

Le guide de calcul des audits Qualité Tourisme™

Actualisé en Novembre 2019

QUALITÉ
TOURISME

Sommaire

<u>Introduction</u>	<u>Page 3</u>
<u>Les coefficients des critères</u>	<u>Page 4</u>
<u>Les modalités de réponse</u>	<u>Page 5</u>
<u>Les familles des critères</u>	<u>Page 8</u>
<u>La conformité à l'écoute client</u>	<u>Page 10</u>
<u>Les séquences & les séquences détaillées</u>	<u>Page 11</u>
<u>Rattrapage des critères non validés</u>	<u>Page 12</u>
<u>Pour plus d'informations sur la marque Qualité Tourisme™</u>	<u>Page 13</u>

Introduction

- Pour mémoire, le droit d'usage de la marque Qualité Tourisme™ est attribuée suite à une commission dématérialisée [sur le Portail Qualité Tourisme™](#).
- Afin d'être éligible à un passage en commission, **l'établissement audité doit obtenir un taux de conformité général de 85% à [un référentiel Qualité Tourisme™](#)**, lors de son audit d'adhésion ou de renouvellement.
- Les référentiels présentent une multitude de critères, impactant de différentes manières le taux de conformité général de votre audit.

Ce document présente le détail des calculs des critères Qualité Tourisme™, ce qui vous permettra de mieux cerner cette épreuve fondamentale du dispositif Qualité Tourisme™.

Les coefficients des critères

- Chaque critère Qualité Tourisme™ est associé à un **coefficient**.
- Les coefficients sont déterminés **par rapport à l'importance des critères**.
- Dans les référentiels Qualité Tourisme™, il existe 3 coefficients:

Coefficient	Description	Exemples de critère
<u>9 Points</u>	Critère important. Le non-respect du critère engendre une insatisfaction globale du client.	« <i>Les sols de la chambre sont propres</i> » pour le référentiel Hôtel.
<u>3 Points</u>	Critère de moyenne importance. Le critère est directement perceptible par le client.	« <i>Les abords privatifs de la structure sont propres.</i> » pour le référentiel Activités sportives et de Loisirs.
<u>1 Point</u>	Critère secondaire.	« <i>L'interlocuteur propose une confirmation par mail</i> » pour le référentiel Camping.

Les modalités de réponse (1/3)

- Pour répondre à un critère, il existe 4 types d'échelle de réponse impliquant une ou plusieurs modalités.
- Chacune des modalités permet d'acquérir une partie des points des critères.

Échelle n°1: Oui / Non

<u>Modalité</u>	<u>Description</u>	<u>Calcul des points</u>
Oui	On peut répondre à la totalité du critère	100 % des points du critère sont acquis.
Non	L'ensemble du critère n'est pas respecté	0 % des points du critère sont acquis.

*Exemple: Un critère coefficient **3 points** qui est noté **OUI** apporte **100% x 3 = 3 points**.*

Les modalités de réponse (2/3)

Échelle n°2:

- Très satisfaisant Satisfaisant
 Insatisfaisant Très insatisfaisant

<u>Modalité</u>	<u>Description</u>	<u>Calcul des points</u>
Très satisfaisant	Excellent niveau. Répond parfaitement à l'attente du référentiel.	100 % des points du critère sont acquis.
Satisfaisant	Bon niveau avec des améliorations marginales. L'impression générale demeure positive.	75 % des points du critère sont acquis.
Insatisfaisant	Laisse une impression négligée/trop usagée. L'impression générale est négative.	25% des points du critère sont acquis.
Très insatisfaisant	La réponse au critère n'est pas acceptable.	0 % des points du critère sont acquis.

*Exemple: Un critère coefficient **9 points** qui est noté **INSATISFAISANT** apporte **25% x 9 = 2,25 points**.*

Les modalités de réponse (3/3)

Échelle n°3: Non mesuré

<u>Modalité</u>	<u>Description</u>	<u>Calcul des points</u>
Non mesuré	<p>En fonction de la configuration des lieux, des circonstances de l'audit et des spécificités propres à chaque structure, certains critères ne s'appliquent pas.</p> <p>Les points BONUS non satisfaits sont saisis en non mesurés</p>	<p>Les points du critère ne sont pas comptabilisés dans le résultat de l'audit. Ainsi le critère n'est pas pénalisant.</p> <p>TOUTES LES PRESTATIONS DOIVENT ETRE AUDITEES. LE « NON MESURE » DOIT ETRE JUSTIFIE</p>

Échelle n°4: Non traitée

<u>Modalité</u>	<u>Description</u>	<u>Calcul des points</u>
Non traitée	<p>Il n'est pas possible de répondre au critère dans l'immédiat (contrôle documentaire, sur déclaratif). C'est un choix temporaire: tant que des critères « non traités » existent l'évaluation ne peut pas être finalisée.</p>	<p>Le choix de cette modalité empêche le calcul du résultat</p>

Les familles de critères (1/2)

- Qualité Tourisme™ récompense plus spécifiquement les démarches qualité contribuant à l'amélioration de l'accueil et des services sur l'ensemble du parcours client.
- C'est pourquoi, chaque critère Qualité Tourisme™ est rattaché une famille. **Il existe 5 familles de critères**, qui permettent de les catégoriser en fonction de la thématique abordée.
- Afin d'éviter une valorisation trop importante des critères matériels, **le taux de conformité de l'audit Qualité Tourisme™ est calculé par la pondération de ces différentes familles selon les poids suivants:**

Famille	Poids dans la note Qualité Tourisme™
Savoir-faire et savoir-être	35%
Confort et propreté	25%
Qualité de la prestation	20%
Information et communication	15%
Développement durable et valorisation touristique des territoires	5%

Par exemple, l'ensemble des critères appartenant à la famille « Savoir-faire et savoir-être » vaudra pour 35% du poids du taux de conformité général.

L'ensemble des critères appartenant à la famille « Développement durable et valorisation touristique des territoires » vaudra pour 5% du taux de conformité général.

Pondération spécifique Office de tourisme (1/2)

- Afin de refléter la réalité de la prestation « Offices de tourisme », le calcul de la note finale a été adapté tant pour la visite mystère que pour l'audit complet.
- La pondération de la famille confort propreté a été abaissé, et celui de la qualité de la prestation élevé.

Famille	Poids dans la note Qualité Tourisme™
Savoir-faire et savoir-être	35%
Confort et propreté	5%
Qualité de la prestation	35%
Information et communication	20%
Développement durable et valorisation touristique des territoires	5%

Par exemple, l'ensemble des critères appartenant à la famille « Savoir-faire et savoir-être » vaudra pour 35% du poids du taux de conformité général.

L'ensemble des critères appartenant à la famille « Développement durable et valorisation touristique des territoires » vaudra pour 5% du taux de conformité général.

Pondération spécifique Visite guidée et VTC

- Afin de refléter la réalité de la prestation « visite guidée », et « VTC », le calcul de la note finale a été adapté, compte tenu de l'absence de lieu d'accueil.
- Ainsi les critères relatifs à la propreté, au bon état et au développement durable ont été réintégrés dans la famille « Qualité de la prestation »

Famille	Poids dans la note Qualité Tourisme™
Savoir-faire et savoir-être	50%
Qualité de la prestation	30%
Information et communication	20%

Par exemple, un critère appartenant à la famille « Savoir-faire et savoir-être » vaudra pour 35% du poids du taux de conformité général.

Un critère appartenant à la famille « Développement durable et valorisation touristique des territoires » vaudra pour 5% du taux de conformité général.

Les familles de critères (2/2)

- Pour chaque famille de critères, il existe **des seuils de taux de conformité** différents. **Ce ne sont que des recommandations, non obligatoires lors de l'audit.** S'ils ne sont pas atteints, ils doivent être pris en compte dans le plan d'action.
- Pour mémoire, l'établissement audité **doit obtenir un taux de conformité général de 85% (toutes familles confondues)** afin d'être éligible au passage en commission.

Famille	Description	Seuil recommandé
Savoir-faire et savoir-être	Professionalisme, maîtrise des langues étrangères, conseil, accueil aimable et courtois, disponibilité tout au long de la prestation, politesse.	80%
Confort et propreté	Confort, propreté et hygiène irréprochable des locaux, des équipements, du mobilier et des espaces extérieurs. Trois sous-indicateurs précisent cette famille: <ul style="list-style-type: none"> • Propreté (un élément non propre est un élément momentanément altéré) • État (un élément en mauvais état est un élément durablement altéré), • Confort 	95%
Qualité de la prestation	Éléments de confort ou de services élevant le niveau général de la qualité de la prestation et de la satisfaction de la clientèle.	80%
Information et communication	Information complète, précise et à jour des supports utilisés par la clientèle, signalétique de qualité.	80%
Développement durable et valorisation touristique des territoires	Gestion environnementale, intégration régionale, valorisation des ressources locales	80%

La conformité à l'écoute client

- La conformité à l'écoute client regroupe des critères essentiels à l'amélioration de qualité de l'accueil et de la satisfaction clientèle. Ils sont présents dans tous les référentiels Qualité Tourisme™.
- Dans le cadre d'un **audit de Renouvellement**, il est **obligatoire d'être conforme avec l'ensemble de ces critères**.
- La conformité à l'écoute client est acquise si les 5 critères suivants sont validés. Il peut exister des variantes de formulation selon les filières:

Critère	Famille	Rattrapable	Coefficient
L'établissement prend connaissance des avis des consommateurs sur au moins 1 ou 2 sites* d'avis en ligne.	Qualité de la prestation	Non Rattrapable	9
Au moins, un outil de recueil de la satisfaction existe	Qualité de la prestation	Rattrapable	9
L'établissement accuse réception des réclamations dans un délai de 72h et répond dans un délai maximum de 15 jours.	Qualité de la prestation	Non Rattrapable	3
Les réponses aux réclamations sont personnalisées et constructives.	Qualité de la prestation	Non Rattrapable	9
L'établissement apporte une réponse aux insatisfactions notables et les traite comme une réclamation.	Qualité de la prestation	Non Rattrapable	3

Les séquences & les séquences détaillées

- Les séquences sont une catégorisation des critères.
- **Elles n'ont pas d'impact sur le taux de conformité général**, mais elles permettent de visualiser les résultats selon les étapes du parcours client.
- Dans le dispositif Qualité Tourisme™, il existe 6 séquences:
 - Information en Amont
 - Accueil – Prise en charge
 - Prestation
 - Services Annexes
 - Information touristique
 - Fidélisation
- Il existe également les séquences détaillées, qui permettent d'apporter davantage de détails sur les prestations concernées par votre taux de conformité général.
- Les séquences détaillées diffèrent en fonction des référentiels. Elles sont disponibles sur les rapports d'audit, une fois que l'audit est finalisé.

Rattrapage des critères non validés

- Chaque critère est identifié comme étant **rattrapable** ou **non-rattrapable** à court terme. Un critère rattrapable peut l'être sur « preuve » alors qu'un critère non rattrapable ne peut être modifié qu'avec une contre-visite de l'auditeur.
- La liste des critères rattrapables est disponible dans les rapports d'audit rendu par l'auditeur sur le portail de gestion de la marque Qualité Tourisme™, à la 5^{ème} ou 6^{ème} page de la synthèse d'audit ou du rapport complet.

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

Critères rattrapables

9 - L'outil de communication contient les informations suivantes : la catégorie hôtelière, le confort des chambres, le type de restauration, les services de l'hôtel, l'accueil des personnes en situation de handicap, les tarifs des chambres et les moyens de paiement acceptés.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de outil de communication. Le site internet ne permet pas de valider ce critère. Tolérance sur les tarifs si présence sur internet ou feuillet volant joint à la brochure. Si l'établissement est labellisé Tourisme & Handicap, la mention est présente. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

Les tarifs, les moyens de paiement acceptés et les périodes d'ouverture ne sont pas indiqués.

12 - L'outil de communication est traduit dans une langue étrangère au moins.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de outil de communication. L'anglais n'est pas impérativement la langue traduite. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

19 - Le site internet contient les informations suivantes : la catégorie hôtelière, le confort des chambres, l'accueil des personnes en situation de handicap, le type de restauration, les services de l'hôtel, les tarifs des chambres, les moyens de paiement acceptés et les périodes d'ouverture.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. Pour vérifier la complétude des informations, l'auditeur peut poser une question sur l'acceptation des ANCV. Les périodes d'ouverture sont à mentionner si l'établissement n'est pas ouvert 365 jours par an. Si l'établissement est labellisé Tourisme & Handicap, la mention est présente. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

Les moyens de paiement acceptés et les périodes d'ouverture ne sont pas indiqués.

30 - Le site Internet est consultable sur smartphone et/ou tablette

Oui Non Non Mesuré

Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

46 - Le message du répondeur téléphonique mentionne les horaires d'ouverture en au moins une langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si accueil 24h/24. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

Exemple d'un rapport d'audit présentant des critères rattrapables

- **Le professionnel dispose d'un délai de 6 mois** afin de rattraper ces critères. [Veillez consulter le guide des 7 étapes de la labellisation à destination des Partenaires](#) pour connaître les modalités de la procédure de rattrapage.

Pour plus d'informations sur la marque Qualité Tourisme™

Le site Qualité Tourisme™	https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/fr/la-marque-etat-qualite-tourisme
Le dispositif Qualité Tourisme™	https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/fr/espace-pro/comment-obtenir-la-marque-qualite-tourismetm
Les référentiels Qualité Tourisme™	https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/fr/espace-pro/referentiels-qualite-tourisme
Le guide des filères et le guide de calcul de l'audit	https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/fr/espace-pro/referentiels-qualite-tourisme
Le portail pour la gestion de la marque Qualité Tourisme™	https://portail.questionnaire-qualite-tourisme.fr/#/login
Les tutoriels et les messages du Portail	https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/fr/espace-pro/gestion-de-la-marque
Le moteur de recherche grand public Qualité Tourisme™	https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/fr/moteur-de-recherche-qualite-tourisme

Pour toutes questions ou informations complémentaires, **veuillez contacter la Direction Générale des Entreprises à l'adresse suivante** : qualitetourisme.dge@finances.gouv.fr