par exemple. Restauration: port du masque obligatoire pour le service et pas de gants.

### 525 - Du gel hydro alcoolique ou toute autre solution désinfectante est mise à disposition du public de façon visible et sont positionnés aux endroits stratégiques de l'établissement

Oui  Non  Non Mesuré

Preuve visuelle de la mise en place des solutions désinfectantes + pertinence de leur localisation. Présence d'un mot d'information demandant au client de signaler la rupture de stock de gel hydroalcoolique ou équivalent (ex: fin du flacon...). Pour les sorties nature, le gel est proposé au départ de la sortie... Pour la restauration sur les tables Pour le LDV : tout au long du parcours de visite et renforcés aux endroits nécessaires (entrées et sorties des attractions et des lieux de spectacles, par exemple).

### 526 - Le mode de paiement sans contact est privilégié,

Oui  Non  Non Mesuré

Tout mode de paiement sans contact (pré-paiement, virement, cartes bancaires, téléphone...) est privilégié, pour cela une communication explicite est affichée ou des consignes orales sont formulées. Présence affichette. Pour Hôtellerie/HPA/RT/VV la remise de la facture et la signature dématérialisées sont privilégiées

### 527 - Il est recommandé que les objets pouvant être touchés par plusieurs personnes ne soient pas mis à disposition du client ou fassent l'objet d'une désinfection après chaque utilisation

Oui  Non  Non Mesuré

" Ex dans les hébergements : livres, jeux, journaux, dépliants réutilisables, stylos à l'accueil, ordinateurs en libre-service, etc.). Ex dans la restauration : livres, jeux, journaux, salières, etc (sauf éléments partagés au sein du même table : carafe, panière... ).Le sel ou le poivre peuvent être proposés en sachets unitaires. Ex : dans les Lieux de visite et OT : supprimer les supports de médiation partagés (numériques et papier) et audioguides susceptibles de passer de mains en mains ou, si leur maintien est prévu, prévoir de les désinfecter après chaque utilisation ; Dans les caveaux : ne pas toucher les cuves, les bouteilles, les crachoirs et ne pas manipuler inutilement les produits ou le mobilier. Inviter à consulter les informations que l'établissement leur met à disposition (affichettes, etc). Si l'établissement a l'habitude de demander aux clients de remplir un livre d'or ou un questionnaire, remplacer les supports papier par un questionnaire informatique à envoyer par mail. Non applicable aux produits de la boutique."

## Gestion des flux BIT Secondaire N°4

### 528 - Si l'accès à la documentation en libre-service (supports de médiation papier, brochures touristiques...) est maintenu, il est organisé

Oui  Non  Non Mesuré

Des solutions alternatives au libre-service sont privilégiées ( QRcode, renvoi vers des documents dématérialisés...). Pour la documentation à disposition en libre-service, il est conseillé d'apposer un autocollant ou une affichette 'Brochure touchée, brochure emportée'. Dans le cas de maintien de supports papier leur évacuation est organisée ( poubelle à pédales). Pour les OT : limiter la documentation à disposition, imprimer à la demande, envoyer les liens dématérialisés des documents des pros...

### 529 - Un plan de circulation pour limiter les croisements et respecter les distances de sécurité, (marquage au sol, mural, sur les sièges...), est établi et matérialisé.

Oui  Non  Non Mesuré

Des plans de circulation doivent ainsi être mis en œuvre pour garantir le respect de la distanciation physique minimaleY compris dans les files d'attente susceptibles de se former à l'intérieur et à l'extérieur de l'établissement., que ce soit dans des lieux clos et exigus ou dans des espaces ouverts, mais sous une forme incitative plus que contraignante (fluidifier plutôt que ralentir). Inciter le public à privilégier les escaliers aux ascenseurs lorsque cela est possible. Non mesuré possible pour les petites surfaces déportant leur accueil à l'extérieur.

### 530 - Espaces d'attente : réduction/suppression des espaces d'attente ou réduction du nombre de places assises, de manière à ce que les distances entre individus soient respectées

Oui  Non  Non Mesuré

### 531 - Dès que possible, les flux entrées et sorties des clients et/ou marque de sens de circulation à l'intérieur des établissements (couloirs, allées...) sont séparés

Oui  Non  Non Mesuré

## Gestion des flux - Visite guidée BIT Secondaire N°4

### 532 - Les visites guidées en espace intérieur et extérieur sont limitées à 10 personnes maximum sauf si elles sont réalisées par un guide détenteur d'une carte professionnelle de guide conférencier. A partir du 30 juin, la taille du groupe n'est plus limitée.

Oui  Non  Non Mesuré

Le guide et les visiteurs portent un masque grand public. Par ailleurs, calibrage de la taille des groupes de façon à pouvoir respecter la distanciation physique et régulation de la fréquentation (limiter les départs toutes les X minutes).

## Respect des consignes BIT Secondaire N°4

### 533 - Le personnel de l'établissement s'assure que les règles et les bonnes pratiques définies sont bien respectées par les clients

Oui  Non  Non Mesuré

En cas de non respect, le personnel rappelle les consignes aux personnes concernées et s'assurent de leur bonne application avec bienveillance et pédagogie. Pour les LDV, si la visite est libre, poster du personnel sur le parcours pour veiller au respect des consignes par les visiteurs, lorsque cela est possible.

## Adaptation de l'offre Réaménagement & restrictions d'activité BIT Secondaire N°4

### 534 - Le fonctionnement des fontaines à eau, les machines à cafés, distributeurs de boissons, équipements libres service destinées au public est suspendu .

Oui  Non  Non Mesuré

Les mini-bars sont temporairement suspendus de préférence

### 535 - Les activités ou les espaces qui ne pourraient pas faire l'objet de mesures de prévention sont suspendus/fermés temporairement

Oui  Non  Non Mesuré

Ex : (banquettes et fauteuils dans les lobbys et accueils, aire de jeux pour enfants dans les hôtels, salles communes exigües, etc.). Pour les parcs d'attraction retrait des mascottes du site lorsque aucune solution ne permet de respecter les distances de sécurité.

### 536 - La vente de produits est adaptée par un aménagement des différents services du site afin de répondre aux exigences des mesures de prévention et de mesures barrière : réorganisation de la vente de produits de restauration et de snacking, aménagement de la vente de produits dans les boutiques, etc.

Oui  Non  Non Mesuré

Ex: Adaptation de l'offre des produits, notamment pour les produits vendus en vrac (arrêt des bonbons en vrac ou solution alternative, par exemple en assurant le service des produits par un opérateur ou la distribution de gants jetables à usage unique pour les visiteurs).

### 537 - Les parcours et les modalités des activités (visites guidées, ateliers pédagogiques...) sont modifiées si nécessaire pour prévenir tout risque de promiscuité.

Oui  Non  Non Mesuré

"Pour les LDV : Les activités d'éducation artistique et culturelle sont possibles, sous réserve qu'elles puissent se faire dans des conditions sanitaires satisfaisantes pour les animateurs et les publics ; Le port du masque « grand public » est préconisé pour les personnes appelées à intervenir devant des groupes."

### 538 - Les bornes tactiles interactives ne sont plus accessibles au public, si elles sont maintenues un protocole de nettoyage et de désinfection spécifique est mis en place.

Oui  Non  Non Mesuré

Exemple : un nettoyage périodique. Il est également possible de mettre à disposition des lingettes (prévoir alors le dispositif d'élimination) ou une solution hydroalcoolique. Exemple : prévoir un nettoyage périodique des bornes. Il est également possible de mettre à disposition des visiteurs des lingettes (prévoir le dispositif d'élimination dans ce cas) ou du gel hydroalcoolique. En cas d'arrêt, mettre en place un affichage précisant l'arrêt volontaire pour des raisons d'hygiène

## BIT Secondaire N°5

### BIT Secondaire N°5

#### 539 - Nom du BIT Secondaire N°5

Oui  Non  Non Mesuré

Indiquer le nom du BIT

Vialas

### Accueil téléphonique BIT Secondaire N°5

#### 540 - La réponse au téléphone doit être rapide : maximum 4 sonneries

Oui  Non  Non Mesuré

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 des VM OTF/ADN Tourisme. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

#### 541 - 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 Mesuré

"Cocher en ""non mesuré"" en absence de pré-décroché. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable"

#### 542 - L'identité du site doit être précisée dans la formule d'accueil

Oui  Non  Non Mesuré

L'identité du site peut également être éventuellement précisée dans dans le pré-décroché. 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. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

#### 543 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

09/08- C'est Morgane qui répond. Elle est très agréable au téléphone, parle clairement et facilement. Je demande des informations sur le cours de yoga du jour. Elle fait sa recherche et m'explique qu'il faut en fait contacter la professeur et me donne directement ses coordonnées. Elle s'assure que j'ai bien noté et me demande si j'ai besoin d'autre chose et raccroche avec une formule de politesse.

#### 544 - La reformulation de la demande par le conseiller est réalisée de manière formelle, claire et précise

Oui  Non  Non Mesuré

La reformulation n'est pas toujours nécessaire pour des questions très simples (ex : demande de plan, horaire). Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

Elle reformule en me demandant si j'ai bien noté les coordonnées.

#### 545 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le conseiller élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

#### 546 - Le conseiller propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

#### 547 - Les conseillers présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épicerie, médecins...)

Oui  Non  Non Mesuré

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

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

#### 549 - Le conseiller doit pouvoir informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence

Oui  Non  Non Mesuré

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

Elle regarde sur l'agenda.

#### 550 - Le conseiller pratique une langue étrangère.

Oui  Non  Non Mesuré

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

#### 551 - Le conseiller pratique au moins deux langues étrangères.

Oui  Non  Non Mesuré

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

07/09: Par Maaïke, C'est Lucille qui répond. Elle explique qu'elle vient la semaine prochaine et qu'elle aimerait réserver un cours de cuisine locale. Lucille explique que l'Office ne fait pas de réservation en direct et qu'elle ne propose pas de cours de cuisine, mais qu'elle peut faire une recherche pour trouver un prestataire sur place. Elle demande de patienter 5 minutes et la met en attente en lui demandant si c'est ok pour elle. Elle l'a fait patienter près de 3 minutes. Elle reprend, l'appel et remercie d'avoir patienté. Elle propose de donner les coordonnées de restaurant de ferme où éventuellement il sera possible de faire un cours mais elle n'est sûre de rien. Elle demande où la clientèle reste. Elle propose alors un prestataire et donne les coordonnées. C'est Maaïke qui demande à ce qu'elle épelle le nom pour qu'elle note. Elle présente le restaurant. Puis un autre. Elle répond à la demande en détail mais encore c'est à Maaïke de lui demander d'épeler. Elle ne rebondit pas pour élargir malgré le fait que la clientèle explique qu'elle vient 2 semaines. Elle demande simplement si elle a besoin d'autre chose avant la fin de la conversation. L'anglais est bien maîtrisé.

**552 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.**

Oui  Non

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

**553 - Le personnel d'accueil assure le même niveau de service au téléphone qu'en face à face**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

L'objectif est de ne pas privilégier l'accueil téléphonique et l'accueil physique l'un par rapport à l'autre. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

**554 - L'OT sépare l'accueil téléphonique de l'accueil physique en période d'affluence**

Oui  Non  Non Mesuré

"Contrôle visuel lors de la visite mystère ou de l'audit complet. Cocher en ""non mesuré"" en l'absence de forte fréquentation observée.. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 1 Rattrapable"

**555 - En cas de recherche trop longue ou d'affluence, le personnel de l'OT doit proposer au correspondant téléphonique de le rappeler ou de lui adresser les informations par écrit**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Recherche de plus de 3 minutes, c'est long !*

**556 - Le répondeur téléphonique est mis en fonctionnement pendant les périodes de fermetures**

Oui  Non  Non Mesuré

. Famille Qualité de la prestation. Coef 3 Rattrapable

**557 - Le message est en une langue étrangère a minima**

Oui  Non  Non Mesuré

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 BIT Secondaire N°5

**558 - L'envoi d'informations correspond précisément à la demande du client**

Oui  Non  Non Mesuré

Les informations et la documentation envoyée 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.). Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable

*Le 24 août via le formulaire de contact. Je demande des idées d'activités pour les vacances de la Toussaint en famille. Le message est complet et bien écrit.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

**560 - Un accusé de réception est envoyé lors d'une demande de documentation par courriel**

Oui  Non  Non Mesuré

"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 mesuré"" et 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"

**561 - Lors d'une demande d'information en français, la réponse écrite est personnalisée et adaptée.**

Oui  Non

"A la différence du critère n°26 (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 . Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable"

**562 - Lors d'une demande d'informations en langue étrangère, la réponse est personnalisée, adaptée et dans la langue de la demande.**

Oui  Non

Pas de Non mesuré 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

*Le 19 août, je demande une liste de gîtes pour 6 personnes et s'il faut un pass pour les louer. C'est Lucille qui me répond le jour même dans un mail très complet et facile à lire.*

**563 - Lors d'une demande d'informations, la réponse mentionne le logo Qualité Tourisme™ dans la signature.**

Oui  Non  Non Mesuré

Item noté Non mesuré en cas d'adhésion. Le logo est à apposer pour les signatures mail pour les BIT inclus dans le périmètre de labellisation. Contrôle visuel . Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

## Les abords de l'établissement et la signalétique BIT Secondaire N°5

### 564 - BONUS : L'OT est implanté dans un endroit stratégique

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

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

*Sur la route du haut du Village, pas forcément sur la route principale et peu de stationnement tout prêt.*

### 565 - 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 Mesuré

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

*Difficile à trouver depuis le bas du village.*

### 566 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré 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'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Devant la devanture, du verre cassé et un rouleau d'adhésif.*

### 567 - Les abords privatifs de l'établissement sont en bon état.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré possible. Prendre en compte : façades, entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être en bon état. Constat visuel. Il est recommandé de veiller au bon état des abords même si l'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

*La vitrine principale est abimée, la bâche également.*

### 568 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont propres.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

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

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

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Si plusieurs enseignes, mesure sur l'ensemble. Constat visuel. Il convient de prendre en compte les enseignes signalant l'office de tourisme (même publiques) : façade et panneaux directionnels. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

### 570 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont harmonieuses.

Oui     Non     Non Mesuré

Constat visuel. Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Une harmonisation des enseignes et bâches est nécessaire pour plus de netteté.*

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

Oui     Non

Pas de Non mesuré 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

*Des tables et chaises lors de l'ouverture mais une vitrine cassée.*

## Le parking et les extérieurs privatifs BIT Secondaire N°5 (si existants)

### 572 - 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 Mesuré

Le stationnement à plus de 200 mètres de l'OT n'est recommandé que pour les centres villes piétonniers. Possible non mesuré 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

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

Oui     Non     Non Mesuré

Non mesuré 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 mesuré 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

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

Oui  Non  Non Mesuré

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. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Pénaliser si absence d'action. Constat visuel. . Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

*Le cendrier n'est pas vidé lors de la premier visite le jeudi après-midi.*

## Les affichages extérieurs BIT Secondaire N°5

**575 - La plaque Qualité Tourisme™ est apposée à l'entrée de l'établissement.**

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Logo autorisé pour les bâtiments classés. L'apposition en façade est recommandée. Possible non mesuré 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

**576 - A minima, il est affiché les horaires et les périodes d'ouverture, les langues pratiquées, l'ensemble des moyens de paiement acceptés, les numéros d'urgence et un plan de la ville**

Oui  Non  Non Mesuré

Actualisation des plaques de classement. Tous types d'affichage. Constat visuel. . Coef 1. Famille Information Communication Rattrapable

**577 - Les affichages extérieurs sont soignés, propres et en bon état.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

La mesure porte sur la qualité de l'affichage (calligraphie soignée, absence de ratures, feuilles non jaunies, feuilles non scotchées, etc.). Non mesuré si absence d'affichage. Constat visuel. . Coef 3. Information Communication Rattrapable

**578 - Les affichages extérieurs sont à jour**

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence d'affichage. Absence de vitrophanies obsolètes. Constat visuel. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

**579 - Les affichages extérieurs sont traduits dans une langue étrangère au moins**

Oui  Non  Non Mesuré

Possible non mesuré 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

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

Oui  Non

Bonus - Indiquer Non mesuré si réponse négative. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

## L'espace d'accueil BIT Secondaire N°5

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant, fond musical discret... Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

*Tout est très rectiligne. Posés à la même hauteur et difficile à départager de la boutique. Une table et une chaise pour le conseiller dans un coin.*

**582 - L'espace d'accueil est bien ordonné et la décoration et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Il ne s'agit pas de juger l'esthétique mais bien de vérifier la cohérence des équipements (Par exemple, absence d'ajouts de présentoirs complètement différents d'année en année). Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

*Une réorganisation et refonte complète des lieux est prévue.*

**583 - L'espace d'accueil est propre.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

*Quelques feuilles et un papier au sol.*

**584 - L'espace d'accueil est en bon état.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

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

*Une vitrine cassée, la table est en plastique. Le jour de la visite il n'y a pas d'électricité et d'internet.*

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

Très satisfaisant    Satisfaisant    Insatisfaisant    Très insatisfaisant    Non Mesuré

Non mesuré possible si pas de signalétique. Par exemple, présentoirs, billetterie et repérage au sein de l'office (en particulier pour les lieux partagés). Possible non mesuré 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

*Les documents sont classés par thème.*

**586 - 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 Mesuré

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

## Accueillir et informer BIT Secondaire N°5

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

Oui    Non    Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

*Barbara porte son badge retourné. Peut être qu'il faut envisager des badges plus sont forme pins.*

**588 - La tenue et la présentation du personnel d'accueil doivent être soignées et propres**

Très satisfaisant    Satisfaisant    Insatisfaisant    Très insatisfaisant    Non Mesuré

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

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

Très satisfaisant    Satisfaisant    Insatisfaisant    Très insatisfaisant    Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

*Barbara a installé des tables et chaises à l'extérieur pour pallier au manque de place à l'intérieur. Il existe toutefois une assise à l'intérieur, aménagé selon les possibilités offertes par l'espace actuel.*

**590 - Le personnel lors de l'accueil doit être présent, disponible, attentif et abandonner toute tâche administrative dès l'arrivée d'un visiteur**

Oui    Non    Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

*Elle se lève tout de suite pour m'accueillir.*

**591 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination**

Très satisfaisant    Satisfaisant    Insatisfaisant    Très insatisfaisant    Non Mesuré

Lors des audits complets, en l'absence de visiteurs permettant d'apprécier ce critère par observation, les auditeur-trices réalise une simulation d'entretien avec un conseiller. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

*J'explique que nous sommes là pour le weekend avec un enfant de 2 ans et un chien et nous cherchons des activités à faire. Elle me demande si je suis sur Vialas et si je peux me déplacer. Je dis oui. Elle commence par étudier l'agenda local et me propose les activités et visite guidées prévues pour le weekend. Elle insiste sur les activités qui seront adaptées pour les enfants. Elle m'accompagne ensuite vers les flyers et m'indique les ballades à dos d'ânes et le musée de la mine. Elle me parle également des randonnées et sentiers faciles à faire à proximité. Je demande où je peux sortir de l'argent et elle m'indique le village voisin ou Pont de Montvert qu'elle me conseille pour la baignade si cela nous dit. Elle nous conseille d'aller y faire un tour car le village est joli. Je fais le tour de la boutique et vais pour acheter un livre mais comme il n'y a pas d'internet, elle ne peut pas prendre la carte, seulement de l'espèce et je n'en ai pas assez. Je ne prends donc pas le livre. Elle me remercie tout de même et avant mon départ, elle me tend en plus des documents locaux, le marque-page en m'invitant à aller sur le site de l'office et les réseaux sociaux.*

**592 - La reformulation de la demande par le conseiller en séjour est réalisée de manière formelle, claire et précise**

Oui    Non    Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

**593 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le personnel d'accueil élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée**

Oui    Non    Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

**594 - Le personnel d'accueil enregistre les informations de dernière minute concernant les activités touristiques du territoire (fermeture pour travaux, changement d'heures d'ouverture, annulation de manifestation...) et en informe les visiteurs**

Oui  Non  Non Mesuré

Critère à auditer en dévoilé sur le bureau principal avant le débriefing lors de la Visite mystère et lors de l'audit complet. L'auditeur vérifie également sur le site internet que l'information concernant les animations soit actualisée. Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 3 Non Rattrapable

**595 - Le personnel d'accueil propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

"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 mesuré" quand la situation ne s'est pas présentée . Famille Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3 Non Rattrapable"

**596 - Les agents d'accueil présentent sur demande, une information sur les commerces, commodités et services de proximité (pharmacies, épiceries, médecins...)**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**597 - Le personnel d'accueil est en capacité de présenter aux visiteurs les principaux sites et services touristiques de la destination.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**598 - Le personnel d'accueil doit pouvoir informer sur les animations et événements sur sa zone de compétence**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**599 - BONUS : Les agents d'accueil disposent d'un outil numérique afin de présenter les offres et les services touristiques de la destination.**

Oui  Non

Contrôle visuel. . Famille Information Communication. Coef 3 Rattrapable

*Un borne tactile à l'extérieur.*

**600 - Le personnel d'accueil pratique une langue étrangère.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

*Anglais*

**601 - Le personnel d'accueil pratique au moins deux langues étrangères.**

Oui  Non  Non Mesuré

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

**602 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.**

Oui  Non

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

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

"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"

**604 - A la fin de la prestation, le personnel s'assure d'avoir répondu à la demande du client de manière satisfaisante et l'incite à remplir l'outil de recueil de satisfaction.**

Oui  Non  Non Mesuré

L'outil de recueil de satisfaction peut être sur place ou dématérialisé et rempli par la visiteur a posteriori de la visite . Contrôle visuel. . Famille Savoir faire savoir être. Une sollicitation orale ou écrite (affichage, e-mail, autocollant ...) informe le client du recueil de la satisfaction. (cf critère Ecoute client) Coef 3 Non Rattrapable

**605 - L'OT fournit l'information spécifique relative aux services et structures adaptés à la clientèle en situation de handicap**

Oui  Non  Non Mesuré

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

## La documentation sur la destination BIT Secondaire N°5

**606 - Les documents sont traduits en au moins une langue étrangère**

Oui  Non  Non Mesuré

Il s'agit des principaux documents produits par l'OT lui-même ex : guides, cartes (et non de ceux des socio-pros). Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande.  
Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

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

Oui  Non  Non Mesuré

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

**608 - BONUS : Les documents sont traduits en une troisième langue étrangère correspondant à la fréquentation de la destination**

Oui  Non

BONUS - Non mesuré si réponse négative. Les documents dont l'OT est à l'origine peuvent être imprimés à la demande. Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

**609 - Le personnel doit fournir une information actualisée, qualifiée et complète sur sa destination dans l'intérêt du client.**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Savoir-Faire Savoir-Etre Coef 9 Non Rattrapable

**610 - La charte graphique ou l'identité visuelle sont appliquées à tous ses supports**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Information Communication Coef 3 Rattrapable

## La boutique BIT Secondaire N°5

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

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente non dédié. L'auditeur contrôle le soin particulier apporté à présentation des produits (ex : veiller à 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

*La boutique est posée sur la table centrale, il n'y a pas de vrai différenciation avec la documentation.*

**612 - La gamme de produits est diversifiée.**

Oui  Non  Non Mesuré

"Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Librairie, cartes postales, gadgets, produits enfants etc. Contrôle visuel. Coche en "non mesuré" 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). Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable"

*Essentiellement des livres.*

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

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. 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. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Non Rattrapable

**614 - Sur demande un paquet cadeau est réalisé.**

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Vérifier présence papier cadeau lors du débriefing pour l'audit complet. Une pochette ou un sac kraft fermé peuvent constituer un papier cadeau. Contrôle visuel. Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

**615 - 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 Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Poser une question sur un produit. Evaluer capacité à répondre. Contrôle visuel. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

**616 - 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 Mesuré

Non mesuré si absence de boutique ou espace de vente. Contrôle visuel . Une personne permanente 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. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre Non Rattrapable

**617 - 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

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

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

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Qualité de la prestation Coef 1 Rattrapable

**619 - L'origine des produits provenant de producteurs locaux est indiquée**

Oui  Non  Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 3 Rattrapable

**620 - 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 Mesuré

Famille QT : Savoir faire savoir-être Coef 1 Non Rattrapable

**621 - L'OT disposant d'un site internet présente l'espace boutique**

Oui  Non  Non Mesuré

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 QT : Information Communication Coef 1 Rattrapable

**622 - Les moyens de paiements sont affichés en évidences à l'intérieur de l'OT**

Oui  Non  Non Mesuré

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

## Distanciation physique BIT Secondaire N°5

**623 - Il est recommandé qu'une invitation à télécharger l'application « Tous anti-covid » soit présente**

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

**624 - Il est recommandé d'encourager l'activation de l'application « Tous AntiCovid » lors de l'entrée dans l'établissement.**

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

## Gestes barrière client BIT Secondaire N°5

**625 - Les règles de distanciation physique (1m entre chaque groupe) sont rappelées et respectées tout au long du parcours client.**

Oui  Non  Non Mesuré

Pour les hébergements ( dans les zones de regroupement) ou la restauration, les parcs de loisir, port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Lorsque cela est pertinent, notamment sur les lieux d'accueil ( réception ) des barrières physiques additionnelles sont installées (vitres, cloisons temporaires....) pour réduire les flux de circulation d'air et les contacts directs.

**626 - Respecter une distance physique de 2 mètres en milieu clos et en extérieur (hors personnes d'un même foyer) lorsque le port du masque n'est pas possible. Une distanciation physique d'un mètre doit être respectée en tout lieu et en toute circonstance.**

Oui  Non  Non Mesuré

Pour les hébergements ( dans les zones de regroupement) ou la restauration, les parcs de loisir, port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Pour l'HPA , les RT, les VV, attention spécifique pour les activités de loisir et les animations . Pour l'HPA attention spécifique équipements collectifs pour la vaisselle attente aux sanitaires, etc.).

**627 - Les clients portent un masque dans les espaces intérieurs**

Oui  Non  Non Mesuré

Toute personne de onze ans ou plus ( fortement recommandé à partir de 6 ans ). Les personnes portent un masque grand public dans les espaces intérieurs, où il y a des possibilités de regroupement. Respecter une distance physique de 2 mètres en milieu clos et en extérieur (hors personnes d'un même foyer) lorsque le port du masque n'est pas possible. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Pour l'HPA , les RT, les VV, attention spécifique pour les activités de loisir et les animations . Pour l'HPA attention spécifique équipements collectifs pour la vaisselle attente aux sanitaires, etc.).

## 628 - Le personnel porte un masque .

Oui  Non  Non Mesuré

Dans tous les cas de risque de rupture des règles de distanciation physique sauf dispositif physique type pareflex à l'accueil par exemple. Restauration: port du masque obligatoire pour le service et pas de gants.

## 629 - Du gel hydro alcoolique ou toute autre solution désinfectante est mise à disposition du public de façon visible et sont positionnés aux endroits stratégiques de l'établissement

Oui  Non  Non Mesuré

Preuve visuelle de la mise en place des solutions désinfectantes + pertinence de leur localisation. Présence d'un mot d'information demandant au client de signaler la rupture de stock de gel hydroalcoolique ou équivalent (ex: fin du flacon...) . Pour les sorties nature, le gel est proposé au départ de la sortie. . Pour la restauration sur les tables Pour le LDV : tout au long du parcours de visite et renforcés aux endroits nécessaires (entrées et sorties des attractions et des lieux de spectacles, par exemple).

## 630 - Le mode de paiement sans contact est privilégié,

Oui  Non  Non Mesuré

Tout mode de paiement sans contact (pré-paiement, virement, cartes bancaires, téléphone...) est privilégié, pour cela une communication explicite est affichée ou des consignes orales sont formulées. Présence affichette . Pour Hôtellerie/HPA/RT/VV la remise de la facture et la signature dématérialisées sont privilégiées

## 631 - Il est recommandé que les objets pouvant être touchés par plusieurs personnes ne soient pas mis à disposition du client ou fassent l'objet d'une désinfection après chaque utilisation

Oui  Non  Non Mesuré

" Ex dans les hébergements : livres, jeux, journaux, dépliants réutilisables, stylos à l'accueil, ordinateurs en libre-service, etc.). Ex dans la restauration : livres, jeux, journaux, salières, etc (sauf éléments partagés au sein du même table : carafe, panier...) .Le sel ou le poivre peuvent être proposés en sachets unitaires . Ex : dans les Lieux de visite et OT : supprimer les supports de médiation partagés (numériques et papier) et audioguides susceptibles de passer de mains en mains ou, si leur maintien est prévu, prévoir de les désinfecter après chaque utilisation ; Dans les caveaux : ne pas toucher les cuves, les bouteilles, les crachoirs et ne pas manipuler inutilement les produits ou le mobilier. Inviter à consulter les informations que l'établissement leur met à disposition (affichettes, etc). Si l'établissement a l'habitude de demander aux clients de remplir un livre d'or ou un questionnaire, remplacer les supports papier par un questionnaire informatique à envoyer par mail. Non applicable aux produits de la boutique."

## Gestion des flux BIT Secondaire N°5

### 632 - Si l'accès à la documentation en libre-service (supports de médiation papier, brochures touristiques...) est maintenu, il est organisé

Oui  Non  Non Mesuré

Des solutions alternatives au libre-service sont privilégiées ( QRcode, renvoi vers des documents dématérialisés...). Pour la documentation à disposition en libre-service, il est conseillé d'apposer un autocollant ou une affichette 'Brochure touchée, brochure emportée'. Dans le cas de maintien de supports papier leur évacuation est organisée ( poubelle à pédales). Pour les OT : limiter la documentation à disposition, imprimer à la demande, envoyer les liens dématérialisés des documents des pros...

### 633 - Un plan de circulation pour limiter les croisements et respecter les distances de sécurité, (marquage au sol, mural, sur les sièges...), est établi et matérialisé.

Oui  Non  Non Mesuré

Des plans de circulation doivent ainsi être mis en œuvre pour garantir le respect de la distanciation physique minimaleY compris dans les files d'attente susceptibles de se former à l'intérieur et à l'extérieur de l'établissement., que ce soit dans des lieux clos et exigus ou dans des espaces ouverts, mais sous une forme incitative plus que contraignante (fluidifier plutôt que ralentir). Inciter le public à privilégier les escaliers aux ascenseurs lorsque cela est possible. Non mesuré possible pour les petites surfaces déportant leur accueil à l'extérieur.

### 634 - Espaces d'attente : réduction/suppression des espaces d'attente ou réduction du nombre de places assises, de manière à ce que les distances entre individus soient respectées

Oui  Non  Non Mesuré

### 635 - Dès que possible, les flux entrées et sorties des clients et/ou marque de sens de circulation à l'intérieur des établissements (couloirs, allées...) sont séparés

Oui  Non  Non Mesuré

## Gestion des flux - Visite guidée BIT Secondaire N°5

### 636 - Les visites guidées en espace intérieur et extérieur sont limitées à 10 personnes maximum sauf si elles sont réalisées par un guide détenteur d'une carte professionnelle de guide conférencier. A partir du 30 juin, la taille du groupe n'est plus limitée.

Oui  Non  Non Mesuré

Le guide et les visiteurs portent un masque grand public. Par ailleurs, calibrage de la taille des groupes de façon à pouvoir respecter la distanciation physique et régulation de la fréquentation (limiter les départs toutes les X minutes).

## Respect des consignes BIT Secondaire N°5

### 637 - Le personnel de l'établissement s'assure que les règles et les bonnes pratiques définies sont bien respectées par les clients

Oui  Non  Non Mesuré

En cas de non respect, le personnel rappelle les consignes aux personnes concernées et s'assurent de leur bonne application avec bienveillance et pédagogie. Pour les LDV, si la visite est libre, poster du personnel sur le parcours pour veiller au respect des consignes par les visiteurs, lorsque cela est possible.

## Adaptation de l'offre Réaménagement & restrictions d'activité BIT Secondaire N°5

### 638 - Le fonctionnement des fontaines à eau, les machines à cafés, distributeurs de boissons, équipements libres service destinées au public est suspendu .

Oui  Non  Non Mesuré

Les mini-bars sont temporairement suspendus de préférence

### 639 - Les activités ou les espaces qui ne pourraient pas faire l'objet de mesures de prévention sont suspendus/fermés temporairement

Oui  Non  Non Mesuré

Ex : (banquettes et fauteuils dans les lobbys et accueils, aire de jeux pour enfants dans les hôtels, salles communes exigües, etc.). Pour les parcs d'attraction retrait des mascottes du site lorsque aucune solution ne permet de respecter les distances de sécurité.

### 640 - La vente de produits est adaptée par un aménagement des différents services du site afin de répondre aux exigences des mesures de prévention et de mesures barrière : réorganisation de la vente de produits de restauration et de snacking, aménagement de la vente de produits dans les boutiques, etc.

Oui  Non  Non Mesuré

Ex: Adaptation de l'offre des produits, notamment pour les produits vendus en vrac (arrêt des bonbons en vrac ou solution alternative, par exemple en assurant le service des produits par un opérateur ou la distribution de gants jetables à usage unique pour les visiteurs).

### 641 - Les parcours et les modalités des activités (visites guidées, ateliers pédagogiques...) sont modifiées si nécessaire pour prévenir tout risque de promiscuité.

Oui  Non  Non Mesuré

"Pour les LDV : Les activités d'éducation artistique et culturelle sont possibles, sous réserve qu'elles puissent se faire dans des conditions sanitaires satisfaisantes pour les animateurs et les publics ; Le port du masque « grand public » est préconisé pour les personnes appelées à intervenir devant des groupes."

### 642 - Les bornes tactiles interactives ne sont plus accessibles au public, si elles sont maintenues un protocole de nettoyage et de désinfection spécifique est mis en place.

Oui  Non  Non Mesuré

Exemple : un nettoyage périodique. Il est également possible de mettre à disposition des lingettes (prévoir alors le dispositif d'élimination) ou une solution hydroalcoolique. Exemple : prévoir un nettoyage périodique des bornes. Il est également possible de mettre à disposition des visiteurs des lingettes (prévoir le dispositif d'élimination dans ce cas) ou du gel hydroalcoolique. En cas d'arrêt, mettre en place un affichage précisant l'arrêt volontaire pour des raisons d'hygiène

## REASSURANCE SANITAIRE

### Information amont - Covid19

#### 643 - Les mesures sanitaires sont précisées sur l'outil numérique pour informer les clients en amont de leur séjour/visite.

Oui  Non

Assurer une communication claire sur l'ensemble des mesures de prévention contre le COVID-19 mises en place dans les structures sur le site internet de la structure ou présence sur un réseau social

#### 644 - Les mesures sanitaires précisées sur l'outil numérique sont traduites

Oui  Non

A minima dans une langue correspondant au bassin de fréquentation

#### 645 - Les réservations sont encouragées pour limiter l'affluence et gérer les flux de clients

Oui  Non  Non Mesuré

Pour les LDV favoriser autant que possible la réservation à l'avance avec horodatage, afin de faciliter la gestion des flux d'entrées dans les sites. Non mesuré possible pour les caveaux si l'affluence est faible ou pour un OT.

#### 646 - Les principaux aménagements et restrictions de l'offre dus à la mise en oeuvre des mesures sanitaires sont précisés sur l'outil numérique

Oui  Non  Non Mesuré

Ex : accès limité à certains équipements ou activités

### Information sur site - Covid19

#### 647 - Les modalités d'accueil, de réservation et les consignes pour le client sont affichées à l'entrée du site

Oui  Non  Non Mesuré

Affichage de la capacité maximale à l'entrée de l'établissement, liées aux restrictions des phases 1 (entre le 19 mai et le 9 juin 2021) et phase 2 (10 juin et le 29 juin 2021). Pour mémoire, pour les restaurants, 50% de l'effectif maximal du public admissible fixé par le règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public (ERP) pour les terrasses en phase 1 + couvre-feu à 21h (sauf clientèle des hôtels qui peuvent consommer à l'intérieur dans la limite d'une jauge de 50%), puis 50% en intérieur et 100% en terrasse en phase 2+ couvre feu à 23h. Pour les LDV, affichage du mode de calcul de la jauge pour l'établissement et par espace d'accueil : 8m² minimum + couvre-feu à 21h en phase 1, puis 4 m² + couvre feu à 23h en phase 2. Sans restrictions à partir du 30 juin. Pour les Zoos, jauge de 50 % phase 1, puis 65% phase 2. Plus d'informations sur les jauges par phase pour les autres activités (spectacles, parcs

à thème ...) sur [https://www.gouvernement.fr/sites/default/files/contenu/piece-jointe/2021/05/une\\_strategie\\_et\\_un\\_agenda\\_de\\_reouverture\\_mai\\_2021.pdf](https://www.gouvernement.fr/sites/default/files/contenu/piece-jointe/2021/05/une_strategie_et_un_agenda_de_reouverture_mai_2021.pdf) et pour les activités sportives sur <https://www.sports.gouv.fr/IMG/pdf/protocolesanitairerepriseactivitessportives.pdf>

## 648 - Les modalités d'accueil, de réservation et les consignes pour le client sont traduites

Oui  Non  Non Mesuré

A minima dans une langue correspondant au bassin de fréquentation. Pictos autorisés

## 649 - Ces supports et la signalétique sont clairs, en bon état, visibles et positionnés aux endroits stratégiques de l'établissement

Oui  Non  Non Mesuré

"Affiches, écrans, signalétique... Endroits stratégiques : rappel des gestes barrières, invitation à télécharger l'application "Tous Anticovid". Identification des endroits à risque de circulation (sanitaires, ascenseurs, espaces exigus) : le nombre de personnes admises et la consigne du lavage/ désinfection des mains . La consigne de maintenir ouvertes les portes qui doivent le rester est indiquée. "

## 650 - Il est recommandé qu'une invitation à télécharger l'application « Tous anti-covid » soit présente

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

## 651 - Il est recommandé d'encourager l'activation de l'application « Tous AntiCovid » lors de l'entrée dans l'établissement.

Oui  Non  Non Mesuré

Affiches, écrans, signalétique...

## Distanciation physique

### 652 - Les règles de distanciation physique (1m entre chaque groupe) sont rappelées et respectées tout au long du parcours client.

Oui  Non  Non Mesuré

Pour les hébergements ( dans les zones de regroupement) ou la restauration, les parcs de loisir, port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Lorsque cela est pertinent, notamment sur les lieux d'accueil ( réception ) des barrières physiques additionnelles sont installées (vitres, cloisons temporaires....) pour réduire les flux de circulation d'air et les contacts directs.

### 653 - Respecter une distance physique de 2 mètres en milieu clos et en extérieur (hors personnes d'un même foyer) lorsque le port du masque n'est pas possible. Une distanciation physique d'un mètre doit être respectée en tout lieu et en toute circonstance.

Oui  Non  Non Mesuré

Pour les hébergements ( dans les zones de regroupement) ou la restauration, les parcs de loisir, port du masque grand public est nécessaire. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Lorsque cela est pertinent, notamment sur les lieux d'accueil ( réception ) des barrières physiques additionnelles sont installées (vitres, cloisons temporaires....) pour réduire les flux de circulation d'air et les contacts directs.

## Gestes barrière client

### 654 - Les clients portent un masque dans les espaces intérieurs

Oui  Non  Non Mesuré

Toute personne de onze ans ou plus ( fortement recommandé à partir de 6 ans ). Les personnes portent un masque grand public dans les espaces intérieurs, où il y a des possibilités de regroupement. Respecter une distance physique de 2 mètres en milieu clos et en extérieur (hors personnes d'un même foyer) lorsque le port du masque n'est pas possible. Pour les LDV, vérifier également passage en caisse, puis lors de sa déambulation dans le site. Pour l'HPA , les RT, les VV, attention spécifique pour les activités de loisir et les animations . Pour l'HPA attention spécifique équipements collectifs pour la vaisselle attendue aux sanitaires, etc.).

### 655 - Le personnel porte un masque .

Oui  Non  Non Mesuré

Dans tous les cas de risque de rupture des règles de distanciation physique sauf dispositif physique type pareflex à l'accueil par exemple. Restauration: port du masque obligatoire pour le service et pas de gants.

### 656 - Du gel hydro alcoolique ou toute autre solution désinfectante est mise à disposition du public de façon visible et sont positionnés aux endroits stratégiques de l'établissement

Oui  Non  Non Mesuré

Preuve visuelle de la mise en place des solutions désinfectantes + pertinence de leur localisation. Présence d'un mot d'information demandant au client de signaler la rupture de stock de gel hydroalcoolique ou équivalent (ex: fin du flacon,..) . Pour les sorties nature, le gel est proposé au départ de la sortie. . Pour la restauration sur les tables Pour le LDV : tout au long du parcours de visite et renforcés aux endroits nécessaires (entrées et sorties des attractions et des lieux de spectacles, par exemple).

### 657 - Le mode de paiement sans contact est privilégié,

Oui  Non  Non Mesuré

Tout mode de paiement sans contact (pré-paiement, virement, cartes bancaires, téléphone...) est privilégié, pour cela une communication explicite est affichée ou des consignes orales sont formulées. Présence affichette . Pour Hôtellerie/HPA/RT/VV la remise de la facture et la signature dématérialisées sont privilégiées

### 658 - Il est recommandé que les objets pouvant être touchés par plusieurs personnes ne soient pas mis à disposition du client ou fassent l'objet d'une désinfection après chaque utilisation

Oui  Non  Non Mesuré

" Ex dans les hébergements : livres, jeux, journaux, dépliants réutilisables, stylos à l'accueil, ordinateurs en libre-service, etc.). Ex dans la restauration : livres, jeux, journaux, salières, etc (sauf éléments partagés au sein du même table : carafe, panier...).Le sel ou le poivre peuvent être proposés en sachets unitaires . Ex : dans les Lieux de visite et OT : supprimer les supports de médiation partagés (numériques et papier) et audioguides susceptibles de passer de mains en mains ou, si leur maintien est prévu, prévoir de les désinfecter après chaque utilisation ; Dans

les caveaux : ne pas toucher les cuves, les bouteilles, les crachoirs et ne pas manipuler inutilement les produits ou le mobilier. Inviter à consulter les informations que l'établissement leur met à disposition (affichettes, etc). Si l'établissement a l'habitude de demander aux clients de remplir un livre d'or ou un questionnaire, remplacer les supports papier par un questionnaire informatique à envoyer par mail. Non applicable aux produits de la boutique."

## 659 - Si l'accès à la documentation en libre-service (supports de médiation papier, brochures touristiques...) est maintenu, il est organisé

Oui  Non  Non Mesuré

Des solutions alternatives au libre-service sont privilégiées ( QRcode, renvoi vers des documents dématérialisés...). Pour la documentation à disposition en libre-service, il est conseillé d'apposer un autocollant ou une affichette 'Brochure touchée, brochure emportée'. Dans le cas de maintien de supports papier leur évacuation est organisée ( poubelle à pédales). Pour les OT : limiter la documentation à disposition, imprimer à la demande, envoyer les liens dématérialisés des documents des pros...

## Gestion des flux

### 660 - Un plan de circulation pour limiter les croisements et respecter les distances de sécurité, (marquage au sol, mural, sur les sièges...), est établi et matérialisé.

Oui  Non  Non Mesuré

Des plans de circulation doivent ainsi être mis en œuvre pour garantir le respect de la distanciation physique minimaleY compris dans les files d'attente susceptibles de se former à l'intérieur et à l'extérieur de l'établissement., que ce soit dans des lieux clos et exigus ou dans des espaces ouverts, mais sous une forme incitative plus que contraignante (fluidifier plutôt que ralentir). Inciter le public à privilégier les escaliers aux ascenseurs lorsque cela est possible. Non mesuré possible pour les petites surfaces déportant leur accueil à l'extérieur.

### 661 - Espaces d'attente : réduction/suppression des espaces d'attente ou réduction du nombre de places assises, de manière à ce que les distances entre individus soient respectées

Oui  Non  Non Mesuré

### 662 - Dès que possible, les flux entrées et sorties des clients et/ou marque de sens de circulation à l'intérieur des établissements (couloirs, allées...) sont séparés

Oui  Non  Non Mesuré

## Respect des consignes

### 663 - Le personnel de l'établissement s'assure que les règles et les bonnes pratiques définies sont bien respectées par les clients

Oui  Non  Non Mesuré

En cas de non respect, le personnel rappelle les consignes aux personnes concernées et s'assurent de leur bonne application avec bienveillance et pédagogie. Pour les LDV, si la visite est libre, poster du personnel sur le parcours pour veiller au respect des consignes par les visiteurs, lorsque cela est possible.

## Adaptation de l'offre Réaménagement & restrictions d'activité

### 664 - Le fonctionnement des fontaines à eau, les machines à cafés, distributeurs de boissons, équipements libres service destinés au public est suspendu .

Oui  Non  Non Mesuré

Les mini-bars sont temporairement suspendus de préférence

### 665 - Les activités ou les espaces qui ne pourraient pas faire l'objet de mesures de prévention sont suspendus/fermés temporairement

Oui  Non  Non Mesuré

Ex : (banquettes et fauteuils dans les lobbys et accueils, aire de jeux pour enfants dans les hôtels, salles communes exiguës, etc.). Pour les parcs d'attraction retrait des mascottes du site lorsque aucune solution ne permet de respecter les distances de sécurité.

### 666 - La vente de produits est adaptée par un aménagement des différents services du site afin de répondre aux exigences des mesures de prévention et de mesures barrière : réorganisation de la vente de produits de restauration et de snacking, aménagement de la vente de produits dans les boutiques, etc.

Oui  Non  Non Mesuré

Ex: Adaptation de l'offre des produits, notamment pour les produits vendus en vrac (arrêt des bonbons en vrac ou solution alternative, par exemple en assurant le service des produits par un opérateur ou la distribution de gants jetables à usage unique pour les visiteurs).

### 667 - Les parcours et les modalités des activités (visites guidées, ateliers pédagogiques...) sont modifiées si nécessaire pour prévenir tout risque de promiscuité.

Oui  Non  Non Mesuré

"Pour les LDV : Les activités d'éducation artistique et culturelle sont possibles, sous réserve qu'elles puissent se faire dans des conditions sanitaires satisfaisantes pour les animateurs et les publics ; Le port du masque « grand public » est préconisé pour les personnes appelées à intervenir devant des groupes."

### 668 - Les bornes tactiles interactives ne sont plus accessibles au public, si elles sont maintenues un protocole de nettoyage et de désinfection spécifique est mis en place.

Oui  Non  Non Mesuré

Exemple : un nettoyage périodique. Il est également possible de mettre à disposition des lingettes (prévoir alors le dispositif d'élimination) ou une solution hydroalcoolique. Exemple : prévoir un nettoyage périodique des bornes. Il est également possible de mettre à disposition des visiteurs des lingettes (prévoir le dispositif d'élimination dans ce cas) ou du gel hydroalcoolique. En cas d'arrêt, mettre en place un affichage précisant l'arrêt volontaire pour des raisons d'hygiène

## Règles d'hygiène - Sanitaires collectifs

**669 - La fréquentation instantanée du sanitaire collectif est limitée ( 1 personne par équipement sanitaire : WC, douche...) et l'affichage est présent à l'entrée du sanitaire.**

Oui     Non     Non Mesuré

**670 - Les équipements ne permettant pas de préserver la distanciation sociale sont condamnés totalement ou en partie (ex : 1/2 urinoirs contigus)**

Oui     Non     Non Mesuré

**671 - Les clients peuvent se laver les mains avant l'entrée des sanitaires (ou gel)**

Oui     Non     Non Mesuré

Les sanitaires non indispensables peuvent être condamnés ( ex: OT)

**672 - Le client est informé du protocole de nettoyage renforcé (ex : fréquence des nettoyages , utilisation de produits certifiés anti-virucides...).**

Oui     Non     Non Mesuré

L'augmentation de la fréquence du nettoyage est rappelée. Se reporter aux protocoles par filière et au chapitre 8 du protocole national de déconfinement.

## Engagement de la direction

**673 - Le référent Covid19 connaît les restrictions locales particulières liées à son activité le cas échéant le protocole national de déconfinement pour assurer la sécurité et la santé des salariés, des fiches métiers du ministère du Travail applicables à son activité , du protocole de sa filière rédigé par son OP , les réglementations locales, et connaît la procédure en cas de contamination.**

Oui     Non

*C'est Christine qui est responsable qualité et Covid.*

**674 - Les actions correctives suite aux remontées d'équipe et aux retours clients sont mises en place**

Oui     Non

## Communication des règles au personnel

**675 - Le personnel est sensibilisé et formé aux règles et bonnes pratiques du protocole sanitaire**

Oui     Non

Utilisation de E learning génériques et/ou sensibilisation...Des formations complémentaires propres à chaque établissement pourront effectuées en complément



Office de tourisme

**DES CÉVENNES  
AU MONT LOZÈRE**

**GROUPE QUALITÉ DE DESTINATION  
MARDI 23 NOVEMBRE 2021**

***Bienvenue***



# ORDRE DU JOUR

- Bilan écoute client 2021
- Point sur l'avancée des aménagements des BIT
- Proposition totem pour nos ambassadeurs



# LES TEMPS FORTS DE L'ANNÉE 2021

## ➤ **Obtention de la Marque qualité Tourisme suite à deux audits:**

- l'audit complet ou documentaire
- L'audit en client mystère

Nous avons obtenu le droit d'usage de la Marque pour une durée de 5 ans.

## ➤ **Obtention du classement en catégorie II**

- Notre dossier de demande de classement en catégorie II a été validé par un arrêté préfectoral du 13 avril 2021 pour une durée de 5 ans.



# BILAN ÉCOUTE CLIENT 2021

## Ce que nous entendons le plus dans les BIT sur la destination:

- **Le problème du stationnement** est toujours récurrent avec cette année une augmentation de la problématique des camping-car: stationnement, aire de service.
- **Manque d'hébergements à la nuitée**
- **Manque d'activité pour les familles**
- **Les sites touristiques sont trop éloignés**
- **Manque de lieu de baignade:** trop de monde sur certain spot (cascade du Martinet)



# BILAN ÉCOUTE CLIENT 2021

## Ce que nous entendons le plus dans les BIT sur la destination:

- **Manque d'activités abritées**
- **Sentiers : manque de sentier court et facile, et de sentier de 15 à 20km**
- **Service touristique** : La demande de navettes touristique sur les mois de juin et de septembre reste forte. Pompe à essence en libre-service 24/24. Distributeurs d'argent. Pharmacie trop éloignées (Vallées Cévenoles). Pas de transport en commun. Garde de bagages. Point pour recharger (tél, batterie vélo...).
- **Attentes des visiteurs** : plus d'activités abritées. Point informatique fixe. Location matériel de randonnée et de pêche. Location VTT/VAE. Circuit Vtt.

# PAR BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE

## PONT DE MONTVERT

✘ Accueil des ânes et des chevaux à revoir

✘ Hébergement sans réservation

✘ Village beau mais sale, manque de poubelles et entretien des rues, de la fontaine

✔ Agréablement surpris du nombre de commerce dans le village

✔ Village très joli est attractif

✔ Les visiteurs sont surpris de voir autant de monde et d'animations

## COLLET DE DÈZE

✘ Les visiteurs (et locaux) pensent que le panneau d'affichage appartient à la mairie

✘ Sans la porte ouverte on ne se rend pas compte que le bureau est ouvert

✔ La nouvelle devanture attire le regard et plait aux visiteurs

## SAINT ETIENNE VF

✘ L'OT qui n'est pas indiqué ou pas assez bien

✘ Difficultés à nous trouver

✔ La beauté du bâtiment

## PAR BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE

| SAINTE CROIX VF                              | SAINT GERMAIN DE CALBERTE   | VIALAS                                     |
|--|---|--|
| <p>✘ Manque de stationnement le dimanche</p> | <p>✘ Beaucoup de visiteurs se sont déplacés pour visiter le château St Pierre qui est noté visitable entre autre dans le routard du PNC</p> | <p>✘ Manque d'hébergement touristique</p>  |
| <p>✘ Manque un distributeur d'argent</p>     | <p>✘ Trop de temps de déplacement</p>   | <p>✘ Manque aire d'accueil camping-car</p> |
| <p>✘ Difficultés à nous trouver</p>          | <p>✘ Pas de lieu de baignade à St Germain</p>   |  |
|  | <p>✘ Camping-car lieu de stationnement hors camping avec service</p>  |  |
|  | <p>✘ On ne voit pas forcément que le bureau du fond est ouvert au public</p>  |  |
|  | <p>✔ Content de trouver un OT dans un petit village</p>   |  |

# LES AVIS LAISSÉ PAR NOS VISITEURS

➤ Dans l'ensemble les visiteurs nous ayant laissé des avis sur leur passage dans nos bureaux sont **satisfaits de l'accueil et des informations données.**

|  | 2019 | 2020 | 2021 |
|--|------|------|------|
| Questionnaires de satisfaction                                   | 81   | 41   | 7    |
| Réclamations   | 2    | 2    | 4    |
| Suggestions  | 11   | 1    | 2    |
| Tripadvisor  | 2    | 1    | 1    |
| Google   | 10   | 1    | 8    |
| QR Code via l'affichage ou le marque page ou notre site internet | /    | 2    | 16   |
| Total  | 106  | 48   | 38   |



# LES RÉCLAMATIONS ET LES SUGGESTIONS EN 2021

## 4 réclamations :

Une concernant Florac a été transmise à l'office Cévennes-Gorges du Tarn

Une concernant le stationnement et les services camping-car au Pont de Montvert

Deux concernant des hébergements.

## 2 suggestions :

Une concernant les décharges sauvages à Vialas

Une concernant un problème de balisage sur un sentier.

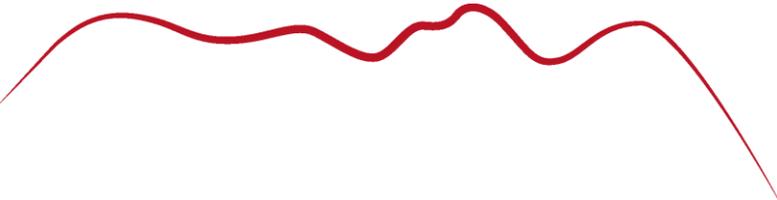


# LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux prennent de plus en plus de place, ils permettent aux visiteurs d'avoir une **visibilité de notre destination**.

Le nombre de personne qui nous suivent sur les réseaux est en **constante augmentation** :

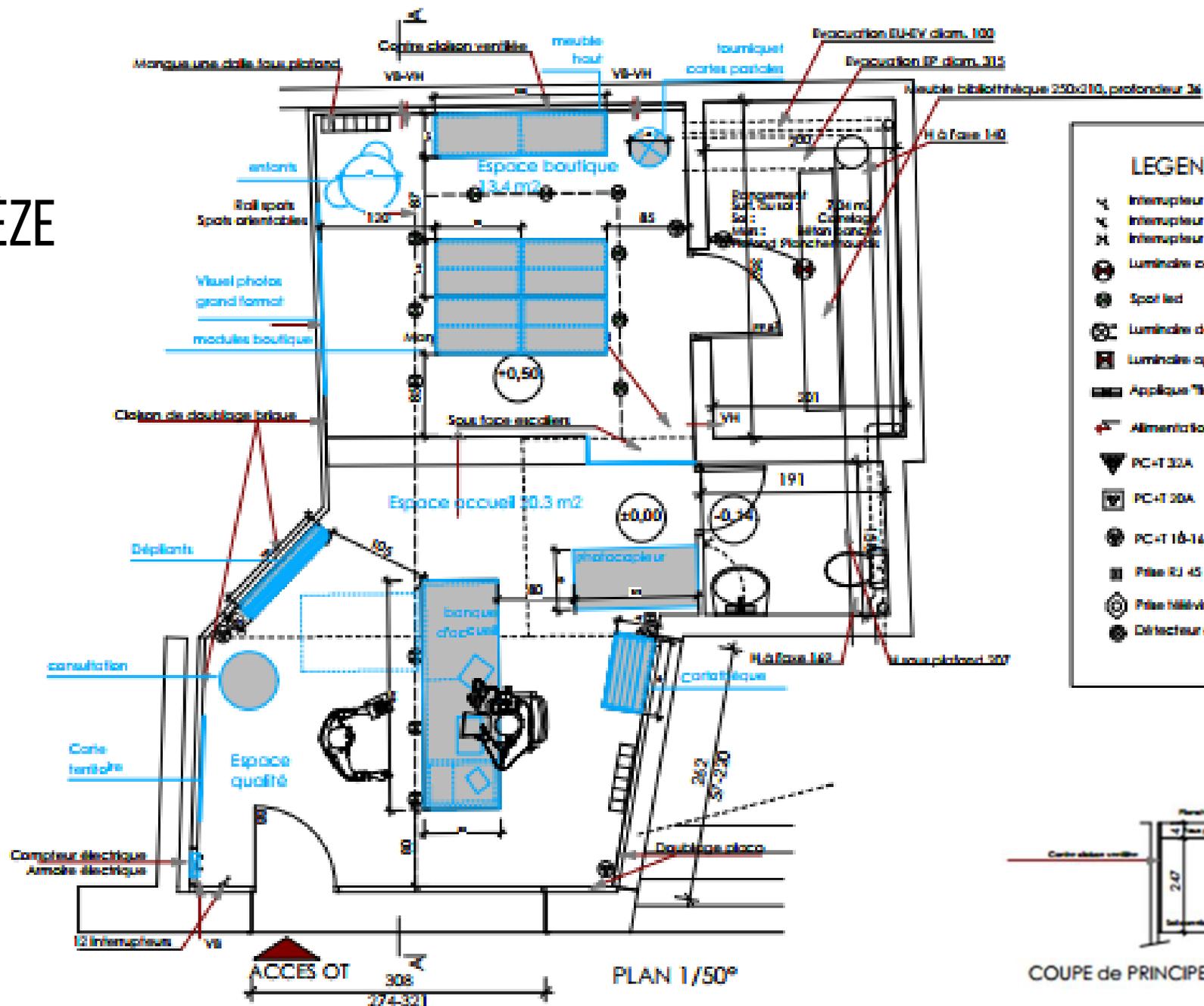
- Facebook : 6340 abonnés **+27% d'abonnés**
- Instagram : 2424 abonnés **+39% d'abonnés**



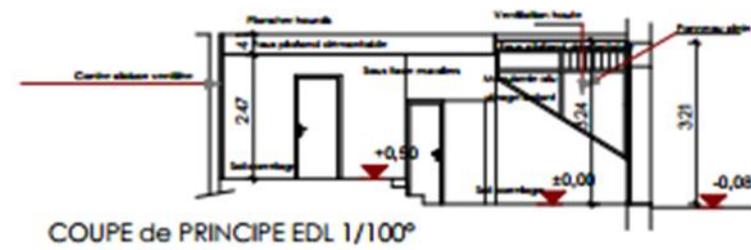
# POINT SUR L'AVANCÉE DES AMÉNAGEMENTS DES BIT



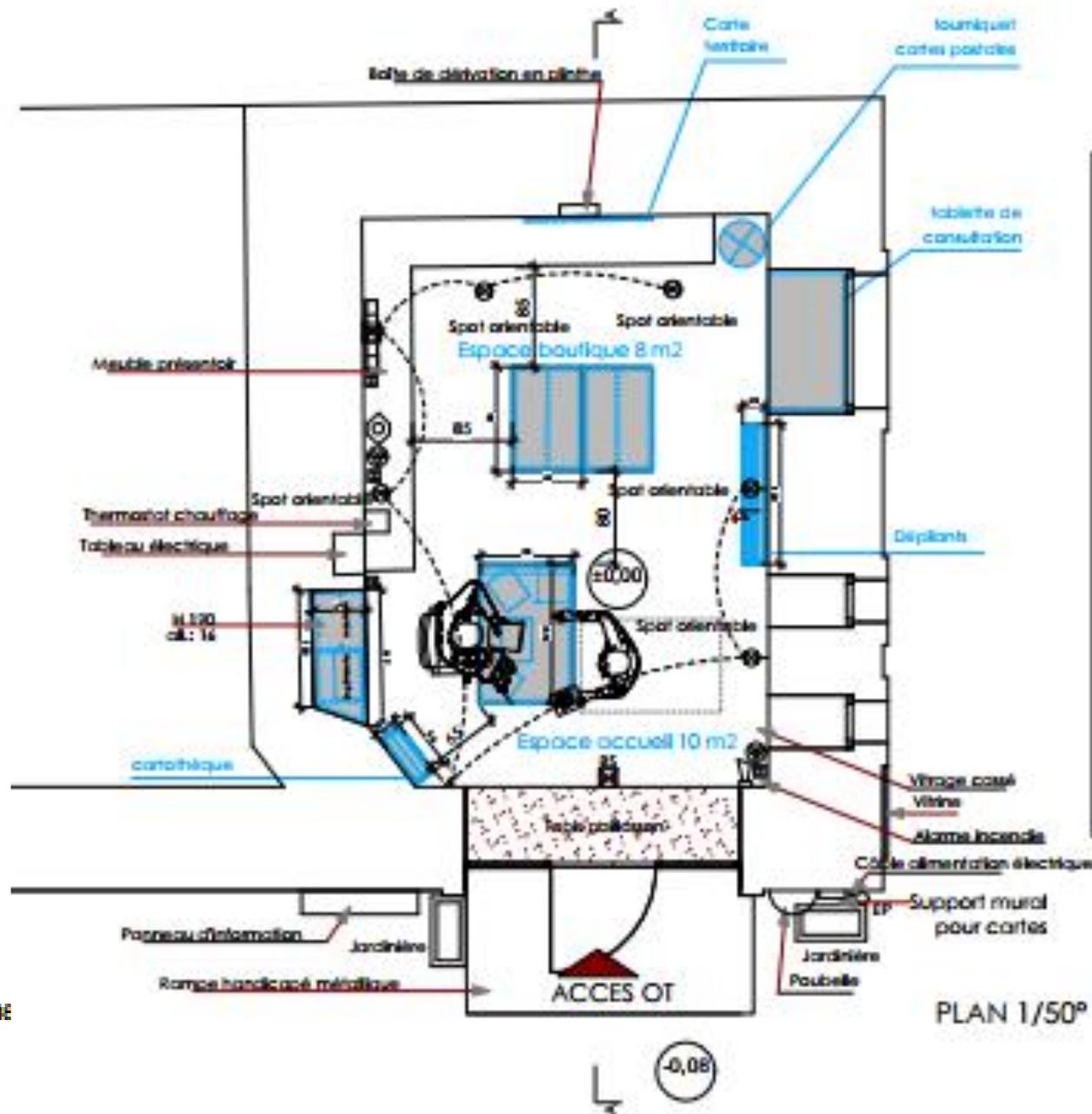
# BIT DU COLLET DE DÈZE



| LEGENDE |                                       |
|---------|---------------------------------------|
| ⏏       | Interrupteur simple allumage          |
| ⏏       | Interrupteur simple allumage à voyant |
| ⏏       | Interrupteur va et vient              |
| ⊙       | Luminaire central                     |
| ⊙       | Spot led                              |
| ⊙       | Luminaire détecteur de présence       |
| ⊙       | Luminaire applique                    |
| ⊙       | Applique "fucos"                      |
| ⊙       | Alimentation applique                 |
| ⏏       | PC-IT 30A                             |
| ⏏       | PC-IT 30A                             |
| ⏏       | PC-IT 16-16A                          |
| ⏏       | Pile RJ 45                            |
| ⏏       | Pile télévision                       |
| ⏏       | Détecteur de fumée                    |

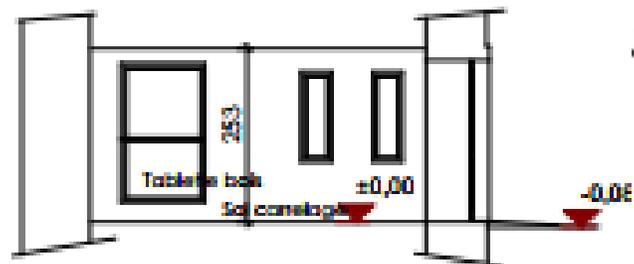


# BIT DE VIALAS



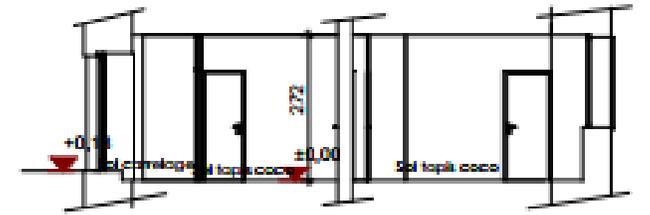
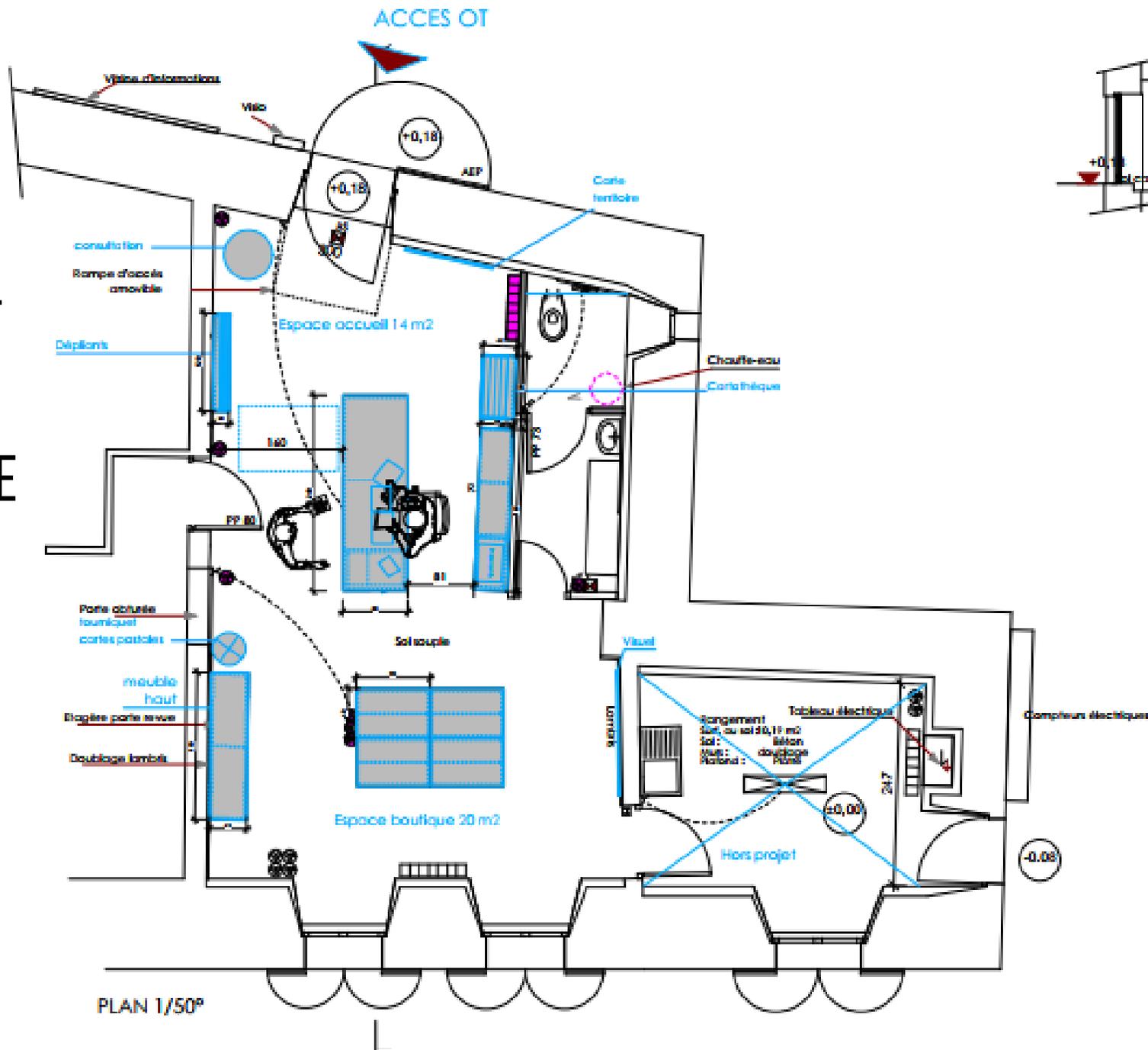
### LEGENDE

- ⏏ Interrupteur simple allumage
- ⏏ Interrupteur simple allumage à voyant
- ⏏ Interrupteur va et vient
- ⊙ Luminaire central
- ⊙ Spot led
- ⊙ Luminaire détecteur de présence
- ⊙ Luminaire applique
- ⊙ Applique "fluor"
- ⏏ Alimentation applique
- ⏏ PC-T 30A
- ⏏ PC-T 30A
- ⊙ PC-T 10-16A
- ⊙ Piles RJ 45
- ⊙ Piles télévision
- ⊙ Détecteur de fumée
- ⊙ Coup de poing



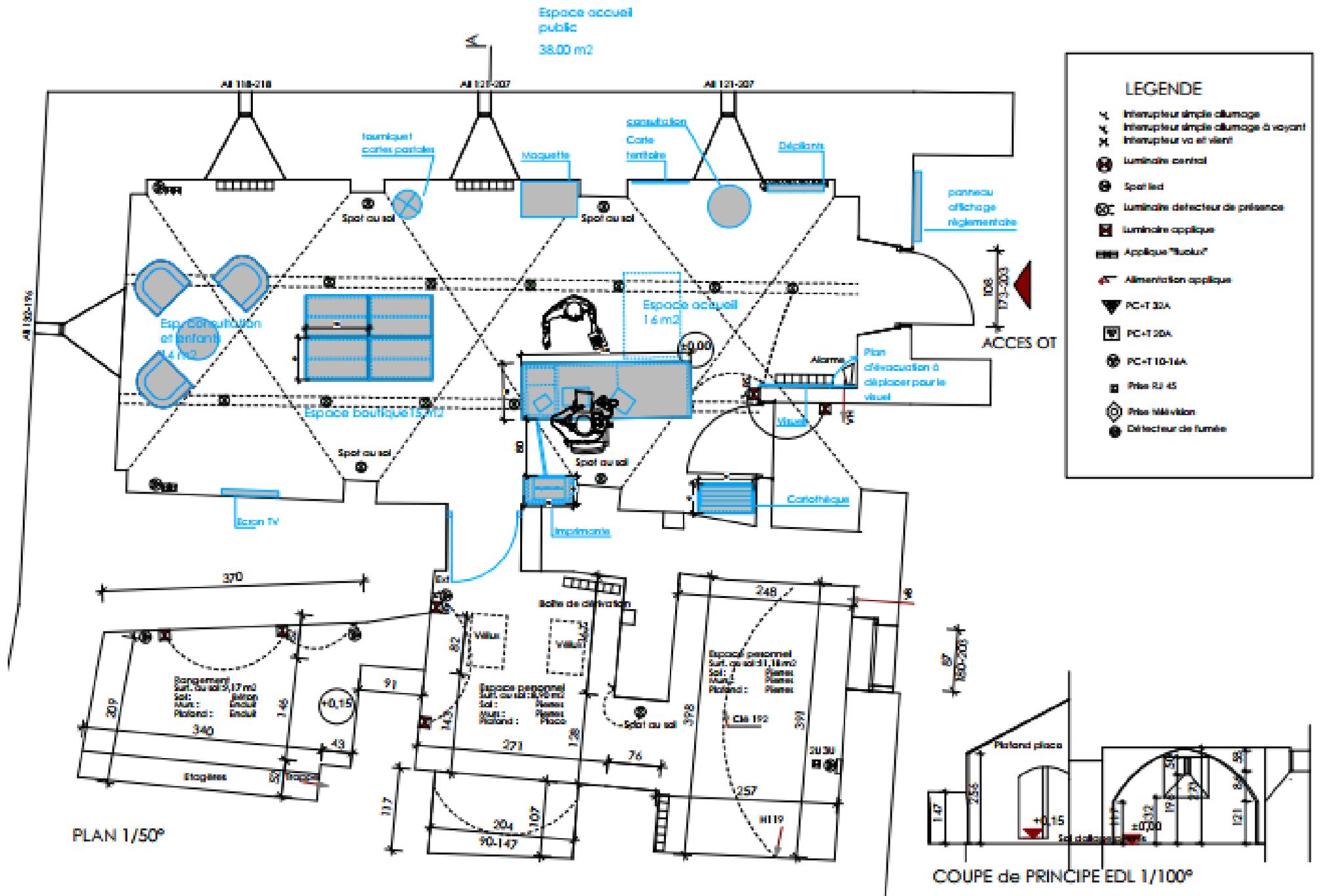
COUPE de PRINCIPE EDL 1/100°

# BIT DE SAINT GERMAIN DE CALBERTE



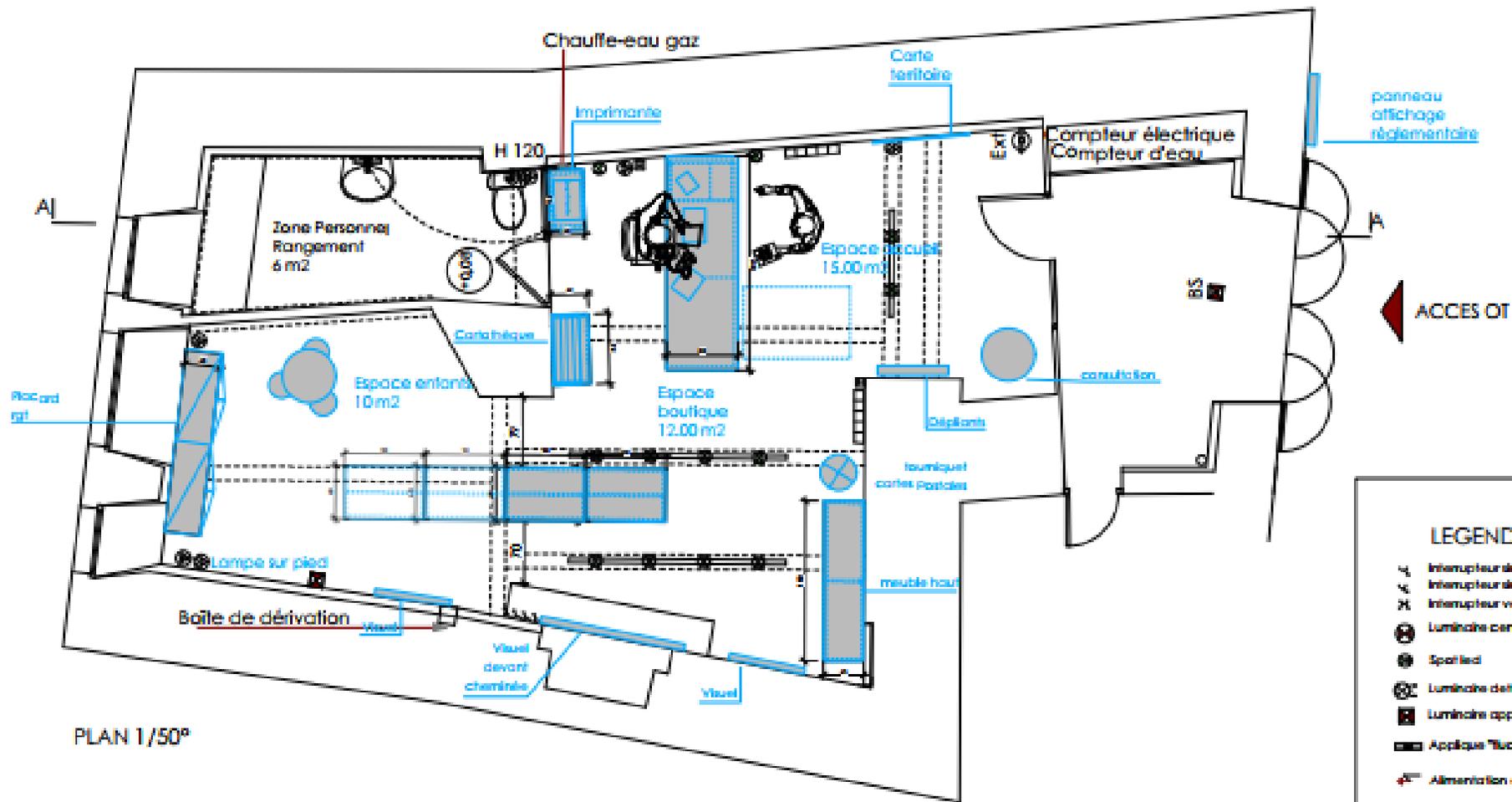
| LEGENDE |                                       |
|---------|---------------------------------------|
|         | Interrupteur simple allumage          |
|         | Interrupteur simple allumage à voyant |
|         | Interrupteur va et vient              |
|         | Luminaire central                     |
|         | Spot led                              |
|         | Luminaire détecteur de présence       |
|         | Luminaire applique                    |
|         | Applique "Bulu"                       |
|         | Alimentation applique                 |
|         | PC-T 30A                              |
|         | PC-T 30A                              |
|         | PC-T 10-16A                           |
|         | Prise RJ 45                           |
|         | Prise télévision                      |
|         | Détecteur de fumée                    |

# BIT DE ST ETIENNE VALLÉE FRANÇAISE

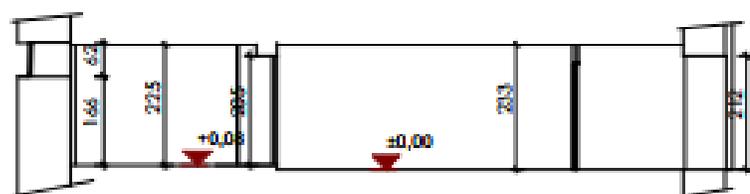


| LEGENDE |                                       |
|---------|---------------------------------------|
|         | Interrupteur simple allumage          |
|         | Interrupteur simple allumage à voyant |
|         | Interrupteur va et vient              |
|         | Luminaire central                     |
|         | Spot led                              |
|         | Luminaire détecteur de présence       |
|         | Luminaire applique                    |
|         | Applique "fluox"                      |
|         | Alimentation applique                 |
|         | PC-T 30A                              |
|         | PC-T 30A                              |
|         | PC-T 10-16A                           |
|         | Prise RJ 45                           |
|         | Prise télévison                       |
|         | Déflecteur de fumée                   |

# BIT DE STE CROIX VALLÉE FRANÇAISE



PLAN 1/50°



COUPE de PRINCIPE EDL 1/100°

| LEGENDE |                                       |
|---------|---------------------------------------|
|         | Interrupteur simple allumage          |
|         | Interrupteur simple allumage à voyant |
|         | Interrupteur va et vient              |
|         | Luminaire central                     |
|         | Spot led                              |
|         | Luminaire détecteur de présence       |
|         | Luminaire applique                    |
|         | Applique "Bubble"                     |
|         | Alimentation applique                 |
|         | PC-T 32A                              |
|         | PC-T 30A                              |
|         | PC-T 10-16A                           |
|         | Prise RJ 45                           |
|         | Prise télévision                      |
|         | Détecteur de fumée                    |



# PROPOSITION TOTEM POUR NOS AMBASSADEURS





# PROPOSITION DE « TOTEM » POUR NOS AMBASSADEURS

## Contexte :

Le comportement de nos visiteurs évolue et nous devons modifier notre façon d'accueillir afin de répondre à leurs attentes.

Dans notre SADI (schéma d'accueil et de diffusion de l'information), il est noté dans les actions spécifiques à réaliser **la création d'un réseau d'ambassadeur de prestataires et l'accueil sur les lieux touristiques majeurs ou villages vacances.**

Dans un premier temps nous souhaitons développer la mise en place de totem chez nos prestataires volontaires.



# PROPOSITION DE « TOTEM » POUR NOS AMBASSADEURS

## Objectifs de ce réseau :

- **Capter plus de clientèle**
- **Diffuser l'information** sur notre territoire en dehors des horaires d'ouverture de nos bureaux, sur les lieux où se trouvent les visiteurs
- **Informers nos visiteurs**



# PROPOSITION DE « TOTEM » POUR NOS AMBASSADEURS

## Retombés de l'action :

- **Renforcer la culture d'accueil** du territoire
- **Renforcer la démarche participative** dans les actions locales
- Encourager la participation des prestataires au **développement local** de leur territoire
- **Diffuser une information touristique** de qualité en dehors des horaires d'ouverture des offices, et ce grâce à des relais sélectionnés



# PROPOSITION DE « TOTEM » POUR NOS AMBASSADEURS

## Les Totem chez nos partenaires

- Qu'est-ce que les visiteurs demande le plus comme information touristique ?
- Sous quelle forme imagineriez-vous cette information dans un établissement partenaire ?
- Quelles documentations sont les plus utiles ?



# PROPOSITION DE « TOTEM » POUR NOS AMBASSADEURS

## Budget :

Entre 20 et 50 € par totem / carte / plaque

## Délais :

Nos souhaitons mettre en place ces totems pour la saison estivale 2022

## Question annexe :

Avez-vous des idées, des propositions pour mettre des informations valorisant notre territoire sur les lieux touristiques de notre destination ?



Office de tourisme

**DES CÉVENNES  
AU MONT LOZÈRE**

*Merci pour votre attention*

Office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère

# SCHÉMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION

*Mise à jour : 2020*

**Siège :** Le quai, Le Pont de Montvert,  
48220 Pont de Montvert Sud Mont Lozère

**Bureaux d'informations touristiques :** Le Collet de Dèze,  
Saint Etienne Vallée Française, Saint Germain de Calberte,  
Sainte Croix Vallée Française et Vialas

**Coordonnées :** +33(0)4 66 45 81 94 – [info@cevennes-montlozere.com](mailto:info@cevennes-montlozere.com)  
[www.cevennes-montlozere.com](http://www.cevennes-montlozere.com)

## OFFICE DE TOURISME DES CÉVENNES AU MONT LOZÈRE

Ce territoire est composé de 19 communes réparties du Mont Lozère aux vallées Cévenoles sur une superficie de 619,3 km<sup>2</sup> avec 5 089 habitants.

La **notoriété** de notre destination vient de nos paysages préservés et nos partenaires qui sont garants de cette qualité : **Parc national des Cévennes**, les Causses et les Cévennes, sites culturels inscrits au **patrimoine mondial de l'UNESCO**, le label **RICE** – Réserve internationale de ciel étoilé, obtenu en 2018.

De ce fait il dispose d'un riche patrimoine matériel et immatériel : patrimoine bâti du granit au schiste, patrimoine culturel (vers à soie, ruchers tronc, bancels, ...), ainsi qu'un fort passé historique : guerre des camisards, maquisards, ...

Un maillage de randonnées est également disponible sur le territoire, il est traversé par de nombreux GR (Stevenson, Urbain V, Tour du Mont Lozère, GR72, GR7, GR67), GRP, ainsi qu'une trentaine de PR.

**L'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère c'est en premier lieu trois missions principales :**

- 1- Accueillir et informer le public
- 2- Recueillir, valider et gérer l'information touristique
- 3- Promouvoir le territoire

### NOTRE CLIENTÈLE ET LEURS DEMANDES :

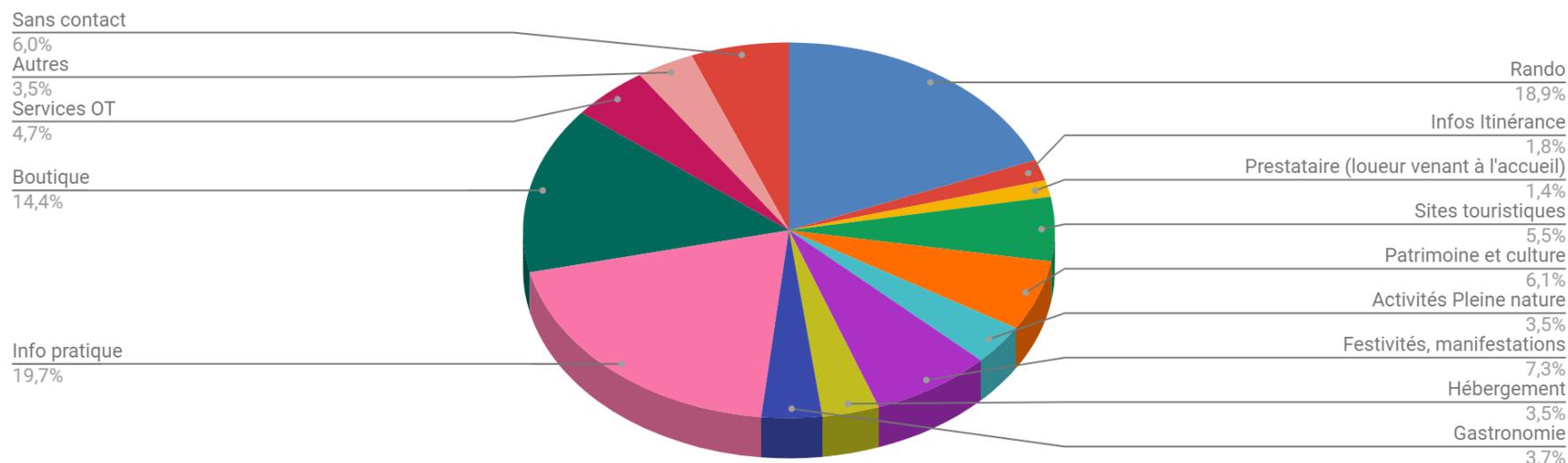
L'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère a spécifié ses objectifs au regard de la typologie de sa clientèle, de ses cibles et de ses besoins. Trois « grands » publics cibles ont été identifiés pour la destination Cévennes Mont Lozère :

- **La famille** : à pouvoir d'achat modéré, fréquente la destination pendant les vacances scolaires ou les week-ends hors saison pour les visiteurs de proximité (ex : Gard, Hérault, Bouches du Rhône...). Public averse d'animations culturelles vivantes et tout public tel que spectacles, marchés, ateliers nature. Les familles sont également attentives aux randonnées pédagogiques (sentiers d'interprétation) et aux sites touristiques d'activités de pleine nature.
- **Les seniors** : souvent à fort pouvoir d'achat, aiment fréquenter la destination en « ailes » de saison. Fréquentent quasi systématiquement l'accueil de l'Office de tourisme. Aiment pratiquer des sports nature « doux » tel que la randonnée et sont attentifs à la gastronomie locale, au patrimoine et aux produits de terroir.
- **Le couple** : à pouvoir d'achat modéré, fréquente la destination au « coup de cœur » quel que soit la saison. Attiré par la destination par son côté sauvage et préservé où l'on se déconnecte de la vie active pour prendre soin de soi (slow tourisme). Aime pratiquer la randonnée, les sports nature mais est aussi attiré par le côté culturel comme l'art, le cinéma, le théâtre.

De manière générale ces publics cibles ont tous des points communs : ils sont attentifs au tourisme vert, aiment la randonnée, le côté sauvage et préservé de notre destination.

Par ailleurs, comme les indicateurs nationaux le montrent, la fréquentation de l'office de tourisme est en baisse. Le nombre de contact direct avec les conseillers en séjour pour l'année 2019 est de 7040 (en baisse de 15% par rapport à 2018). Notre clientèle est composée à 88 % de Français et à 12% d'étrangers. La clientèle limitrophe (rayon de 2/3h) est importante : plus de 31% de nos visiteurs français. Concernant la clientèle étrangère on retrouve en tête la clientèle venant d'Allemagne (à près de 36%), du Royaume-Uni (plus de 22 %) et de la Belgique (plus de 15%).

Le type de demandes est représenté par le graphique suivant :



### Top 3 des demandes au comptoir d'accueil de l'Office de tourisme :

- 1- Services de l'office de tourisme / Informations pratiques (commerces, transport, restauration...)
- 2- Demande de Petites Randonnées
- 3- Activités, loisirs, animation (activité culturelle, patrimoine, site touristique, festivité et manifestations...)

La boutique n'a pas été prise en compte dans ce top 3 car elle est souvent associée à une autre demande.

### Les attentes de la clientèle :

Les visiteurs s'attendent à ce que les horaires, les services, la réservation, le conseil personnalisé, soient disponibles 24h/24, 7j/7. Le comportement et les pratiques des consommateurs ont rendu l'utilisation d'internet et la maîtrise d'outils numériques indispensables aux activités de services, et donc au tourisme !

Les internautes attendent des **réponses immédiates** : l'accès à l'information et la recommandation sociale sont devenus des facteurs décisionnels essentiels. En effet, les avis en ligne, l'e-réputation de la destination, les partages et commentaires sur les réseaux sociaux permettent aux visiteurs de fuir le discours officiel des publicités.

Les visiteurs recherchent de l'attention et de la transparence. Attirés par la nouveauté, par l'envie de faire de leur séjour une aventure, ils veulent retrouver ces valeurs sur les sites et réseaux sociaux, qui ont aujourd'hui un pouvoir d'influence considérable.

Un retour à la **proximité** et une **consommation responsable** sont également de plus en plus sollicités.

### LES MOYENS MIS EN ŒUVRE POUR RÉPONDRE À CES DEMANDES :

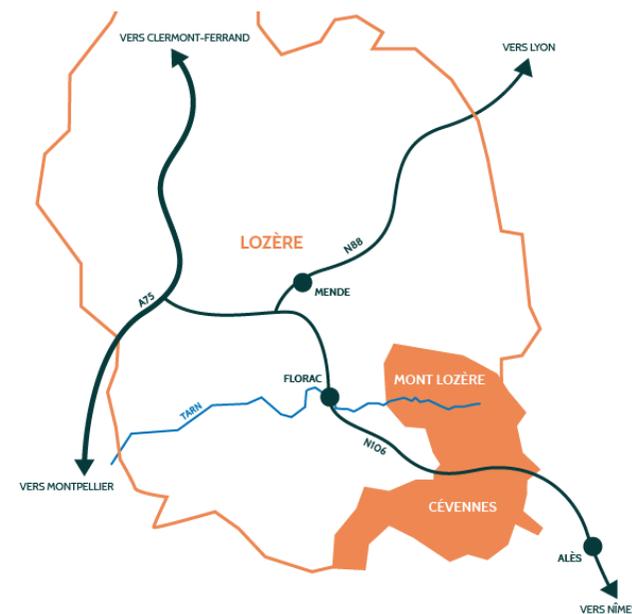
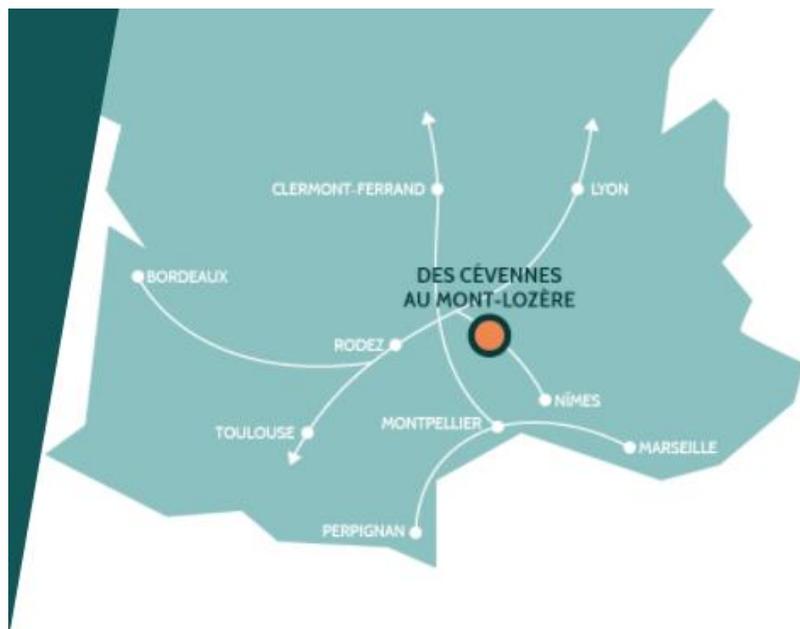
| Demandes                             |   | Accueil Physique  | Accueil numérique  |
|--------------------------------------|---|---|--|
| <b>Services office de tourisme</b>   | Accueil Pêche - recherche d'information pour l'achat de carte + les informations associés                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vente de cartes de pêche,</li> <li>- Guide pratique pêche</li> </ul>   |  |
|                                      | Service Wifi – recherche de la connexion  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aide à la connexion si difficulté rencontrée</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Service gratuit et accessible 24h/24 autour de l'Office du Tourisme et ses bureaux sans code. C'est un service indispensable et le visiteur est de plus en plus connecté pendant son séjour.</li> </ul>   |
|                                      | Inscriptions diverses – demande d'inscription pour des animations natures, visites, ....                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conseils et choix sur les inscriptions aux diverses animations proposées.</li> <li>- Guides et flyers présents dans les bureaux.</li> <li>- Programme d'animation dans le panneau d'affichage + distribué gratuitement.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Programme d'animation envoyé par newsletter par quinzaine</li> <li>- Inscriptions et renseignement par téléphone ou mail.</li> </ul>  |
| <b>Informations pratiques</b>        |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Indication de localisation des services, commerces, ... en appui avec le plan du village.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan disponible en téléchargement gratuit sur <a href="http://www.cevennes-montlozere.com">www.cevennes-montlozere.com</a></li> </ul>   |
| <b>Petites randonnées</b>            | Balades pour une clientèle familiale  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incitation aux randonnées gratuites du Parc national des Cévennes : sentiers d'interprétation ou sentiers de randonnée de courte distance (&gt;8 km)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Randonnées téléchargeables gratuitement sur : <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="http://www.cevennes-montlozere.com">www.cevennes-montlozere.com</a></li> <li>- Plateforme Geotrek du Parc national des Cévennes : <a href="https://destination.cevennes-parcnational.fr">https://destination.cevennes-parcnational.fr</a></li> </ul> </li> <li>- Trace gpx téléchargeables</li> </ul> |
|                                      | Balade ou rando à la journée  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conseil sur les choix de randonnées en fonction de la durée, du dénivelé et du point de départ du visiteur.</li> <li>- Vente de fiche sentier à l'unité (1€) ou par carnet de randonnées (6€ les 10) – en partenariat avec l'OT Gorges du Tarn Causses Cévennes</li> </ul> |  |
| <b>Activités, loisirs, animation</b> | Que peut-on faire, voir cette semaine ? pour une clientèle familiale (demande plus forte lors des vacances scolaires) | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conseil sur les activités spécifiques à faire avec les enfants</li> <li>- informations sur que faire quand il pleut (pictos présent sur notre carte touristique) car ce sont pour beaucoup des activités familiales</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Section spéciale sur notre site internet : <ul style="list-style-type: none"> <li>- « Que faire quand il pleut »</li> <li>- « En famille »</li> </ul> </li> </ul>   |

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
|  | Que peut-on faire, voir cette semaine ? pour une clientèle duo / senior | - Conseil personnalisé sur les activités culturelles (carte touristique) + information sur le patrimoine PNC + UNESCO | - Informations plus détaillées sur <a href="http://www.cevennes-montlozere.com">www.cevennes-montlozere.com</a> + renvoi vers des sites dédiés |
|--|---|---|--|

## D'OÙ VIENNENT NOS VISITEURS ?

### Plusieurs moyens permettent aux visiteurs de rejoindre notre destination :

- Par la route :  
Principaux axes routiers qui traversent le territoire :  
N 106, D 998, D 35, D 20, D 9, D 983
- En train :  
Les gares SNCF les plus proches de notre territoire sont :  
Alès, Génolhac, La Grand Combe, Mende et Sainte Cécile d'Andorge.
- En avion :  
Les aéroports les plus proches de notre territoire sont: Nîmes, Montpellier, Clermont-Ferrand, Marseille et Rodez.
- En bus :  
Liaison Florac / Mende (toute l'année) et Florac / Alès (avril à septembre) ;  
Une navette touristique est également présente en saison :  
Florac / Le Pont de Montvert / Le Mont Lozère, tous les jours en juillet août
- Transport de bagages :  
Certains transporteurs de bagages proposent des navettes sur les chemins d'itinérance, notamment pour permettre aux randonneurs itinérants de revenir à leur point de départ ou de sauter une étape de randonnée sur leur itinéraire en cas de problème (mauvais temps, blessure...).



Le site le plus fréquenté de notre destination est le village du **Pont de Montvert**. Au cœur du Parc national des Cévennes, le bourg du Pont de Montvert, enjambe les lits de trois cours d'eau : le Tarn, le RieuMalet et le Martinet. Le paysage est rempli de témoignages du travail colossal effectué à travers les siècles pour l'aménager, le parcourir, le cultiver, l'habiter. Haut lieu du protestantisme, le Pont de Montvert a autrefois été le lieu de départ du soulèvement des camisards.

Les Cévennes et le Mont Lozère sont des territoires vivants et ce, du plus haut village du Mont Lozère à la dernière vallée de notre territoire. De nombreux évènements ont lieu chaque année sur notre destination, c'est ainsi que plus de 500 fêtes et manifestations prennent vie entre Cévennes et Mont Lozère.

#### Les 5 évènements majeurs pour notre territoire sont :

- La fête de l'abeille noire au Pont de Montvert,
- La fête du pèlardon à Sainte Croix Vallée Française,
- Les fêtes de la transhumance aux Ayres et sur le Mont Lozère,
- Le festival Jazz à Vialas,
- Le festival de musique à Saint Flour du Pompidou.

#### AMÉNAGEMENT ET EMPLACEMENT DES LOCAUX DE L'OFFICE DE TOURISME DES CÉVENNES AU MONT LOZÈRE :

De par leurs espaces limités, l'aménagement du bureau principal de l'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère et des 5 B.I.T. est pensé de manière à ce que les visiteurs aient accès à la documentation papier afin qu'ils puissent se renseigner par eux-mêmes s'ils le souhaitent. Puis, avant de se trouver devant le bureau d'accueil ils passent devant la boutique de l'office de tourisme. Le visiteur peut déambuler librement et le conseiller en séjour est visible et accessible.

- **Au Pont de Montvert** : l'office de tourisme se situe au cœur du village de Pont Montvert, face au Pont et à la tour de l'horloge, monument historique classé. Cette position lui permet de capter facilement les visiteurs et la population locale. Les visiteurs sont obligés de passer devant l'office de tourisme, le village étant traversé par la départementale. C'est le bureau le plus fréquenté de la destination du fait que le Pont de Montvert est un des villages les plus touristiques de notre destination. Ce lieu dispose malheureusement d'un espace limité et si le temps est mauvais, peu de lumière entre dans l'office (murs en pierres). Un projet de nouvel office de tourisme, mutualisé avec le musée du Parc national des Cévennes – musée de France – et l'entente Causses Cévennes est en cours. Ce nouveau lieu sera également situé en cœur de village, à l'autre bout du quai principal, à côté de la mairie.

| forces  | faiblesses   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Emplacement, situation en cœur de village</li><li>- Architecture authentique (pierres de granit apparentes à l'intérieur)</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Manque de luminosité et d'éclairage</li><li>- Local peu spacieux</li><li>- Parvis très étroit</li><li>- Espace de stockage insuffisant</li></ul> |

- **Sainte-Croix-Vallée-Française** : Il s'agit du second B.I.T. le plus fréquenté de notre destination. Ses principales attractions sont la baignade dans le Gardon qui traverse le village, la randonnée aux alentours ainsi que la visite de la Magnanerie de la Roque et son sentier de découverte, à la découverte de l'élevage du ver à soie. Son célèbre marché dominical se tient devant l'office de tourisme. Le village accueille chaque année la traditionnelle fête du Pélardon au mois de mai. Le local qui nous est mis à disposition à Sainte-Croix-Vallée-Française est loué par la Mairie à un particulier, il s'agit d'un ancien appartement. Il est situé au rez-de-chaussée d'une habitation. Il y a un sas d'entrée à franchir avant d'accéder à la pièce principale. Nous utilisons actuellement l'arrière pièce comme espace de stockage, celle-ci est séparée de l'espace d'accueil par un rideau. A l'office de tourisme de Sainte-Croix-Vallée-Française sont proposés en prêt des audioguides permettant de faire une visite contée du village (sauf en 2020 cause COVID-19). Ils sont actuellement dans l'arrière pièce. Néanmoins, cela n'est pas pratique pour le conseiller en séjour.

| forces   | faiblesses  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Emplacement idéal, situation en cœur de village sur la place qui accueille le marché</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manque d'isolation thermique</li> <li>- Espace de stockage séparé de l'espace d'accueil par un simple rideau</li> <li>- Espace peu adapté à l'accueil</li> </ul> |

- **Saint-Germain-de-Calberte** : Le village de Saint-Germain-de-Calberte est traversé par le chemin de Stevenson (GR70©) qui génère beaucoup de passage. Il y a aussi une offre importante de petites randonnées à proximité. Nous accueillons donc beaucoup de randonneurs dans ce bureau. Les balades avec un âne, le canyoning et la baignade en rivière sont aussi des activités très plébiscitées. Ce B.I.T. est situé au centre du village. La problématique de ce local est qu'il dispose de deux pièces : une première qui est assez sombre et une seconde avec deux fenêtres. Actuellement la banque d'accueil se trouve dans la seconde pièce, la plus lumineuse. Cependant, il arrive régulièrement que les visiteurs ne se rendent pas jusque dans la seconde pièce au contact du conseiller en séjour et vers la partie boutique. L'éclairage nécessite également d'être amélioré. Le sol en jonc de mer n'est pas très adapté à un lieu d'accueil du public et notamment de randonneurs et demande beaucoup d'entretien. Ce bureau manque d'espaces de stockage pour les articles de la boutique et les dépliant promotionnels.

| forces  | faiblesses   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Emplacement, situation en cœur de village</li> <li>- Luminosité de la pièce du fond</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Espace d'accueil divisé en 2 pièces, avec un premier sas d'entrée</li> <li>- Première pièce peu lumineuse</li> <li>- Manque d'éclairage</li> <li>- Sol en jonc de mer peu adapté à un espace d'accueil</li> <li>- Espace de stockage insuffisant</li> </ul> |

- **Saint-Etienne-Vallée-Française** : Le village de Saint-Etienne-Vallée-Française est également traversé par le chemin de Stevenson (GR70©). La célèbre cascade du Martinet se situe à 1,5 km du village. Les principales demandes des visiteurs portent sur les circuits de petite randonnée, les lieux de baignade ainsi que les balades avec un âne. Le B.I.T. de Saint-Etienne-Vallée-Française est bâti en pierres sèches et comprends des espaces voûtés. L'entrée est possible par deux portes vitrées sur la même façade. Actuellement, l'accueil des visiteurs se fait uniquement dans la première pièce, la plus spacieuse. Derrière la banque d'accueil actuelle, se trouvent 3 petites pièces qui ne sont pas accessibles aux visiteurs. Nous en utilisons une comme espace de stockage, une comme coin repas pour les salariés et la dernière est inutilisée à ce jour mais nous permettra éventuellement à l'avenir de stocker des cartons de brochures. Très prochainement, une porte sera installée derrière l'actuelle banque d'accueil pour une meilleure isolation. Il n'est donc pas prévu d'ouvrir l'accès à ces pièces aux visiteurs. Dans ce local, il y a beaucoup de poussière issue des jointures des pierres qui s'effritent.

#### forces

- Espace d'accueil spacieux
- Architecture traditionnelle cévenole (bâtiment voûté en pierres sèches)
- Parking devant l'office de tourisme
- Jardin agréable à l'entrée du bâtiment

#### faiblesses

- Situation excentrée du cœur du village
- Excès de poussière dû aux jointures des pierres qui s'effritent
- Manque de luminosité

- **Le Collet-de-Dèze** : Le village du Collet-de-Dèze est traversé par l'ancienne ligne de train reliant Florac à Sainte-Cécile-d'Andorge, qui sera reconvertie en 2022 en une voie verte permettant la randonnée pédestre, cycliste et équestre. De nombreux circuits de randonnée sont proposés aux alentours. Le lac des Camboux, à 9 km, est l'une des attractions majeures en saison estivale avec le train de l'Andorge en Cévennes, un petit train touristique qui circule sur une partie de l'ancienne ligne de train, à partir de la gare de Sainte-Cécile-d'Andorge à 6 km.

Le local du Collet-de-Dèze, situé dans le village au bord de la N106, dispose de deux espaces : un premier en entrant puis un deuxième surélevé en montant quelques marches. Les visiteurs se rendent rarement dans la seconde partie, peut-être en raison d'un manque d'attractivité de cet espace. La partie haute comporte des risques d'inondation mineurs en raison d'infiltrations dans la réserve. L'espace boutique doit se situer dans la partie haute du local pour éviter l'exposition des livres au soleil, qui les endommage. La réserve étant trop humide, cela endommage les dépliantes qui y sont stockés.

#### forces

- Emplacement, situation en cœur de village, au bord de la nationale 106
- Espace d'accueil spacieux et lumineux

#### faiblesses

- Manque d'isolation thermique
- Infiltrations dans la réserve
- Problèmes d'humidité
- Manque d'attractivité de la partie haute du local

- **Vialas** : Le village de Vialas, surplombé par la falaise des rochers du Trenze, est situé à la frontière entre la Lozère et le Gard. De nombreuses petites randonnées partent directement du centre du village. Un sentier de découverte autour de l'ancienne mine de plomb argentifère, ayant autrefois rendu prospère le village, a été aménagé en 2019, à 1,5 km de Vialas. A deux pas du départ de ce sentier se trouve également un lieu de baignade en rivière plébiscité en saison estivale dans le hameau de la Planche. Ce B.I.T. est ouvert uniquement du mois de juin au mois de septembre.

Le local de Vialas, situé à côté de l'église, est peu spacieux. En entrant, sur la gauche est disposé un petit bureau, assez étroit et peu fonctionnel avec des étagères de rangement fermées par un rideau à l'arrière. Il y a un grand ilot central au centre de la pièce qui est occupé par l'espace boutique. Sur le mur du fond et le mur de gauche en entrant, se trouvent des présentoirs horizontaux. Ces derniers ne proposent pas un espace suffisant pour proposer la totalité de nos flyers et brochures. Par manque de place à l'intérieur et étant donné que cet office de tourisme est ouvert pendant les beaux jours, l'espace Wifi se trouve à l'extérieur, nous sortons chaque matin 2 tables et 4 chaises prévues à cet effet. Cet espace en extérieur est généralement apprécié des visiteurs. L'espace de randonnée se trouve sur le présentoir sur le mur du fond, ce qui est peu pratique car le conseiller en séjour doit se rendre au fond de la pièce à chaque fois qu'il a une demande concernant la randonnée, ce qui est très fréquent et surveiller qu'il n'y ait pas de vols.

| <b>forces</b>  | <b>faiblesses</b>  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Emplacement, situation en cœur de village</li> <li>- Local remis à neuf récemment (peinture, meubles, carrelage...)</li> <li>- Espace d'accueil lumineux</li> <li>- Espace extérieur devant le local</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Local peu spacieux</li> <li>- Emplacement de l'espace de randonnée pas idéal</li> </ul> |

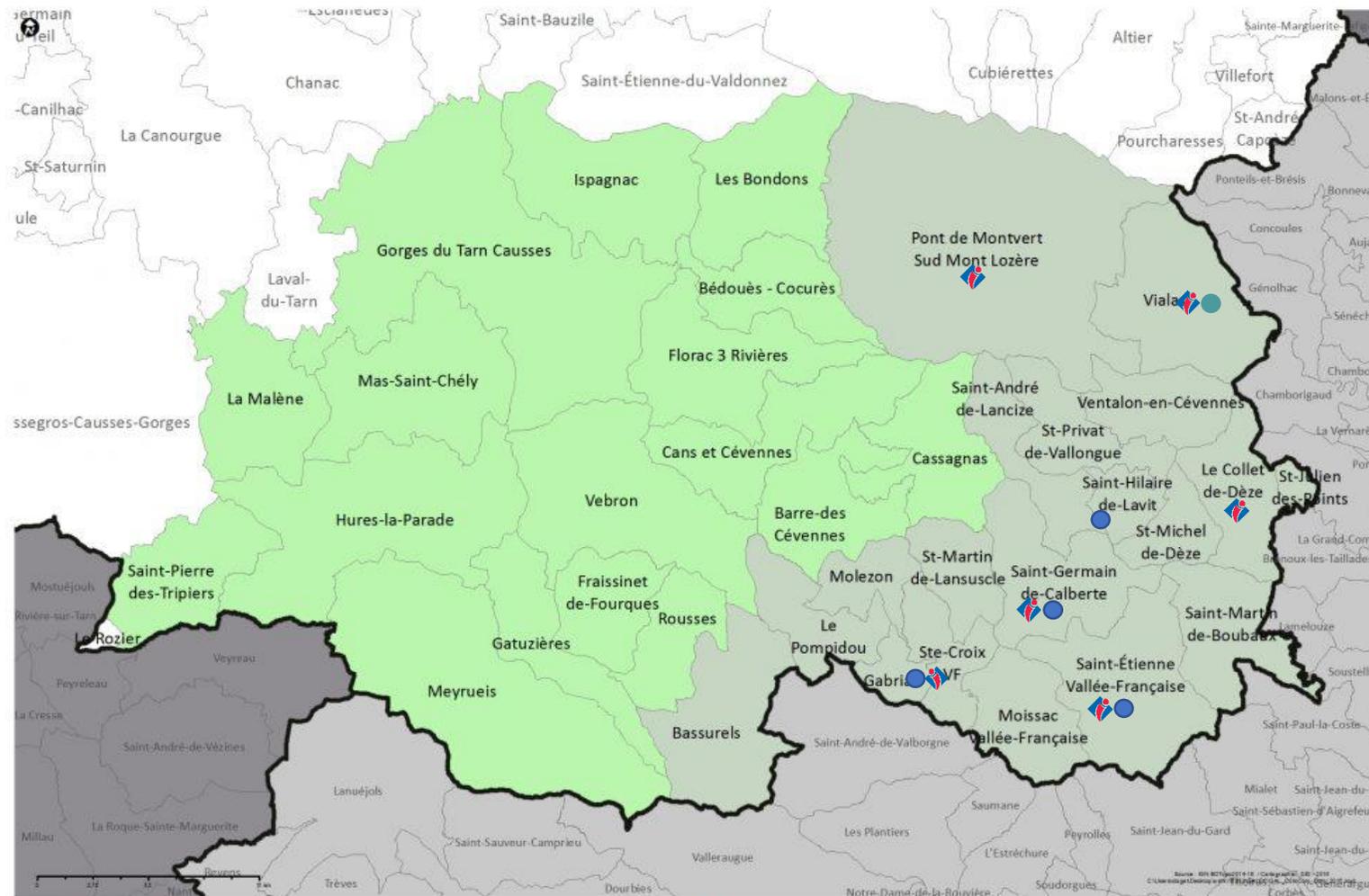
### LOCALISATION DES LIEUX D'ACCUEILS HORS LES MURS DE L'OFFICE DE TOURISME DES CÉVENNES AU MONT LOZÈRE :

L'office de tourisme s'investit dans les manifestations importantes du territoire et fait à cette occasion de l'accueil hors les murs : participation à **la fête du pélardon** à Sainte Croix Vallée Française, à **la fête de la transhumance** aux Ayres, ... Ces évènements à envergure départementale voire régionale sont importants pour la promotion de l'ensemble du territoire et génèrent de très fortes retombées économiques.

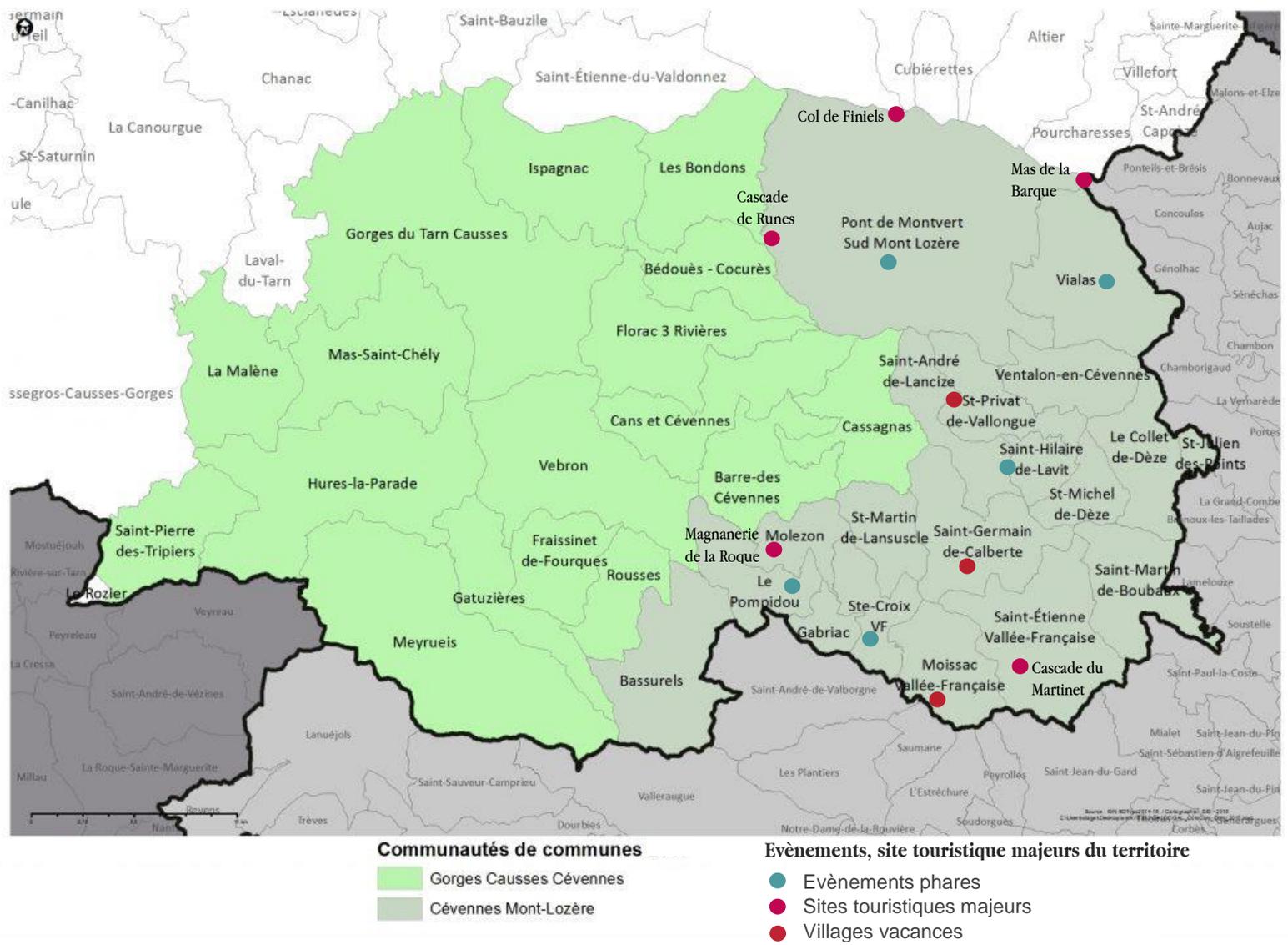
En participant activement à ces manifestations (création de flyers, présence sur des stands, ...) l'ensemble de la destination Cévennes Mont Lozère se fait connaître. Ces évènements porteurs autour de thématiques particulières nous permettent également d'élargir notre clientèle en allant au plus près des visiteurs.

L'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère fait également de l'accueil hors les murs lors des **marchés estivaux** à Saint Etienne Vallée Française et à Saint Germain de Calberte.

## CARTE ÉTAT DES LIEUX ACCUEIL OFFICE DE TOURISME DES CÉVENNES AU MONT LOZÈRE :



## CARTE ÉTAT DES LIEUX DES ÉVÉNEMENTS, DES SITES TOURISTIQUES MAJEURS DU TERRITOIRE :



## DIFFUSION DE L'INFORMATION :

Plusieurs points d'information diffusent l'ensemble des documents de l'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère en plus de nos offices de tourisme :

- Une bourse aux brochures annuelle est organisée par le Comité départemental du Tourisme de la Lozère. Cet évènement annuel permet aux prestataires touristiques, aux offices de tourisme et aux fédérations d'échanger leurs documents sur la Lozère et de pouvoir les distribuer dans leurs établissements.
- Nos brochures et cartes touristique sont également présentes à la maison de la Lozère à Paris et sur l'aire de la Lozère
- 6 mini bourses aux brochures sont organisées chaque année par l'office dans chacun des bureaux de l'office de tourisme afin d'échanger nos documents avec nos prestataires adhérents
- Une borne d'information touristique a été installée à l'été 2020 à Vialas, celle-ci donne l'information du territoire 24h sur 24.
- Un accès wifi est disponible 24h sur 24 devant chaque bureau de l'office de tourisme.

## AMÉLIORATIONS POSSIBLES POUR UN ACCUEIL OPTIMAL SUR LA DESTINATION

| Demandes                   |   | Accueil Physique   | Accueil numérique   |
|----------------------------|---|--|---|
| Service office de tourisme | Accueil Pêche - recherche d'information pour l'achat de carte + les informations associés | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vente de cartes de pêche,</li> <li>- Guide pratique pêche</li> </ul>  |   |
|                            | Service Wifi – recherche la connexion   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aide à la connexion si difficulté rencontrée</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Service gratuit et accessible 24h/24 autour de l'Office du Tourisme et ses bureaux sans code. C'est un service indispensable et le visiteur est de plus en plus connecté pendant son séjour.</li> </ul>  |
|                            | Inscriptions diverses – demande d'inscriptions pour des animations natures, visites, .... | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conseils et choix sur les inscriptions aux diverses animations proposées.</li> <li>- Guides et flyers présents dans les bureaux.</li> <li>- Programme d'animation dans le panneau d'affichage + distribué gratuitement.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Programme d'animation envoyé par newsletter par quinzaine</li> <li>- Inscriptions et renseignement par téléphone ou mail.</li> </ul>   |
| Améliorations possibles    |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Améliorer la qualité de l'agenda sur notre site internet avec la possibilité d'avoir plus de filtres : localisation, type, gratuité, ....</li> <li>- Développer les outils de réservation aux animations pour les visiteurs</li> <li>- Pouvoir proposer des espaces d'accès au wifi plus agréables</li> <li>- Proposer une borne d'information touristique devant les bureaux saisonniers.</li> </ul> |   |
| Informations pratiques     |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Indication de localisation des services, commerces, ... en appui avec le plan du village.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan disponible en téléchargement gratuit sur <a href="http://www.cevennes-montlozere.com">www.cevennes-montlozere.com</a></li> </ul>  |
| Améliorations possibles    |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Refonte de nos plans de villages avec une partie pratique et une partie historique sous un nouveau format (gratuit)</li> <li>- Améliorer, en collaboration avec les communes, la signalétique locale.</li> </ul>  |   |
| Petites randonnées         | Balades pour une clientèle familiale  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incitation aux randonnées gratuites du Parc national des Cévennes : sentiers d'interprétation ou sentiers de randonnée de courte distance (&gt;8 km)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Randonnées téléchargeables gratuitement sur : <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="http://www.cevennes-montlozere.com">www.cevennes-montlozere.com</a></li> <li>- Plateforme Geotrek du Parc national des Cévennes : <a href="https://destination.cevennes-parcnational.fr">https://destination.cevennes-parcnational.fr</a></li> </ul> </li> <li>- Traces gpx téléchargeables</li> </ul> |
|                            | Balade ou rando à la journée  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conseil sur les choix de randonnées en fonction de la durée, du dénivelé et du point de départ du visiteur.</li> <li>- Vente de fiche sentier à l'unité (1€) ou par carnet de randonnées (6€ les 10) – en partenariat avec l'OT Gorges du Tarn Causse Cévennes</li> </ul>   |   |

|                                      |   |   |  |
|--------------------------------------|---|---|--|
| <b>Améliorations possibles</b>       |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pouvoir visionner les randonnées sur une carte en ligne</li> <li>- Avoir une carte interactive disponible dans le nouvel espace d'accueil du bureau principal de l'office de tourisme</li> <li>- Travail sur le réseau des vallées cévenoles pour arriver à un même degré de qualité que le réseau du Mont Lozère mis en place par le PPN Mont Lozère au printemps 2021 (panneaux d'information aux points de départ, refonte du balisage, multi pratique, ...)</li> </ul> |  |
| <b>Activités, loisirs, animation</b> | Que peut-on faire, voir cette semaine ? pour une clientèle familiale (demande plus forte lors des vacances scolaires) | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conseil sur les activités spécifiques à faire avec les enfants</li> <li>- informations sur que faire quand il pleut (pictos présent sur notre carte touristique) car ce sont pour beaucoup des activités familiales</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Section spéciale sur notre site internet :</li> <li>- « Que faire quand il pleut »</li> <li>- « En famille »</li> </ul>                               |
|                                      | <b>Améliorations possibles</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer un coin enfant dans les offices ayant un espace suffisamment grand</li> <li>- Proposer des applications de découverte de village ludiques</li> <li>- Travailler avec les prestataires du territoire pour l'obtention d'un label Famille plus</li> </ul>   |  |
|                                      | Que peut-on faire, voir cette semaine ? pour une clientèle duo / senior   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conseil personnalisé sur les activités culturelles (carte touristique) + information sur le patrimoine PNC + UNESCO</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informations plus détaillé sur <a href="http://www.cevennes-montlozere.com">www.cevennes-montlozere.com</a> + renvoi vers des sites dédiés</li> </ul> |
|                                      | <b>Améliorations possibles</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Développer des visites de villages avec la population locale ou avec des guides de visites + mise en réseau de l'offre existante</li> <li>- Développer les plans de villages historique / pratique</li> <li>- Développer des thématiques fortes du territoire en créant de nouveaux documents papier + présence sur notre site internet comme la valorisation des églises romanes, temple, ...</li> <li>- Développer l'offre vélo - VAE</li> </ul>                         |  |

### AMÉLIORATIONS POSSIBLES SUR LES LIEUX D'ACCUEIL :

Suite à cet état des lieux, un projet d'aménagement et d'équipement des BIT a vu le jour. L'enjeu de ce projet est d'une part de créer une reconnaissance visuelle et une cohérence entre les lieux d'accueil du territoire. Il s'agit d'autre part d'améliorer la qualité de l'accueil touristique en facilitant l'accès à l'information et de valoriser l'identité de la destination auprès des visiteurs. Ces B.I.T constitueront ainsi une vitrine de l'offre touristique et des savoir-faire du territoire. C'est également dans un objectif d'amélioration des conditions de travail et du confort des salariés par une bonne ergonomie.

### Les objectifs sont les suivants :

- Uniformiser le mobilier tout en tenant compte des particularités de chaque lieu,
- Créer une ambiance agréable et harmonieuse en travaillant sur la décoration d'intérieur,
- Repenser les différents espaces selon leur fonctionnalité,
- Rendre plus fonctionnels les espaces de travail et améliorer le confort des salariés.

Un office de tourisme est avant tout un lieu d'accueil, de rencontre et d'échange. Cela doit se ressentir dès lors que le visiteur franchit la porte de l'office de tourisme, il doit se sentir le bienvenu. Le lieu d'accueil doit être conçu en ce sens et la configuration des locaux doit lui faciliter l'accès à l'information ou au conseiller en séjour en mesure de le renseigner. Ce doit être un espace chaleureux, ouvert et propice aux échanges.

Lorsque les visiteurs entrent dans nos offices, ils doivent pouvoir rapidement identifier la destination où ils se trouvent et visualiser la richesse des activités et du patrimoine qu'il offre.

### Plusieurs espaces devront être clairement identifiés :

- Espace d'accueil du public : banque d'accueil avec un poste de travail permettant au conseiller en séjour d'être mobile tout en ayant un espace pour délivrer des informations sur support papier ou sur tablette. Doit permettre d'avoir une vue d'ensemble sur l'office de tourisme.
- Espace randonnée : possibilité de consultation de la carte IGN et mise en avant de l'offre de randonnée. Directement visible et accessible depuis l'espace d'accueil.
- Espace de consultation : possibilité de consultation et de collecte de documentation touristique.
- Espace Wifi : proposition d'un espace de connexion au wifi où maximum 2 personnes puissent s'asseoir et consulter leur tablette / ordinateur.
- Espace boutique : présentation et mise en valeur de l'offre de livres et cartes postales avec du mobilier adapté. Sécurisé et directement visible de l'espace accueil.
- Espace qualité : espace permettant de mettre en avant nos enquêtes de satisfaction et nos formulaires de suggestions et une urne.
- Espace enfants (optionnel, selon espace disponible): équipé de table chaise et accessoires adaptés, sécurisé et visible de l'espace d'accueil.

Le libre accès à la documentation touristique est un point positif pour l'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère. Notre clientèle affectionne la qualité et la gratuité de la documentation papier. En 2020 il était prévu de mettre en place des corbeilles « brochures de seconde main » afin de limiter l'impact des impressions, mais cela n'a pas pu se faire en raison du contexte sanitaire.

Le métier d'accueil au sein des offices de tourisme évolue vers un conseil de plus en plus personnalisé. C'est pour cette raison que dès la saison touristique 2021 les B.I.T. seront équipés de tablettes tactiles, qui seront utilisées par le conseiller en séjour, pour l'accompagner dans sa démarche d'accueil et de conseil et pour illustrer ses propos.

## AMÉLIORATIONS POSSIBLES SUR L'ACCUEIL HORS LES MURS :

Suite à cet état des lieux, l'office de tourisme se rend compte que l'accueil sur les marchés n'est pas pertinent pour capter de nouveaux visiteurs sur le territoire. La présence de l'office de tourisme sur les événements majeurs du territoire doit être accentuée, à chaque gros événement l'office de tourisme doit être présent avec un stand attractif – stand qui pourra être réutilisé lors de la participation de l'office de tourisme à des salons -.

### Les objectifs de l'accueil hors les murs sont les suivants :

- Capter plus de visiteurs,
- Conquérir une nouvelle clientèle qui ne vient pas à l'office de tourisme,
- Créer une ambiance agréable et harmonieuse du « stand » qui donne envie de venir à la rencontre du conseiller en séjour,

## AMÉLIORATIONS NUMÉRIQUE POUR L'ACCUEIL DANS ET HORS LES MURS :

Dans de nombreux domaines d'activités, les notions de service et d'accueil ont été bouleversés par le développement d'internet. Nous avons vu apparaître de nouveaux appareils numériques au service du client, comme par exemple dans les postes ou dans les banques. Les consommateurs sont désormais à la recherche de nouveaux services et ont des attentes nouvelles en termes d'accueil. Ainsi, les offices de tourisme se doivent de prendre en compte cette évolution et de se demander comment adapter leurs missions d'accueil et d'information.

**L'enjeu** est d'améliorer l'expérience touristique du client au sein de l'office de tourisme en utilisant les outils numériques pour mettre en valeur les atouts du territoire et fournir une information enrichie.

### L'outil numérique au service du conseiller en séjour :

Néanmoins, les outils numériques ne remplacent pas la relation humaine, le client est souvent à la recherche des conseils éclairés, du tuyau en plus que pourra lui fournir le conseiller en séjour. Le touriste ne recherche plus seulement de l'information, car l'information est facilement accessible sur internet. Il attend du conseiller en séjour, un **ambassadeur de la destination**, qui soit en mesure de lui apporter de l'aide dans son choix : quels sont les principaux atouts, les « incontournables » du territoire. Le visiteur est également à la recherche de participation (implication, échange, partage, interactions) et souhaite vivre une **expérience touristique**, cela commence dès son entrée dans un office de tourisme. L'outil numérique vient ainsi en accompagnement du conseiller en séjour, il s'agit de dynamiser les interactions et d'illustrer le renseignement pour valoriser l'offre du territoire. Le numérique apparaît également comme un moyen d'attirer une clientèle plus jeune, plus habituée à l'utilisation du numérique.

**En pratique**, les bureaux d'information touristique seront équipés en tablettes tactiles, qui seront utilisés comme outil d'accueil au service des conseillers en séjour. Il s'agirait de tablettes tactiles classiques, qui seraient utilisées par les conseillers en séjour pour accompagner l'acte de renseignement et illustrer les informations fournies au visiteur. Ces tablettes tactiles seront un support de communication moderne et valorisant pour les conseillers en séjour dans le cadre de l'entretien avec le visiteur, en leur permettant de s'appuyer sur un support interactif, avec des visuels pour illustrer les informations touristiques transmises.

Le site web de l'office de tourisme [www.cevennes-montlozere.com](http://www.cevennes-montlozere.com) en version mobile sera l'outil principal des conseillers en séjour pour appuyer leurs propos et illustrer les renseignements fournis : cela leur permettra de montrer des photos des hébergements ou activités, d'afficher l'agenda des manifestations, de montrer les plans de village, de donner un aperçu des éléments du patrimoine, etc.

### **L'outil numérique au service des visiteurs :**

La mise en place de **borne d'information touristique** devant tous nos bureaux, en partenariat avec le conseil départemental de la Lozère, permettra aux visiteurs d'obtenir un renseignement pratique 24h sur 24. Ces bornes d'information touristique, en lien avec la base de données départementale, doivent pouvoir donner l'offre exhaustive du territoire et des ouvertures en temps réel. Ces bornes pourront avoir une utilisation optimale pour les visiteurs plus lorsque certains de nos bureaux sont fermés en période hivernale, tout comme lors des fermetures de la pause méridienne, en soirée, ...

Une **borne interactive de consultation des randonnées** sera également nécessaire pour pouvoir proposer notre offre de randonnée.

Grâce à l'outil Geotrek, développé par les Parc nationaux, le visiteur peut facilement retrouver une offre de randonnée complète. Cet outil, utilisable sur internet et sur application mobile, permet aux adeptes de randonnée de définir leurs itinéraires sur mesure en intégrant divers critères, tels que le dénivelé, la difficulté, la durée, les services touristiques à découvrir en chemin...

L'outil Geotrek permet de valoriser l'offre de randonnée, le patrimoine et les offres écotouristiques des territoires. Geotrek regroupe une communauté d'utilisateurs et de développeurs, qui mutualisent leurs moyens et leurs compétences afin de développer des portails de randonnée sur internet.

Cette borne interactive de consultation des randonnées permet de valoriser et d'illustrer des itinéraires de randonnées grâce à des cartes, photos, illustrations, ...

## ACTIONS SPÉCIFIQUE À RÉALISER :

| Action   | Objectifs de l'action   | Retombées de l'action   | Contenu de l'action   | Conditions de mise en œuvre de l'action  | Echéance de mise en œuvre de l'action                         |
|--|---|---|---|--|---|
| <b>Adapter et qualifier l'offre sur les circuits culturels existants - églises romanes, temples, ...</b> | <p>Proposer une offre culturelle à notre clientèle Duo / Senior</p> <p>Sur le long terme : mettre en réseau les offres culturelles existantes + les nouvelles</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcer l'offre culturelle de notre territoire.</li> <li>- Valoriser le patrimoine existant.</li> <li>- Ces circuits permettraient de créer du lien entre les territoires mais également de faire vivre les villages.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer des circuits autour de thématique forte du territoire.</li> <li>- Développer des fiches pratiques autour de ces thématiques en valorisant le patrimoine existant.</li> <li>- Proposer des circuits non pédestres pour les personnes à mobilité réduite</li> </ul> | <p><b>Ressources Humaines :</b><br/>mobilisation d'un salarié de l'office qui sera en charge de superviser le projet.</p> <p><b>Moyens matériels :</b><br/>Elaboration de fiches pratiques à donner au visiteurs + infos en ligne.</p> <p><b>Partenaires associés :</b> le PNC et les communes concernés.</p>  | Les premiers circuits sont prévus pour 2021                   |
| <b>Valorisation des circuits de village existants</b>  | <p>Proposer une offre culturelle à notre clientèle Duo / Senior</p> <p>Diffuser de l'information touristique à plus grande échelle</p>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoriser les prestataires (commerçants, restaurateurs, hôteliers, ...) des villages.</li> <li>- Faire découvrir le patrimoine architectural et culturel des villages concernés.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer un plan de village deux en un : avec un côté pratique pour se déplacer dans le village et rechercher un lieu précis et un côté historique pour faire découvrir l'offre culturelle du village</li> </ul>   | <p><b>Ressources Humaines :</b><br/>mobilisation d'un salarié de l'office qui sera en charge de superviser le projet.</p> <p><b>Moyens matériels :</b><br/>Elaboration de plans à distribuer gratuitement à l'office et chez les commerçants partenaires + téléchargeables en ligne.</p> <p><b>Partenaires associés :</b> les communes concernées.</p> | Premiers plans prévus pour 2020, fin de tous les plans : 2021 |

|   |  |   |  |   |   |
|---|--|---|--|---|---|
| <p><b>Création d'un réseau d'ambassadeur de prestataires</b></p>              | <p>Améliorer l'accueil hors les murs de l'office</p> <p>Capter plus de clientèle</p> <p>Diffuser l'information touristique sur le territoire</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcer la culture d'accueil du territoire</li> <li>- Renforcer la démarche participative dans les actions locales</li> <li>- Encourager la participation des prestataires au développement local de leur territoire</li> <li>- Diffuser une information touristique de qualité en dehors des horaires d'ouverture des offices, et ce grâce à des relais sélectionnés</li> </ul> | <p>Inciter les prestataires à devenir ambassadeurs de leur territoire</p> <p>Organiser des moments de rencontres autour des thèmes suivants : qualité d'accueil, être disponible facilement, savoir valoriser son territoire, savoir informer, connaître les éléments touristiques essentiels du territoire.</p> <p>Organisation d'éducteurs deux à trois fois par an afin que l'office de tourisme garde le contact avec les ambassadeurs</p> | <p><b>Ressources Humaines :</b> mobilisation des deux référents réseau pro qui seront en charge de superviser ce réseau d'ambassadeur.</p> <p><b>Moyens matériels :</b> pouvoir proposer aux partenaires un dépôt des brochures OT via un totem identifiable grâce à la charte de l'OT</p> <p><b>Partenaires associés :</b> les partenaires de l'office de tourisme volontaires</p> | <p>En 2021 prévoir les premières réunions et rencontres du territoire.</p> <p>Créer en partenariat avec les ambassadeurs un totem OT</p> <p>A long terme développer le réseau en multipliant le nombre d'ambassadeurs sur le territoire</p> |
| <p><b>Accueil sur les lieux touristiques majeurs ou villages vacances</b></p> | <p>Améliorer l'accueil hors les murs</p> <p>Capter plus de clientèle</p> <p>Diffuser l'information touristique sur le territoire</p>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promouvoir le territoire</li> <li>- Valoriser les prestataires touristiques</li> <li>- Faire connaître les services</li> <li>- Orienter les visiteurs sur le territoire</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réaliser un accueil hors les murs sur des points stratégiques du territoire identifiés grâce au SADI</li> <li>- Présence lors de l'accueil hors les murs avec nos outils de communication.</li> </ul>   | <p><b>Ressources Humaines :</b> un salarié de l'office de tourisme qui assure le suivi de l'action + les salariés des secteurs pour l'accueil</p> <p><b>Moyens matériels :</b> Prévoir des aménagements pour rendre attractif l'accueil hors les murs (totem, cartographie, ...)</p> <p><b>Partenaires associés :</b> bureau et CA de l'office de tourisme</p>                      | <p>Continuer l'accueil sur les événements forts du territoire.</p> <p>Développer en 2021 ou 2022 l'accueil chez des partenaires villages vacances</p>   |

|   |   |   |  |   |   |
|---|---|---|--|---|---|
| <p><b>Réaménagement des bureaux du Collet de Dèze, Saint Etienne Vallée Française, Saint Germain de Calberte, Sainte Croix Vallée Française et Vialas</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uniformiser le mobilier tout en tenant compte des particularités de chaque lieu,</li> <li>- Créer une ambiance agréable et harmonieuse en travaillant sur la décoration d'intérieur,</li> <li>- Repenser les différents espaces selon leur fonctionnalité,</li> <li>- Rendre plus fonctionnels les espaces de travail et améliorer le confort des salariés.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer une reconnaissance visuelle et une cohérence entre les lieux d'accueil du territoire.</li> <li>- Améliorer la qualité de l'accueil touristique en facilitant l'accès à l'information.</li> <li>- Valoriser l'identité de la destination auprès des visiteurs.</li> <li>- Constituer une vitrine de l'offre touristique et des savoir-faire du territoire.</li> </ul> | <p><b>Trois phases de mise en œuvre :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réaménagement des bureaux d'information touristique (B.I.T.) de l'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère, qui disposent actuellement de matériel d'accueil et mobilier vieillissant. Création d'une identité visuelle entre les différents B.I.T. en harmonisant la signalétique extérieure et l'aménagement intérieur. Réorganisation des espaces d'accueil de façon plus moderne. Remplacement du matériel informatique vieillissant.</li> <li>- Création d'une version mobile du site internet de l'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère <a href="http://www.cevennes-montlozere.com">www.cevennes-montlozere.com</a> en restructurant la version desktop.</li> <li>- Equipement des B.I.T. de Saint Etienne Vallée Française, Sainte Croix Vallée Française, Saint Germain de Calberte, du Collet de Dèze et du Pont de Montvert en tablettes tactiles visant à accompagner les conseillers en séjour dans leur démarche de renseignement. Formation des conseillers en séjour à la pratique de cet outil.</li> </ul> | <p><b>Ressources Humaines :</b> mobilisation d'un salarié de l'office qui sera en charge de superviser le projet.</p> <p><b>Moyens matériels :</b> aménagement des extérieurs de l'office de tourisme, aménagement des espaces intérieurs, achat de tablettes numériques.</p> <p><b>Partenaires associés :</b> les communes concernées.</p> | <p>Début de l'opération en 2020, fin de l'opération prévue en 2022</p>  |
| <p><b>Diversifier l'offre de randonnée afin d'atteindre des nouvelles clientèles</b></p>  | <p>Proposer une offre complémentaire à notre clientèle sport nature</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promouvoir l'ensemble du territoire</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réaliser une carte touristique vélo avec les boucles au recto et les explications principales de chaque boucle au verso</li> <li>- Inscrire ces boucles dans la base de données départementale pour permettre le téléchargement des traces gpx</li> </ul>   | <p><b>Ressources Humaines :</b> un salarié de l'office de tourisme qui assure le suivi de l'action + un référent vélo / secteur</p> <p><b>Moyens matériels :</b> impression d'une carte spécifique vélo</p> <p><b>Partenaires associés :</b> bureau et CA de l'office de tourisme</p>   | <p>2020 : cartes cyclo établies avec les descriptifs des boucles</p> <p>2021 : édition d'une carte pratique + insertion des boucles sur la base de données départementale</p> |