

Audit en vue de l'obtention de la marque Qualité Tourisme TM

Informations Établissement

Etablissement audité	Agence de locations saisonnières (DOCID:114653)
Adresse	97600 Mayotte Mayotte
Responsable de l'établissement	Agence de locations saisonnières
Filière	Agence de locations saisonnières
Partenaire(s)	Direction Générale des Entreprises, DGE Mayotte

Informations Audit

Cabinet d'audit	
Nom de l'auditeur	***
Type d'audit	Pré-audit
Date de visite mystère	
Date de visite du site web	
Date demande info écrit (français)	
Date demande info écrit (autre langue)	
Date demande info tel (français)	
Date demande info tel (autre langue)	
Date de debriefing	
Commentaire sur l'audit	

Compte-rendu de l'audit

Rapport de visite

Points forts

Points d'amélioration

Audit Complet

PROMOTION ET COMMUNICATION

Présence numérique : visibilité et référencement

1 - Les informations relatives à l'agence sur au moins un moteur de recherche sont actualisées

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Ex : Google, pages jaunes partie gratuite,... L'outil de référencement gratuit est au choix du professionnel. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

2 - Les informations relatives à l'agence sur au moins un moteur de recherche sont complètes

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Ex : Google, bing, Pages jaunes... L'outil de référencement gratuit est au choix du professionnel. A minima: adresse, courriel, téléphone, jours et horaires d'ouverture et de dégustation, géolocalisation. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication.

3 - Une réservation par voie numérique est possible

Oui Non Non Mesuré

Réservation par le site internet ou par celui des partenaires acceptée, ou OTA pour hébergement. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication.

4 - Les informations relatives aux modalités de réservation et d'annulation sont facilement accessibles.

Oui Non Non Mesuré

Réservation par le site internet ou par un OTA pour hébergement acceptées. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

Le site internet

5 - L'agence possède un site internet dédié

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Si présence d'un site internet propre à l'agence et d'un site internet partagé, le site internet audité est le site internet de l'agence. En l'absence d'un site internet propre à l'agence, le site internet du Partenaire ou celui de l'office de tourisme est audité. Constat visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

6 - Le site internet est bien référencé.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. Le référencement est efficace : le nom de l'agence apparaît sur les 2 premières pages du moteur de recherche avec les mots clés nom de la structure et ville. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

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

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. Le site internet donne envie de fréquenter l'agence. Evaluation de la qualité des photos, bon affichage des pages, absence de faute d'orthographe, absence de lien qui n'aboutit pas, navigation aisée et accès rapide aux informations principales, etc. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

8 - Le site internet est traduit dans une langue étrangère au moins.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

9 - BONUS - Le site internet est traduit dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

Bonus noter Non mesuré si réponse négative Traduction partielle tolérée avec a minima présentation de l'offre. La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

10 - Le site internet valorise la destination touristique

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. Présence d'une page dédiée ou présence de plusieurs liens sur la page 'Partenaires' ou d'un lien vers un site d'information touristique. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

11 - L'agence informe ses clients par mail ou / et sur son site internet des offres particulières, des nouveautés de la structure, etc.

Oui Non Non Mesuré

Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

12 - Le logo Qualité Tourisme™ est présent sur le site internet.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si absence de site internet et/ou si audit d'adhésion. Dans le cadre d'une démarche territoriale, auditer également la présence du logo territorial le cas échéant (PACA, Bourgogne Franche-Comté, Normandie, Occitanie...). Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

13 - 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

Non mesuré en cas d'adhésion et Non mesuré si absence de site internet. Dans le cadre d'une démarche territoriale, auditer également la présence d'un lien vers le dispositif Qualité Territorial le cas échéant (PACA, Bourgogne Franche-Comté, Normandie, Occitanie...). Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

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

Oui Non Non Mesuré

Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

Réseaux sociaux

15 - L'agence est présent sur au moins un réseau social

Oui Non

Contrôle documentaire. Le profil personnel du gérant ne valide pas ce critère et la présence sur Trip Advisor ne valident pas ce critère. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

16 - La page dédiée à l'agence sur le réseau social choisi par le Professionnel est actualisée

Oui Non Non Mesuré

Ex : Facebook,... Contrôle documentaire. Le profil personnel du gérant ne valide pas ce critère. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

17 - BONUS 2020 : La page dédiée à l'agence sur le réseau social choisi par le Professionnel est animée

Oui Non Non Mesuré

BONUS 2020 :indiquer non mesuré si non respecté. A minima une publication mensuelle. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

18 - En cas d'audit de renouvellement, la Marque Qualité Tourisme est valorisée sur le réseau social choisi par le Professionnel

Oui Non Non Mesuré

A minima une publication annuelle. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

L'outil de communication

19 - L'agence possède son propre outil de communication.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Tous supports autorisés sauf site internet/réseau social évalués par ailleurs Ex : applications Smartphone, brochure papier ou téléchargeable, flyer, carte de visite. L'agence doit être à l'initiative de la création de l'outil (par exemple, la présence sur la brochure de l'OT ne valide pas le critère). La présence d'une carte visite permet de valider ce critère. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

20 - La présentation de l'outil de communication est soignée et attractive.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication. Absence de visuels peu qualitatifs, bonne lisibilité des caractères, absence de faute d'orthographe, absence de photocopie, etc. L'outil de communication reflète la structure et donne envie de séjourner. Si carte de visite, point à mesurer. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

21 - L'outil de communication est représentatif de l'offre

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication. Les informations délivrées sont conformes à la réalité. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

22 - L'outil de communication contient les coordonnées de l'agence : l'adresse, le site internet, le courriel et le numéro de téléphone.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication. Si carte de visite, point à mesurer. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

23 - L'outil de communication contient les informations suivantes : jours d'ouverture, moyens de paiement acceptés + spécificités de la filière

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication ou si carte de visite, point à mesurer. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

24 - L'outil de communication contient des informations sur l'accès à l'agence.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication ou si carte de visite. En fonction de la localisation de l'agence, les informations pertinentes sont présentées (ex: accès transport communs, localisation par rapport aux axes routier, à des équipements ou points d'attraction phare de la destination). Si absence de parking, indication sur les possibilités de stationnement à proximité. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

25 - L'outil de communication est actualisé.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication. Classement, périodes d'ouverture, etc. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

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

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion ou si carte de visite. La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

27 - BONUS - L'outil de communication est traduit dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Noter Non mesuré si réponse négative. A minima la présentation de l'offre. La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

28 - Le logo Qualité Tourisme™ est présent sur un outil de communication.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Dans le cadre d'une démarche territoriale, auditer présence du logo territorial le cas échéant (PACA, Bourgogne Franche-Comté, Normandie, Occitanie) Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

Stratégie de communication

29 - L'agence fait connaître son offre et ses services grâce à au moins 1 action de communication annuelle

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Actions marketing sur les réseaux sociaux, participation à des salons, manifestations, presses locale, sponsoring, partenariat sportif/culturel, évènements locaux, autres. L'outil de communication et le site internet de la structure ne valident pas ce critère. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

30 - L'agence fait connaître son offre et ses services grâce à au moins 1 action de communication annuelle gérée par un de ses partenaires

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Ex : OT, partenaire territorial et national Qualité Tourisme (chaîne commerciale, association). Les actions de l'OT et du Partenaire Qualité Tourisme (Campagne presse, radio, TV, participations à des salons...) sont prises en compte pour valider ce critère. L'outil de communication et le site internet de la structure ne valident pas ce critère.. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

31 - BONUS : La présence numérique, les outils de communication et les actions de communication traduisent une identification des cibles

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Noter Non mesuré si réponse négative. Une réflexion sur la segmentation du marché a été menée par la structure et les cibles prioritaires ont été identifiées. Ces cibles sont immédiatement distinguables dans les outils de communication (clientèle internationale, seniors, famille, clientèle de proximité, affaires ou loisirs, etc.) et dans les actions de communication engagées (salons professionnels ciblés, communication institutionnelle adaptée, organisation et/ou participation à des évènements visés, etc.). Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

32 - BONUS : La présence numérique, les outils de communication et les actions de communication traduisent le positionnement marketing de la structure

Oui Non Non Mesuré

Bonus noter Non mesuré si réponse négative. Le positionnement marketing est clair. Il se différencie de la concurrence et correspond aux cibles identifiées. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

33 - Il existe une cohérence graphique entre les différents supports de communication de la structure.

Oui Non Non Mesuré

Vérifier au minimum la cohérence graphique des supports imprimés et du site internet. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

La promotion

34 - Au moins 2 actions de communication ou de promotion sont engagées par l'agence et accessibles à la clientèle.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Campagne E-mailing, campagne presse, radio, TV, participation à des salons, manifestations, autres. Les actions de promotion et de communication du Partenaire sont prises en compte pour valider ce critère. L'outil de communication et le site internet de la structure ne valident pas ce critère. Contrôle documentaire Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

35 - Les actions de communication et de promotion de l'agence sont effectuées à au moins 2 niveaux (local, régional, national, international).

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Les actions du Partenaire sont prises en compte pour valider ce critère. L'outil de communication et le site internet de la structure ne valident pas ce critère. Contrôle documentaire Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

36 - L'agence est présente sur les réseaux sociaux

Oui Non Non Mesuré

Noté Non mesuré si non vérifié Contrôle documentaire Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

37 - Il existe une cohérence graphique entre les différents supports de communication de la structure.

Oui Non Non Mesuré

Vérifier au minimum la cohérence graphique des supports imprimés et du site internet. Contrôle documentaire Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

L'outil de communication

38 - L'agence possède son propre outil de communication.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Cet outil de communication est dédié aux touristes ou aux propriétaires des meublés. La matérialisation du support n'est pas obligatoire (exemples de supports autorisés: applications Smartphone, brochure papier ou téléchargeable, flyer, page facebook...). L'agence doit être à l'initiative de la création de l'outil (par exemple, la présence sur la brochure de l'OT ne valide pas le critère). Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

Le site internet

39 - L'agence possède un site internet.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. En l'absence d'un site internet propre à l'agence, le site internet du Partenaire est pris en compte. Constat visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

LA RESERVATION - LA DEMANDE D'INFORMATIONS

La prise de ligne

40 - L'appel doit aboutir avant la 5ème sonnerie

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Soit par un interlocuteur, soit par un pré-décroché, soit par un répondeur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

41 - L'interlocuteur annonce le nom de l'agence ou se présente

Oui Non Non Mesuré

""agence X..., bonjour"". Non mesuré si absence de réponse. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre"

42 - La phrase d'accueil est claire et audible, le ton de la personne est aimable et souriant

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de mise en attente ou si absence de réponse. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

43 - Si la conversation est mise en attente, celle-ci n'excède pas une minute et le client en est préalablement informé de façon aimable

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de mise en attente ou si absence de réponse. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

Le traitement de la demande

44 - Les informations communiquées par l'interlocuteur sont précises et répondent à la demande.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Dans le cas où l'auditeur ne parvient pas à joindre l'agence, point pénalisé. Si l'interlocuteur n'est pas en mesure d'enregistrer une réservation et/ou ne propose pas un rappel rapide, point pénalisé. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

45 - L'agence a formalisé une liste de questions à poser au client pour cerner ses besoins

Oui Non Non Mesuré

Ex : présence d'animaux domestiques, dates de séjour, budget, nombre d'adultes/d'enfants ou de couchages, équipements spécifiques, environnement (mer, proximité des pistes...). Contrôle documentaire. Coef 9. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

46 - L'interlocuteur est courtois, employant les formules de politesse adaptées. Le cas échéant, la mise en attente et la reprise de ligne s'accompagnent des formules d'usage.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Utilisation des civilités. Un mot d'excuse ou de remerciement est prononcé à la reprise de la ligne. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 9. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

47 - La reformulation orale doit comporter les éléments essentiels de la réservation.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré pour les agences. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

48 - Le client est invité à rappeler si besoin et est remercié d'avoir fait appel à l'agence

Oui Non Non Mesuré

A minima : nom, nombre de personnes, heure d'arrivée. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

49 - Si l'interlocuteur de l'agence n'est pas en mesure d'informer sans délai, il propose un autre rendez-vous à la convenance du client.

Oui Non Non Mesuré

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

50 - L'accueil téléphonique est assuré en au moins une langue étrangère.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. L'auditeur effectue une demande de renseignement par téléphone dans une langue étrangère de son choix. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

51 - BONUS - L'accueil téléphonique est assuré en une seconde langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

BONUS. L'auditeur effectue une demande de renseignement par téléphone dans une langue étrangère de son choix. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

Le répondeur

52 - En cas d'absence, un répondeur assure l'accueil téléphonique. Le ton du message est courtois, employant les formules de politesse adaptées.

Oui Non Non Mesuré

Point pénalisé si absence de répondeur. Si renvoi vers un n° de portable, point mesuré. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

53 - Le message du répondeur annonce le nom de l'agence et informe des horaires d'ouverture ou le client est renvoyé vers un autre numéro ou vers un site internet.

Oui Non Non Mesuré

Si renvoi sur un portable et message sur portable, point mesuré. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

54 - Le message du répondeur téléphonique est en au moins une langue étrangère

Oui Non Non Mesuré

Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

55 - Il est possible de laisser un message sur le répondeur en dehors des heures d'ouverture. Une réponse est apportée dans les 24 h ouvrées

Oui Non Non Mesuré

Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

Proposition commerciale

56 - Lors d'une demande d'informations, la réponse écrite est personnalisée et correspond à la demande.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. L'auditeur fait une demande d'informations par mail et par téléphone en intégrant une requête spécifique. Exemple : présence d'un parking, présence d'un animal, renseignements sur une animation, un concert, etc. A minima, la réponse personnalisée reprend le nom du client et comprend les coordonnées de l'agence. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

57 - Les caractéristiques du logement (capacité d'accueil du logement, équipements, emplacement...) correspondent au besoin du client.

Oui Non Non Mesuré

Item noté Non mesuré en cas d'adhésion. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

58 - Le coût total (loyer, charges, honoraires, taxes diverses) et les modalités de paiement sont communiqués

Oui Non Non Mesuré

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

59 - L'agence accepte le paiement par carte bancaire

Oui Non Non Mesuré

Constat visuel Non Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

60 - Le client est informé qu'une assistance téléphonique est à sa disposition tout au long de la prestation pendant les heures d'ouverture de l'agence.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. L'auditeur fait une demande d'informations par mail en intégrant une requête spécifique. Exemple : présence d'un parking, présence d'un animal, renseignements sur une animation, un concert, etc. A minima, la réponse personnalisée reprend le nom du client et comprend les coordonnées de l'agence. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

61 - Le client est informé des différents services proposés (selon les agences : service de ménage, location de draps,...)

Oui Non Non Mesuré

Item noté Non mesuré en cas d'adhésion. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

62 - 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. Dans le cadre d'une démarche territoriale, auditer présence du logo territorial le cas échéant (PACA, Franche-Comté, Normandie, Sud de France) Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

63 - Lors d'une demande d'informations, la réponse écrite mail est reçue sous 48h.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

64 - BONUS : Pendant les périodes d'ouverture de l'agence, lors d'une demande d'informations, la réponse écrite par mail est envoyée sous 24h.

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Indiquer Non mesuré si non vérifié Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

65 - Lors d'une demande d'informations en langue étrangère, la réponse est personnalisée et correspond à la demande.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. L'auditeur fait une demande d'informations par mail/courrier en langue étrangère. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

66 - BONUS - Lors d'une demande d'informations en une deuxième langue étrangère, la réponse est personnalisée et correspond à la demande.

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Indiquer Non mesuré si non vérifié Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

67 - Le client est informé des formalités nécessaires pour garantir sa réservation (par exemple : versement d'un acompte ou d'arrhes, signature d'une convention de location...)

Oui Non Non Mesuré

Indiquer Non mesuré si non vérifié Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

68 - Les éléments de la réservation (dates, durée du séjour, nombre des personnes, type de logement, montant acompte ou arrhes...) inscrits dans la pré-réservation sont conformes aux éléments indiqués dans la proposition

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. L'auditeur fait une pré-réservation/demande d'option qu'il invalide à réception de la confirmation Constat visuel Non Rattrapable. Coef 9. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

69 - Le client obtient confirmation de chacun de ses règlements et en est remercié.

Oui Non Non Mesuré

Sur contrôle documentaire. L'auditeur demande à vérifier la dernière location concrétisée. Indiquer Non mesuré si non vérifié. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

70 - L'agence a mis en place un dispositif d'envoi des contrats de location par email qui sont envoyés dans les 24 heures

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

71 - Une assurance annulation de séjour est systématiquement proposée au client

Oui Non

Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

72 - La confirmation de la réservation est envoyée dans les 24 heures

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

73 - Le client est informé de la manière dont il va prendre possession du logement (rendez-vous à l'agence)

Oui Non Non Mesuré

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

L'ACHEMINEMENT SUR LE LIEU - LES EXTERIEURS - LA SIGNALISATION - LA TERRASSE (SI EXISTANTE)

L'accès à l'agence

74 - Si autorisée, une signalisation d'accès est visible, lisible et uniforme.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si non autorisée ET si pas de fléchage organisé par la commune. L'auditeur vérifie si les autres agences sont signalés. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

75 - L'agence est facile à trouver.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. A partir des indications fournies en amont, et/ou un plan d'accès est envoyé, l'auditeur note son accès. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

Les abords de l'agence et la signalétique

76 - Les abords privatifs de l'agence sont propres.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

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 Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

77 - Les abords privatifs de l'agence sont en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Prendre en compte : façades, entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être en bon état. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

78 - Une enseigne est présente et on identifie clairement l'entrée de l'agence.

Oui Non

Par enseigne, on entend un support permettant l'identification de l'agence. Pas de Non mesuré possible. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

79 - Les enseignes, la vitrine et la porte d'entrée sont propres.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

80 - Les enseignes, la vitrine et la porte d'entrée sont en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Par enseigne, on entend à minima le nom de l'agence sur l'agence. Ce n'est pas obligatoirement sur la façade de l'agence. Si plusieurs enseignes, mesure sur l'ensemble. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

81 - 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. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

Les affichages extérieurs

82 - La plaque Qualité Tourisme™ est apposée à l'entrée de l'agence.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

83 - "Une partie de l'offre "locations de vacances" est présentée en vitrine."

Oui Non Non Mesuré

A minima : tarifs / prix des services, horaires, moyens de paiement acceptés, etc. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

84 - La mise en avant de l'activité de Locations Vacances évoque les vacances ou les distractions culturelles et/ou sportives de la région.

Oui Non Non Mesuré

L'enseigne est bien visible de la rue, visible jour et nuit Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

85 - L'information présentée sur les locations de vacances est claire, attractive et à jour

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

86 - Les horaires et les périodes d'ouverture, moyens de paiement acceptés, ainsi que les coordonnées téléphoniques et internet de l'agence sont présents

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Non mesuré si absence d'affichage. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

87 - Les affichages extérieurs sont traduits en une langue étrangère au moins.

Oui Non Non Mesuré

A minima : tarifs / prix des services, horaires, moyens de paiement acceptés, etc. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

L'ACCUEIL DU CLIENT - LA PRISE EN CHARGE - LE DEPART

L'accueil du client

88 - Le comportement du personnel et/ou la tenue vestimentaire permet une identification aisée à l'arrivée dans l'agence.

Oui Non Non Mesuré

Présence d'un badge et/ou comportement actif et/ou prise en charge immédiate et/ou tenue distinctive. L'auditeur contrôle l'item pour l'ensemble de l'équipe. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

89 - Le client identifie rapidement les langues parlées par le personnel de l'agence

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si absence de langues étrangères parlées. Peut être à indiqué à l'extérieur ou à l'intérieur. Support indifférent (carte, affichage...). Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

90 - La tenue corporelle et vestimentaire du personnel est propre et soignée.

Oui Non Non Mesuré

L'auditeur contrôle l'item pour l'ensemble de l'équipe. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

91 - Le client est spontanément salué par le personnel à son arrivée

Oui Non Non Mesuré

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

92 - La prise en charge du client est efficace. Si le personnel est occupé, il fait un signe de reconnaissance. Il donne priorité à l'accueil des clients par rapport aux autres tâches.

Oui Non Non Mesuré

La prise en compte de l'arrivée du client passe par un signe, une invitation à patienter, etc. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

93 - La prise en charge est adaptée aux clientèles spécifiques.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si non observé. Réactivité par rapport à la clientèle familiale, clientèle en situation de handicap, etc. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

94 - L'agence met à la disposition du client les informations utiles et nécessaires notamment en cas d'urgence (numéros de téléphone : pompiers, commissariat de police, urgences, hôpitaux, centre antipoison...)

Oui Non Non Mesuré

Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

95 - Un contact de l'agence doit être joignable pendant la durée du séjour du client (ex : numéro d'urgence...) pendant les heures ouvrées

Oui Non Non Mesuré

Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

96 - Le client dispose d'un délai de 24 h pour adresser une réclamation sur l'état de propreté du logement.

Oui Non Non Mesuré

Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

97 - Le client est informé des délais dont il dispose (72 heures après avoir pris possession du logement) pour adresser une réclamation quant à la conformité du logement par rapport au descriptif légal

Oui Non Non Mesuré

Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

98 - Le client est informé des modalités de restitution des clés en fin de séjour.

Oui Non Non Mesuré

Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

99 - L'agent est disponible et attentif tout au long de la prestation, en face à face

Oui Non Non Mesuré

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

100 - Le contact est courtois et chaleureux tout au long de la prise d'informations.

Oui Non Non Mesuré

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

101 - Le client est remercié et salué au moment de son départ.

Oui Non Non Mesuré

"Salutations par un ""Au revoir Madame"", ""Bonne journée Monsieur"", etc. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 9. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre"

102 - L'accueil et la prise en charge peuvent être assurés en au moins une langue étrangère.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Observation lors du séjour et/ou rapprochement par rapport à la mesure sur l'accueil téléphonique dans une langue étrangère correspondant au bassin touristique émetteur. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

103 - BONUS - L'accueil et la prise en charge peuvent être assurés en une deuxième langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Indiquer Non mesuré si non vérifié. Observation lors de la visite et par rapport à la mesure sur l'accueil téléphonique dans une langue étrangère correspondant au bassin touristique émetteur. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

L'AGENCE

L'aspect général de l'agence

104 - 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 Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

105 - Présence d'un produit d'accueil à l'attention du client (Ex : bonbons, boissons chaudes ou froides...).

Oui Non Non Mesuré

Impression générale l'espace d'accueil. Homogénéité dans le style de la décoration et de l'ameublement. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

106 - L'espace d'accueil est bien ordonné.

Oui Non Non Mesuré

Mesure de l'ensemble de l'espace d'accueil. Absence d'effet personnel visible, d'affichage scotché et manuscrit vieillissant... Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

107 - L'espace d'accueil est en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Prendre en compte le mobilier, le comptoir, la signalétique, les revêtements muraux et les revêtements de sol. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

108 - L'espace d'accueil est propre.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Prendre en compte le mobilier, le comptoir, la signalétique, les revêtements muraux et les revêtements de sol. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

109 - L'espace d'accueil dispose de sièges.

Oui Non Non Mesuré

Tolérance en configuration des lieux. Non mesuré si espace trop restreint. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

110 - Si présence d'affiches publicitaires, elles valorisent la destination.

Oui Non Non Mesuré

Prendre en compte : tables, chaises, fauteuils, consoles, guéridon, buffet, vaisselier... Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

111 - L'espace de prise en charge du client est adapté et fonctionnel

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Non mesuré si agence commun avec la salle de agence et/ou si espace commun avec la réception. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

112 - Les tarifs et des prix des honoraires et des services sont proprement affichés.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Prendre en compte le mobilier, le comptoir, la signalétique, les revêtements muraux et les revêtements de sol. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

113 - Dans la mesure où l'agence dispose de suffisamment d'espace, l'attente est organisée avec un espace d'attente, une gestion de file d'attente,...

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Prendre en compte : tables, chaises, fauteuils, consoles, guéridon, buffet, vaisselier... Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

LES ESPACES ET SERVICES COMMUNS

Les sanitaires

114 - Les sanitaires sont disponibles pour le client

Oui Non Non Mesuré

Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

115 - L'aspect général des sanitaires est accueillant.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si absence Propres en bon état. Eclairage et température adaptés, harmonie générale des équipements. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

L'information à la clientèle

116 - Les informations essentielles sont affichées.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Affichage à minima des tarifs / prix des services, horaires, consignes de sécurité, moyens de paiement acceptés, origine des viandes (si offre de restauration). Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

117 - Les informations sont soigneusement présentées et actualisées.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Affichage à minima des tarifs / prix des services, horaires, consignes de sécurité, moyens de paiement acceptés, origine des viandes. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

118 - Les services et équipements complémentaires sont portés à la connaissance du client.

Oui Non Non Mesuré

ex: Location de chaise haute, de draps. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

119 - Les affichages des services et équipements complémentaires sont traduits en au moins une langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

Support indifférent (carte, affichage...). Si accueil 24h/24 et accueil dans une langue étrangère, point validé. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

120 - BONUS - Les affichages des services et équipements complémentaires sont traduits en une deuxième langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Noter Non mesuré si non vérifié. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

SUIVI DU MEUBLE

Suivi du meublé

121 - L'agence visite chaque bien avant la prise de mandat et tous les ans

Oui Non Non Mesuré

Posez la question et demander à voir le compte rendu de visite Constat visuel Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

122 - L'agence incite les propriétaires de meublés à se faire classer dès la prise de mandat

Oui Non Non Mesuré

Contrôle documentaire, présence d'une note de sensibilisation. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

123 - L'agent vérifie systématiquement l'état du logement (ménage, fonctionnement des équipements...) entre chaque occupation.

Oui Non Non Mesuré

Posez la question et demander à voir le support qui justifie l'action (planning,...) Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

124 - En cas de problème particulier pendant le séjour, l'agence met tout en œuvre pour une intervention rapide.

Oui Non Non Mesuré

Demandez qu'est-ce qu'ils font lors que le client a un problème sur place (se déplacent eux-mêmes, font appel à une société externe pour les réparations, sous quels délais, ...) Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

125 - En cas de réclamation sur un élément d'équipement, l'agence mandate un technicien dans les meilleurs délais, au plus tard dans les 24 h.

Oui Non Non Mesuré

Pénaliser si absence de preuve Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

126 - L'agence prend en compte la réclamation sur le ménage durant les jours et heures ouvrables, et à la traiter au plus tard dans les 12 heures.

Oui Non Non Mesuré

Pénaliser si absence de preuve Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

LE SUIVI DE LA QUALITE ET LA FIDELISATION DU CLIENT

Le suivi de l'e-réputation

127 - L'agence prend connaissance des avis des consommateurs sur au moins 1 site.

Oui Non

CRITERE CONFORMITE ECOUTE CLIENT. Non si aucun référencement sur aucun site d'avis en ligne. L'auditeur interroge pour savoir quels sites d'avis de consommateurs il suit : Tripadvisor, Michelin, Cityvox, Booking, google, OTA, pages jaunes, réseaux sociaux, sites réseaux pro ...etc. et l'interroge sur le contenu des derniers commentaires. Sur déclaratif. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

128 - L'agence revendiqué la fiche de son agence sur au moins 1 site d'avis en ligne

Oui Non Non Mesuré

Sur déclaratif mais l'auditeur peut constater l'existence de réponses faites par le professionnel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

129 - L'agence exerce son droit de réponse aux avis de consommateurs

Oui Non Non Mesuré

Contrôle visuel sur les sites d'avis en ligne. Non mesuré possible dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. 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). Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

130 - La réponse apportée par l'agence est constructive.

Oui Non Non Mesuré

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

Le suivi de la satisfaction

131 - Au moins, un outil de recueil de la satisfaction existe

Oui Non

CRITERE CONFORMITE 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, suivi des avis ou recommandations Facebook, borne... Un outil de recueil permet de mesurer la satisfaction client. Le livre d'or en texte libre n'est pas un outil de recueil et de mesure. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

Le suivi des questionnaires de satisfaction

132 - Le suivi de la satisfaction du client est effectué avant la restitution des clefs

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré possible. Sur observation dans l'agence Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

Le suivi de la satisfaction

133 - 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. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

134 - 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. Si les outils du professionnel ne permettent pas la gestion en une langue étrangère l'auditeur choisit « non ». Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

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

Oui Non Non Mesuré

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

Le suivi des réclamations

136 - L'agence a formalisé une procédure écrite pour le suivi des réclamations.

Oui Non

CRITERE CONFORMITE ECOUTE CLIENT. A minima, la procédure précise qui répond aux réclamations et sous quel délai de réponse et où sont archivées les réclamations. La mise en œuvre de la procédure de réclamation du partenaire valide le critère. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

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

Oui Non Non Mesuré

CRITERE CONFORMITE 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 dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. 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.

138 - Les réponses aux réclamations sont personnalisées et constructives.

Oui Non Non Mesuré

CRITERE CONFORMITE ECOUTE CLIENT. La réponse marque la prise en compte de la réclamation, fait preuve d'empathie, clarifie les circonstances et apporte une solution. Non mesuré possible dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. 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.

139 - L'agence apporte une réponse aux insatisfactions notables et les traite comme une réclamation.

Oui Non Non Mesuré

CRITERE CONFORMITE ECOUTE CLIENT. L'agence 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. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

LE DEVELOPPEMENT DURABLE

La sensibilisation

140 - Le personnel a été sensibilisé au tri des déchets.

Oui Non Non Mesuré

Présence de note de sensibilisation et d'une preuve de diffusion (émargement lors d'une réunion, mail de diffusion). Validé si Ecolabellisé Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

141 - Le personnel est sensibilisé à la gestion économe de l'eau et de l'énergie.

Oui Non Non Mesuré

Présence de note de sensibilisation et d'une preuve de diffusion (émargement lors d'une réunion, mail de diffusion). Validé si Ecolabellisé Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

La prise en compte de l'environnement

142 - Le tri sélectif est mis en place dans l'agence.

Oui Non Non Mesuré

Au minimum : emballage, piles, verres... ET communiqué par affichage (carte, circulations...). Non mesuré si pas de tri organisé par la commune. Le tri sélectif est effectué par le personnel. Validé si Ecolabellisé Constat Visuel Non Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

143 - L'agence a mis en place au moins une mesure visant à réduire la production de déchets.

Oui Non Non Mesuré

Utilisation de piles rechargeables (télécommandes), utilisation produits d'accueil non jetables, réduction de la consommation de papier (utilisation recto-verso), compostage des déchets organiques, etc. Validé si Ecolabellisé Sur déclaratif Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

144 - L'agence a mis en place au moins trois mesures visant à réduire la consommation énergétique et/ou eau.

Oui Non Non Mesuré

Exemples de mesures : ampoules basse consommation, utilisation de papier recyclé, utilisation écocertifiée / écolabellisée, suivi et analyse des consommations d'eau et d'énergie, présence de double vitrage, robinets équipés de mitigeurs et de réducteurs de débit ou de cellule, présence de chasses d'eau à double volume, etc. Validé si Ecolabellisé Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

145 - L'agence utilise au moins deux produits présentant un faible impact sur l'environnement.

Oui Non Non Mesuré

Exemples de produits : sacs en papier, serviettes en coton non blanchies au chlore, serviettes en papier contenant 30% de matières recyclées, papier recyclé, produits écocertifiés, favorise les produits réemployables et recyclables (ex: gobelets lavables). Validé si Ecolabellisé Sur déclaratif Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

146 - Présence d'une information présentant les actions de l'agence en faveur de l'environnement.

Oui Non Non Mesuré

Présence d'un affichage dans l'agence et/ou d'une information sur le livret d'accueil. Validé si Ecolabellisé Constat visuel Non Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

147 - L'agence a prévu de mettre au moins une mesure supplémentaire dans les 3 ans à venir

Oui Non Non Mesuré

Exemples de mesures : détecteurs de mouvements / minuterie / cellule photo électrique, coupe circuit général dans chacune des chambres, contrôle automatique du chauffage/climatisation, isolation performante (mise en place de double vitrage), réducteurs de débit sur les douches/robinets, chasses d'eau à double débit, arroseurs goutte à goutte / arrosage en dehors des heures les plus chaudes, utilisation de piles rechargeables. Les produits d'accueil et de consommation recyclables et/ou réemployables et en format collectif sont privilégiés aux produits jetables et aux doses individuelles. Les formats collectifs des contenants des boissons sont privilégiés aux formats individuels (aluminium / plastique). Validé si Ecolabellisé Sur déclaratif Non Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

Les aspects sociaux

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

Oui Non Non Mesuré

Critère validé si labellisé tourisme et handicap Contrôle documentaire Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

149 - BONUS- L'agence est labellisée Tourisme et Handicap

Oui Non Non Mesuré

Bonus-ne pas pénaliser si non vérifier. Critère validé si labellisé tourisme et handicap pour 2 handicap. Contrôle documentaire Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

La valorisation de la région

150 - L'agence privilégie des produits issus de la production locale.

Oui Non Non Mesuré

Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Développement Durable

151 - Présence d'un point d'informations touristiques locales

Oui Non Non Mesuré

Tolérance sur la forme du support (classeur, présentoir, tablette, borne interactive) Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

152 - L'agence a mis en place une action de valorisation du territoire

Oui Non Non Mesuré

Exemples : carte de la région affichée dans l'agence, rappel de l'identité régionale sur la carte de agence (texte de présentation, photos, etc.), rappel de la région dans la décoration (photos, objets), présence d'ouvrages sur la région, etc. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Développement Durable

153 - Le personnel peut conseiller le client pour des visites ou des activités touristiques.

Oui Non Non Mesuré

L'auditeur questionne le réceptionniste sur : un lieu de visite emblématique du territoire ou un point de vente d'un produit local ou un agence proposant des spécialités régionales, etc. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Développement Durable

154 - Les coordonnées et les horaires des services de proximité peuvent être communiqués au client.

Oui Non Non Mesuré

Présence d'un document sur l'agence. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

155 - L'agence a noué des relations partenariales avec d'autres prestataires pour proposer leurs services à ses clients : lieux de visite, taxis, activités...

Oui Non Non Mesuré

Présence d'un document sur l'agence rassemblant les coordonnées des partenaires. Sur déclaratif Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

156 - Présence d'une documentation touristique en langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

157 - BONUS - Présence d'une documentation touristique dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Noter Non mesuré si non vérifié Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

158 - Si existant, le site participe à l'alimentation du système d'information touristique local

Oui Non Non Mesuré

Dans le cadre de démarches territoriales uniquement Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable