

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

Informations Établissement

Etablissement audité	Caveau TEST (DOCID:qt130370)
Adresse	34000 Hérault Occitanie
Responsable de l'établissement	***
Filière	Caveaux et points de vente
Partenaire(s)	Qualité Tourisme Occitanie Sud de France, DGE Occitanie

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'établissement sont disponibles 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'établissement sont disponibles 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

Si visite existante ou dégustation sur RDV. Réservation par le site internet ou par celui des partenaires acceptée. 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 acceptées. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

Le site internet

5 - L'établissement possède un site internet dédié

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Si présence d'un site internet propre à l'établissement et d'un site internet partagé, le site internet audité est le site internet de l'établissement. En l'absence d'un site internet propre à l'établissement, 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'établissement apparaît sur les 2 premières pages du moteur de recherche avec les mots clés nom du point de vente 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'établissement. 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 contient les coordonnées de l'établissement : l'adresse, le courriel et le numéro de téléphone.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. Formulaire accepté. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

9 - Le site internet contient les informations suivantes : jours et horaires d'ouverture du lieu d'accueil / point de vente, moyens de paiement acceptés.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. Les périodes d'ouverture sont à mentionner si l'établissement n'est pas ouvert 365 jours par an. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

10 - Le site internet contient des informations sur l'accès à l'établissement. Le plan d'accès est téléchargeable et imprimable et/ou des outils de gestion d'itinéraire sont mis à disposition.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. Si absence de parking privé, le site internet mentionne une solution de stationnement public à proximité. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

11 - Les informations du site internet sont actualisées.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de site internet. ...Constat visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

12 - 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

13 - 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

14 - 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

15 - Le site Internet contient des informations sur l'offre d'activités œnologiques et ou agrotouristiques proposée.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. Exemples : dégustation, visite de la cave, de l'exploitation, du vignoble, participation aux vendanges, atelier œnologie ou de brassage, etc. (contenu, durée, tarif, conditions de réservation). Contrôle visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

16 - Le site Internet présente l'exploitation, ses produits, son histoire et suscite l'envie.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. Contrôle visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

17 - L'établissement 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

18 - 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

19 - 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

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

Oui Non Non Mesuré

Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

Réseaux sociaux

21 - L'établissement 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

22 - La page dédiée à l'établissement 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

23 - La page dédiée à l'établissement sur le réseau social choisi par le Professionnel est animée

Oui Non Non Mesuré

A minima une publication mensuelle. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

24 - 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

25 - L'établissement 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'établissement 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

26 - 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

27 - L'outil de communication est représentatif de l'offre œnologique / agritouristique

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

28 - L'outil de communication contient les coordonnées de l'établissement : 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

29 - L'outil de communication contient les informations suivantes : jours d'ouverture et de dégustation, horaires d'ouverture et dégustation, moyens de paiement acceptés.

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

30 - L'outil de communication contient des informations sur l'offre des activités œnologiques/agritouristiques proposée.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication ou si carte de visite. Exemples : dégustation, visite de la cave, du vignoble, participation aux vendanges, atelier œnologie ou de brassage, etc. (contenu, durée, tarif) Si absence de parking, indication sur les possibilités de stationnement à proximité. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

31 - L'outil de communication contient des informations sur l'accès à l'établissement.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication ou si carte de visite. En fonction de la localisation de l'établissement, 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

32 - 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

33 - 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

34 - 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

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

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas 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

36 - L'établissement 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, événements 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

37 - L'établissement 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

38 - 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. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

39 - 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. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

40 - 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 DEMANDE D'INFORMATIONS

Accueil et prise en charge téléphonique

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

42 - L'interlocuteur donne l'identité du point de vente, et respecte les codes et usages de la politesse.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Au décrochage du combiné, l'interlocuteur annonce au minimum le nom du point de vente, dit 'bonjour' et 'au revoir', le répondant a le 'sourire' au téléphone. Constat visuel. Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3

43 - Si la conversation est mise en attente, celle-ci n'excède pas une minute

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas de mise en attente ou si absence de réponse, à défaut le professionnel propose de rappeler le client. Constat visuel auditif. Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 1

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

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré possible. Questions à poser : avez-vous tel produit en stock ? Sans réponse positive possible, le professionnel propose une autre solution, point pénalisé. Constat visuel. Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3

45 - 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. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3

46 - BONUS - L'accueil téléphonique est assuré en une deuxième langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

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

Le répondeur

47 - En dehors des horaires d'ouverture, un répondeur assure l'accueil téléphonique.

Oui Non Non Mesuré

Le ton de message est courtois et emploie les formules de politesse adaptées. Constat visuel. Rattrapable. Information Communication. Coef 1

48 - Le message du répondeur annonce le nom du point de vente et informe sur les horaires d'ouverture.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si absence de répondeur. Si renvoi sur un portable et message sur portable, le point est à mesurer. Constat visuel. Rattrapable. Information Communication. Coef 1

49 - Le message du répondeur téléphonique est réalisé en au moins une langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

Le ton de message est courtois, employant les formules de politesse adaptées mentionne les horaires d'ouverture en au moins de langue étrangère. Constat visuel. Rattrapable. Information Communication. Coef 3

La demande d'informations

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

Oui Non

A minima, la réponse personnalisée reprend le nom du client et comprend les coordonnées de la structure. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

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

Oui Non

L'auditeur fait une demande d'informations par mail/courrier en simulant une réservation groupe. A minima, la réponse reprend le nom du client et comprend les coordonnées de la structure et les conditions d'accueil sont spécifiées. Si absence d'accueil de groupe, demande individuelle. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

52 - 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

53 - 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. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

54 - Lors d'une demande d'informations, la réponse écrite (mail ou courrier) est reçue sous 48h.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Délai de 48h basé sur le cachet de la poste. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

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

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Noter Non mesuré si réponse négative. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

L'ACHEMINEMENT SUR LE LIEU - LA SIGNALISATION - LES EXTERIEURS

L'accès à l'établissement

56 - 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 établissements sont signalés. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

57 - L'établissement est facile à trouver.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. A partir des indications fournies en amont, l'auditeur note son accès. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

Les abords de l'établissement et la signalétique

58 - 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. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

59 - 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. Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

60 - Une enseigne est présente et on identifie clairement l'entrée de l'établissement.

Oui Non

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

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

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

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

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Par enseigne, on entend à minima le nom de l'établissement sur l'établissement. Si plusieurs enseignes, mesure sur l'ensemble. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

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

Oui Non Non Mesuré

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

64 - L'entrée du site est soignée et véhicule une bonne image du site.

Oui Non Non Mesuré

Ex : mise en valeur par un fleurissement, un élément décoratif, un éclairage. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

Le parking et les extérieurs privatifs (si existants)

65 - Le site dispose d'un parking privé à moins de 200 m de l'établissement.

Oui Non

Pas de Non mesuré possible. Si absence de parking privé, présence d'une information sur les solutions de stationnement public à proximité. Parking non couvert validé, pas d'exigence sur le nombre minimum de places. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

66 - BONUS – Une possibilité de dépose minute existe à proximité immédiate de l'établissement.

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Noter non mesuré si non vérifié ou si absent. Le dépose minute doit être matérialisé. Constat visuel. Rattrapable. Fam. Qualité de la prestation. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

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

68 - Les extérieurs privatifs de la structure sont propres.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Non mesuré si absence d'extérieurs privatifs. Prendre en compte : chemins d'accès, parking, espaces verts, mobilier de jardin. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

69 - Les extérieurs privatifs de la structure sont en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Non mesuré si absence d'extérieurs privatifs. Prendre en compte : chemins d'accès, parking, espaces verts, mobilier de jardin. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

70 - L'ensemble des extérieurs est bien éclairé.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si absence d'extérieurs privatifs. Prendre en compte : parking, chemin d'accès. Pénaliser si impression d'insécurité liée à l'absence ou à la faiblesse de l'éclairage. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

71 - 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 à minima d'un cendrier à proximité de l'entrée. Observation au début et à la fin de la prestation. Pénaliser si absence d'action. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 1. Famille Confort Propreté

72 - Le chien de garde est tenu à l'écart des visiteurs durant les périodes d'ouverture de l'établissement.

Oui Non Non Mesuré

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

Les affichages extérieurs

73 - 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. Dans le cas d'une démarche territoriale (exemples : Qualité Tourisme Occitanie Sud de France, Normandie Qualité Tourisme...), la plaque doit être également visible. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

74 - Affichage visible et lisible des jours et des horaires d'ouverture.

Oui Non

Affichage clairement présenté, visible de l'extérieur. L'information concernant les horaires doit être à jour. Le support d'affichage utilisé doit propre, en bon état et doit permettre une lecture compréhensible, simple et rapide. Rattrapable. Information Communication. Coef 3

75 - Si dégustation payante, affichage visible et lisible du prix de la prestation.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si dégustation gratuite. Affichage clairement présenté, visible de l'extérieur. Le support d'affichage utilisé doit propre, en bon état et doit permettre une lecture compréhensible, simple et rapide. Rattrapable. Information Communication. Coef 3

76 - En cas d'absence, le téléphone à appeler pour une visite et/ou une dégustation est clairement affiché.

Oui Non

Affichage clairement présenté, visible de l'extérieur. Le renvoi vers ce téléphone doit aboutir ou, le cas échéant, arriver sur un message pertinent. Le support d'affichage utilisé doit propre, en bon état et doit permettre une lecture compréhensible, simple et rapide. Rattrapable. Information Communication. Coef 3

77 - Affichage visible et lisible des modes de paiement acceptés.

Oui Non Non Mesuré

Les moyens de paiement acceptés sont facilement identifiables par le consommateur et regroupés en un même endroit. Les supports sont à jour et en bon état. Rattrapable. Information Communication. Coef 3

78 - Affichage des langues étrangères parlées.

Oui Non

Afficher par un pictogramme ou un message les langues parlées dans l'établissement. Rattrapable. Information Communication. Coef 3

79 - Les affichages extérieurs sont soignés et à jour.

Oui Non 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. Absence de vitrophanies obsolètes. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

80 - Le support extérieur est propre.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

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

81 - Le support extérieur est en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

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

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

Oui Non Non Mesuré

Les informations à traduire sont : tarifs, horaires, moyens de paiement acceptés. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

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

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Noter Non mesuré si réponse négative Les informations à traduire sont : tarifs / prix des services, horaires, moyens de paiement acceptés. La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

INTERIEUR DU POINT DE VENTE

Confort d'accueil

84 - Eclairage intérieur adapté

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Nombre et emplacement adapté (bonne orientation des spots par exemple). Tous les spots lumineux fonctionnent. Rattrapable. Confort Propreté. Coef 3

85 - Propreté générale du point de vente

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Les murs, plafonds, sol, tapis d'entrée sont propres. La propreté du magasin est maintenue tout au long de la journée. Rattrapable. Confort Propreté. Coef 9

86 - Etat général du magasin

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Les murs, plafonds, sol, tapis d'entrée sont non dégradés et bien entretenus. Rattrapable. Confort Propreté. Coef 9

87 - Facilité d'orientation dans le magasin

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Le client s'oriente facilement dans le magasin (avec ou sans signalétique) : univers et/ou rayons, cabines d'essayage, caisse,... Rattrapable. Qualité de la prestation Coef 3

88 - Circulation aisée dans le magasin

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

La circulation est facile, agréable, non entravée, et sécurisée. Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 3

89 - Le point de vente est différencié du bureau et des pièces privées.

Oui Non Non Mesuré

Non rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 1

90 - BONUS - Existence d'un espace enfants.

Oui Non Non Mesuré

Bonus - L'espace enfant est propre, en bon état et confortable. Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 3

91 - Des possibilités d'assises (banc, chaises, tabourets, etc.) existent dans le point de vente.

Oui Non Non Mesuré

Les assises sont en bon état et propres. Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 3

92 - Rangement/propreté de la zone caisse

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Le comptoir de caisse et l'arrière caisse sont propres et dégagés d'objets encombrants. Rattrapable. Confort Propreté. Coef 3

Sanitaires

93 - Des sanitaires ouverts au public existent.

Oui Non

Pas de non mesuré possible. Les sanitaires doivent être distincts des sanitaires privés. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

94 - Les sanitaires sont bien équipés.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

A minima : lavabo, miroir, papier hygiénique en quantité suffisante, distributeur de savon approvisionné, essuie-mains à usage unique ou sèche main électrique, poubelle fermée, brosse WC, patère. Pénaliser un point par éléments manquant. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

95 - Les sanitaires et les équipements sont en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Vérifier les revêtements et les équipements. Rattrapable. Confort Propreté. Coef 3

96 - Les sanitaires et les équipements sont propres.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Vérifier les revêtements et les équipements. Rattrapable. Confort Propreté. Coef 3

Présentation des produits

97 - L'agencement des rayons, les étagères et les présentoirs facilitent la visibilité et l'accès aux produits.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

L'agencement des rayons, les étagères et les présentoirs facilitent la visibilité et l'accès aux produits. Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 3

98 - Les produits à la vente sont mis en valeur.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Le professionnel met en oeuvre des techniques de présentation des produits (marchandisage de séduction, éclairage d'accentuation). Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 3

99 - Le mobilier de présentation est en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Le mobilier (étals, vitrines, portants, étagères, présentoirs, ...) est en bon état (usure, peinture). Des exceptions peuvent être faites au regard d'aspects historiques ou de collection de certaines pièces dont le charme peut venir du côté suranné (parti-pris ancien, rouille et usure qui font partis du style du meuble, etc.). Rattrapable. Confort Propreté. Coef 3

100 - Le mobilier de présentation est propre.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Le mobilier (étals, vitrines, portants, étagères, présentoirs, ...) est propre. Non Rattrapable. Confort Propreté. Coef 3

Affichage en magasin

101 - Les affichages du prix des produits et autres mentions légales spécifiques, sont visibles et lisibles.

Oui Non Non Mesuré

Le client peut voir facilement les prix des articles en magasin sans être obligé de les demander, Les mentions légales pour les activités alimentaires sont également affichées : la provenance géographique, le calibre (pour les fruits), prix au kg. Non Rattrapable. Information Communication. Coef 3

102 - La plupart des produits sont issus de sa production

Oui Non Non Mesuré

Au moins 70% des produits exposés et vendus répondent à cette exigence (approximativement). Les produits connexes sont autorisés. Rattrapable. Information Communication. Coef 3

103 - L'affichage des moyens de paiement acceptés est visible et lisible.

Oui Non Non Mesuré

En l'absence d'un affichage extérieur bien visible et lisible, les moyens de paiement acceptés sont facilement identifiables et regroupés en un même endroit (zone de caisse idéalement). Les supports sont à jour et en bon état. Rattrapable. Information Communication. Coef 3

104 - Une documentation ou un affichage sur les produits et productions exposés est présent.

Oui Non Non Mesuré

Fiches techniques par produits, apportant des informations sur le mode d'élaboration et des conseils pour le consommateur, notamment des préconisations sur les accords mets/vins, les prix, etc Rattrapable. Information Communication. Coef 3

105 - La documentation ou l'affichage relatif aux produits et productions exposés est traduit dans au moins une langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

Fiches techniques par produits, apportant des informations sur le mode d'élaboration et des conseils pour le consommateur, notamment des préconisations sur les accords mets/vins, les prix, etc.). Tolérance sur le classeur, mais celui-ci doit être visible. Rattrapable. Information Communication. Coef 3

106 - BONUS - La documentation ou l'affichage relatif aux produits et productions exposés est traduit dans au moins une deuxième langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

BONUS . Ne pas pénaliser si non vérifié. Rattrapable. Information Communication. Coef 3

Services

107 - Les produits exposés sont disponibles à la vente.

Oui Non Non Mesuré

Non Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 3

108 - Les produits sont conditionnés (bouteilles, Bag-In-Box, etc.).

Oui Non Non Mesuré

La majorité de la vente ne doit pas être réalisée avec la vente en vrac. Non Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 1

109 - La vente à l'unité est possible.

Oui Non Non Mesuré

Non Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 1

110 - Des sacs et des cartons sont à la disposition du client pour le transport.

Oui Non Non Mesuré

: il est préférable que les sacs soient en papier épais/kraft ou biodégradable (si adapté au produit vendu) Non Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 1

111 - Le professionnel informe sur les tarifs et les délais

Oui Non Non Mesuré

Non Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 1

112 - Des emballages cadeaux sont possibles.

Oui Non Non Mesuré

Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 1

113 - Le professionnel propose à ses clients un service de livraison ou d'expédition.

Oui Non Non Mesuré

Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 3

114 - BONUS – Un diable ou chariot est mis à disposition du client si besoin.

Oui Non Non Mesuré

BONUS. Le professionnel propose à ses clients un moyen pour faciliter le transport des achats vers la voiture. Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 3

115 - BONUS - La mise sous vide est proposée pour les produits frais.

Oui Non Non Mesuré

BONUS - La mise sous vide est proposé pour les produits frais. Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 3

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

L'accueil du client

116 - L'accueil physique des visiteurs est assuré pendant les horaires d'ouverture affichés.

Oui Non Non Mesuré

Un affichage sur la porte indiquant un numéro de téléphone pour réaliser la visite/dégustation valide le critère (à condition que celui-ci débouche sur un interlocuteur). Constat visuel. Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Être. Coef 9

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

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. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3

118 - 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 présente. Constat visuel. Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3

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

Oui Non Non Mesuré

Le client est salué dès son entrée dans le magasin, ou au premier contact, ou au premier regard. Constat visuel. Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9

120 - Le professionnel se rend disponible pour le client.

Oui Non Non Mesuré

Le vendeur cesse toute activité non commerciale ou prend en compte le client par un signe, une invitation à patienter. Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9

121 - Le professionnel est souriant

Oui Non Non Mesuré

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

122 - Le client acheteur est remercié et salué de façon individuelle au moment de son départ.

Oui Non Non Mesuré

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

123 - L'accueil, le paiement et la prise de congé peuvent être assurés en au moins une langue étrangère

Oui Non

A valider lors du debriefing Pas de Non mesuré possible. Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3

124 - Les conseils, le service peuvent être assurés en au moins une langue étrangère

Oui Non

A valider lors du debriefing Pas de Non mesuré possible. Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3

125 - BONUS - L'accueil, le paiement et la prise de congés peuvent être assurés dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

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

126 - BONUS - Les conseils, le service peuvent être assurés dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

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

127 - Si l'établissement accueille des groupes, l'offre est structurée.

Oui Non Non Mesuré

L'établissement a mis en place une offre complète proposée dans le cadre de visite de groupe. Elle comprend en ce sens, des tarifs spécifiques, une organisation adaptée et un programme de visite/dégustation prédéterminé. La taille du groupe doit être impérativement proportionnelle au lieu d'accueil et de dégustation. L'établissement communique l'activité sur ces différents supports de promotion. A minima, une dégustation commentée avec outil de médiation. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

GESTION DES RELATIONS CLIENTS

Contact et relation client

128 - Le professionnel questionne le client afin de cibler son besoin.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Il s'agit d'évaluer si le professionnel procède à 'la découverte des besoins'. Le vendeur est à son écoute et cherche à comprendre les besoins du client (reformule ou pose des questions si nécessaire). Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9

129 - Le professionnel fait preuve d'une écoute attentive des remarques et des doutes du client.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Le vendeur est à son écoute et cherche à comprendre les besoins du client (reformule ou pose des questions si nécessaire). Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9

130 - Le professionnel connaît suffisamment les produits et/ou prestations vendu(e)s.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Le vendeur est capable de renseigner le client sur les caractéristiques des produits (techniques, origine) et/ou prestations vendu(e)s, ou renvoie vers un vendeur ayant l'expertise attendue. Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9

131 - Les conseils du professionnel correspondent aux besoins du client.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Les conseils du vendeur (utilisation, préparation, entretien) sont adaptés à la demande. Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9

132 - En cas d'affluence, la gestion multiclient est efficace.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Le vendeur est capable de prendre en charge plusieurs clients à la fois, et / ou fait appel à des collègues. Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3

133 - L'attitude du professionnel reste courtoise face au non achat.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Le vendeur ne doit pas se montrer insistant si le client ne souhaite pas acheter, et garde la même attitude courtoise. Le client est salué dès sa sortie du magasin même s'il n'a pas effectué d'achats. Non Rattrapable. Obligatoire. Coef 9

134 - L'attitude du professionnel reste courtoise à l'encaissement.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

L'hôte de caisse salue le client avant d'encaisser et le remercie après encaissement. En cas de paiement par chèque, le professionnel est en droit de demander la Carte d'identité (Loi n°2005-516 du 20 mai 2005 - art. 16 JORF 21 mai 2005 en vigueur le 31 décembre 2005) et doit le faire avec diplomatie (tact). Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 9

135 - La remise du ticket de caisse / facture est spontanément proposée.

Oui Non Non Mesuré

La remise du ticket de caisse est spontanément proposée (sauf pour les achats de faible montant). Si le client le demande, une facture détaillée avec TVA est établie. Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre. Coef 3

LA DEGUSTATION

La dégustation œnologique et des autres boissons alcoolisées

136 - La dégustation est proposée les jours ouvrés

Oui Non Non Mesuré

Non Rattrapable. Coef 9. Constat visuel. Famille Qualité de la prestation

137 - Si la dégustation est payante, elle est remboursée en cas d'achat.

Oui Non Non Mesuré

Constat visuel. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable. Coef 3. Constat visuel.

138 - Le professionnel introduit la dégustation en s'assurant de la qualité du vin ou de la boisson alcoolisée.

Oui Non Non Mesuré

Si la bouteille est ouverte devant le client. Il s'agit de la vérification par l'odorat et/ou le goût, que les produits sont aptes à la dégustation. Une action, pas obligatoirement toutes. Si la bouteille est déjà ouverte : La date d'ouverture doit être marquée sur l'étiquette. Non Rattrapable. Coef 3. Constat visuel. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

139 - Les verres utilisés pour la dégustation doivent être en verre, adapté à la boisson alcoolisée et en parfait état de propreté.

Oui Non Non Mesuré

Les verres doivent être adaptés et propres. Verres en plastique non acceptés. Pour la filière vin, le verre à pied est impératif. Non Rattrapable. Coef 3. Constat visuel. Famille Qualité de la prestation

140 - Le nombre de verres doit être adapté à la capacité d'accueil du caveau.

Oui Non Non Mesuré

Non Rattrapable. Coef 3. Constat visuel. Famille Qualité de la prestation

141 - Le vin ou la boisson alcoolisée est dégusté à température idéale - présence d'un réfrigérateur.

Oui Non Non Mesuré

"Pour les rouges : entre 16 et 18 degrés ; les blancs et rosés : entre 8 et 12 degrés. Vérification du moyen de conservation et de la température. Non Rattrapable. Coef 3. Constat visuel. Famille Qualité de la prestation"

142 - Des crachoirs propres et en bon état sont mis à disposition pour la dégustation du vin.

Oui Non Non Mesuré

Non Rattrapable. Coef 3. Constat visuel. Famille Qualité de la prestation

143 - Le professionnel est en capacité de parler des accords mets et vins ou des accords avec les autres boissons alcoolisées (mets et bière, mets et cidre, etc.)

Oui Non Non Mesuré

Non Rattrapable. Coef 3. Constat visuel. Famille Qualité de la prestation

144 - BONUS – Une boisson non alcoolisée est proposée pour les mineurs, chauffeurs de bus, etc. lors de la dégustation.

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Noter NM si non vérifié. Exemple : jus de raisin. De l'eau sur demande ne valide pas le critère. Non Rattrapable. Coef 3. Constat visuel. Famille Qualité de la prestation.

145 - BONUS - Un éthylo-test est proposé sur demande (gratuit ou payant).

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Noter NM si non vérifié. Non Rattrapable. Coef 3. Constat visuel. Famille Qualité de la prestation

146 - La personne en charge de la dégustation explique les modes de production et d'élaboration des produits proposés.

Oui Non Non Mesuré

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

147 - La personne en charge de la dégustation maîtrise le sujet et sait répondre aux différentes interrogations du visiteur.

Oui Non Non Mesuré

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

148 - Le professionnel est à l'écoute du visiteur et adapte le déroulement de la dégustation selon les questions et les envies du visiteur.

Oui Non Non Mesuré

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

149 - Le professionnel fait vivre l'expérience et sa passion au visiteur et le transporte dans son histoire.

Oui Non Non Mesuré

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

150 - La dégustation peut être réalisée en une langue étrangère

Oui Non Non Mesuré

Sur réservation uniquement valide le critères. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

151 - BONUS - La dégustation peut être réalisée en une deuxième langue étrangère

Oui Non Non Mesuré

Bonus - noter non mesuré si réponse négative. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

Les autres produits à la dégustation (hors boisson)

152 - La dégustation est proposée, gratuite ou payante.

Oui Non Non Mesuré

Non Rattrapable. Coef 9. Constat visuel. Famille Qualité de la prestation

153 - Si la dégustation est payante, elle est remboursée en cas d'achat.

Oui Non Non Mesuré

Non Rattrapable. Coef 3. Constat visuel. Famille Qualité de la prestation

154 - Le professionnel introduit la dégustation en s'assurant du produit servi.

Oui Non Non Mesuré

Si le produit est ouvert devant le client, il s'agit de vérifier l'odeur et/ou le goût. La date d'ouverture doit être notifiée sur le produit. Non Rattrapable. Coef 3. Constat visuel. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

155 - Les accessoires utilisés pour la dégustation de produits sont adaptés et en parfait état de propreté.

Oui Non Non Mesuré

Non Rattrapable. Coef 3. Constat visuel. Famille Qualité de la prestation

156 - La personne en charge de la dégustation explique les modes de productions et d'élaboration des produits proposés.

Oui Non Non Mesuré

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

157 - La personne en charge de la dégustation maîtrise le sujet et sait répondre aux différentes interrogations du visiteur.

Oui Non Non Mesuré

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

158 - Le professionnel est à l'écoute du visiteur et adapte le déroulement de la dégustation selon les questions et les envies du visiteur.

Oui Non Non Mesuré

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

159 - Le professionnel fait vivre l'expérience et sa passion au visiteur et le transporte dans son histoire.

Oui Non Non Mesuré

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

160 - La liste des allergènes est communiquée sur demande au visiteur sur un support propre et en bon état.

Oui Non Non Mesuré

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

161 - La dégustation peut être réalisée en une langue étrangère

Oui Non Non Mesuré

Sur réservation uniquement valide le critères. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

162 - BONUS - La dégustation peut être réalisée en une deuxième langue étrangère

Oui Non Non Mesuré

Bonus - noter non mesuré si réponse négative. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

LA RESTAURATION D'APPOINT (si existante)

La restauration d'appoint (si existante)

163 - Le mobilier et la vaisselle de la restauration d'appoint sont en bon état.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si absence de restauration d'appoint. Contrôle visuel . Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

164 - Le mobilier et la vaisselle de la restauration d'appoint sont propres.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si absence de restauration d'appoint. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

165 - Le personnel est souriant, accueillant et prend rapidement en charge le client pour un accueil et un service efficace.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si absence de restauration d'appoint. Ton courtois, sourire, salutation + civilité. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

166 - L'affichage des tarifs des consommations est bien présenté

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si absence de restauration d'appoint. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation.

167 - Il existe un choix varié de produits

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si absence de restauration d'appoint. Les produits de la restauration d'appoint ne nécessitent pas de préparation élaborée sur place, ni de cuisson. Ils agissent de produits de 'grignotage'. Outre les produits de grignotage (cacahuète, sandwichs pré-emballés,...) Sont tolérés : saucisson, jambon, noix, fromage, canapés, petits sandwichs,.....Coef 3. Famille Qualité de la prestation. Rattrapable

168 - Le personnel de la restauration d'appoint est capable d'assurer la prise en charge de la clientèle dans une langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si absence de restauration. Observation lors de la consommation et par rapport à la mesure sur l'accueil téléphonique dans une langue étrangère. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

169 - BONUS - Le personnel de la restauration d'appoint est capable d'assurer la prise en charge de la clientèle dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Noter Non mesuré si réponse négative ou si absence de restauration. Observation lors de la consommation et par rapport à la mesure sur l'accueil téléphonique dans une langue étrangère. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

LES ANIMATIONS ET VISITES COMPLÉMENTAIRES (si existantes)

Les animations et visites complémentaires (si existantes)

170 - Le site propose au moins une visite ouverte au grand public hors dégustation (par exemple : visite de la cave, du vignoble, de la brasserie, exposition à l'année , etc.).

Oui Non Non Mesuré

Ce critère concerne uniquement les visites organisées (par exemple : visite de la cave, du vignoble, de la brasserie). Les animations ponctuelles ne valident pas le critère. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 1. Qualité de la prestation.

171 - La visite est structurée et bien organisée.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'activités annexes. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

172 - La visite permet une bonne compréhension de l'activité présentée.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'activités annexes. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation. Non mesurable si l'activité ne donne pas la possibilité d'un discours de médiation.

173 - La visite valorise les richesses du patrimoine culturel et naturel de la région.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'activités annexes. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

174 - Les espaces liés à la visite sont propres.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Non mesuré si pas d'activités annexes. L'auditeur contrôle les murs, les sols et les plafonds ainsi que les autres éléments liés à la visite. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

175 - Les espaces liés à la visite sont en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Non mesuré si pas d'activités annexes. L'auditeur contrôle les murs, les sols et les plafonds ainsi que les autres éléments liés à la visite. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté.

176 - Le professionnel en charge de la visite est aimable et souriant.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Non mesuré si pas d'activités annexes. Contrôle visuel Non Rattrapable. Non mesuré si visite libre. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

177 - Le professionnel en charge de la visite fait preuve de pédagogie et adapte son discours au public présent.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non Mesuré

Non mesuré si pas d'activités annexes. Adaptation discours en fonction profil du groupe. Ex : si présence d'enfants, effort adaptation vocabulaire, simplification du discours. Si touristes, localisation des lieux évoqués, ... Non mesuré si visite libre. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

178 - Le professionnel en charge de la visite est en mesure de répondre aux questions posées.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'activités annexes. Contrôle visuel. Non mesuré si visite libre. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

179 - Le professionnel en charge de la visite sait maintenir l'attention des visiteurs et partager sa passion.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'activités annexes. Le ton n'est pas machinal, discours dynamique. Non mesuré si visite libre. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

180 - Le professionnel en charge de la visite s'assure de la mise en sécurité du visiteur durant la visite.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'activités annexes. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

181 - Le professionnel favorise les échanges avec les visiteurs et/ou prévoit un temps d'échange pendant ou à la fin de visite.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'activités annexes. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

182 - Le professionnel remercie et salue les visiteurs à la fin de la visite.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'activités annexes. Contrôle visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

183 - La visite peut être réalisée en une langue étrangère

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré si pas d'activités annexes. Sur réservation uniquement valide le critères. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

184 - BONUS - La visite est réalisée en une deuxième langue étrangère

Oui Non Non Mesuré

Bonus - noter non mesuré si réponse négative. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

185 - BONUS - Le site propose au moins une animation complémentaire ouverte au grand public hors dégustation, durant la haute saison touristique (exemple : atelier œnologique ou de brassage, concert, évènement , exposition temporaire, participation aux vendanges, etc.).

Oui Non Non Mesuré

Bonus - noter non mesuré si réponse négative. Il s'agit des animations ponctuelles annexes organisées. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être

LE SUIVI DE LA QUALITE ET LA FIDELISATION DU CLIENT

Le suivi de l'e-réputation

186 - L'établissement prend connaissance des avis des consommateurs sur au moins 1 site

Oui Non

CRITERE CONFORMITÉ ÉCOUTE 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, 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. Coef 9.

187 - L'établissement a revendiqué la fiche de son établissement 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. Famille Qualité de la prestation. Coef 3.

188 - L'établissement exerce son droit de réponse aux avis de consommateurs.

Oui Non Non Mesuré

En attente de la marque QT a minima Google business ou réseaux sociaux professionnels. Sur déclaratif. Rattrapable. Qualité de la prestation. Coef 1

189 - La réponse apportée par l'établissement est constructive.

Oui Non Non Mesuré

La réponse est factuelle. Si la responsabilité de l'établissement est avérée, un mot d'excuse est formulé. Suivant les cas, un geste commercial est proposé. 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 visuel sur les sites d'avis en ligne. Non Rattrapable. Famille Qualité de la prestation. Coef 3.

Le suivi de la satisfaction

190 - Au moins, un outil de recueil de la satisfaction existe.

Oui Non

CRITERE CONFORMITÉ ÉCOUTE 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

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

Oui Non

Une sollicitation orale ou écrite (affichage, email, autocollant ...) informe le client du recueil de la satisfaction. Contrôle visuel. Rattrapable. Famille Qualité de la prestation. Coef 3.

192 - 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. Famille Qualité de la prestation. Coef 3.

193 - 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. Famille Qualité de la prestation. Coef 3.

Le suivi des réclamations

194 - L'établissement a formalisé une procédure écrite pour le suivi des réclamations.

Oui Non Non Mesuré

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. Famille Qualité de la prestation. Coef 3.

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

Oui Non Non Mesuré

CRITERE CONFORMITÉ ÉCOUTE 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. Famille Qualité de la prestation. Coef 3.

196 - Les réponses aux réclamations sont personnalisées et constructives.

Oui Non Non Mesuré

CRITERE CONFORMITÉ ÉCOUTE 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. Qualité de la prestation. Coef 9

197 - L'établissement apporte une réponse aux insatisfactions notables et les traite comme une réclamation.

Oui Non Non Mesuré

CRITERE CONFORMITÉ ÉCOUTE CLIENT. L'établissement 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. Famille Qualité de la prestation. Coef 3.

LE DEVELOPPEMENT DURABLE

La sensibilisation

198 - 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 EcolabelliséConstat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

199 - 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 EcolabelliséConstat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

La prise en compte de l'environnement

200 - Le tri sélectif est mis en place dans l'établissement.

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 EcolabelliséConstat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

201 - L'établissement 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

202 - L'établissement 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 / ecolabellisée, 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 EcolabelliséConstat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

203 - L'établissement 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

204 - Présence d'une information présentant les actions de l'établissement en faveur de l'environnement.

Oui Non Non Mesuré

Présence d'un affichage dans l'établissement. Validé si EcolabelliséConstat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

205 - L'établissement 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. Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

206 - BONUS: La majorité des produits vendus sont issus de l'agriculture biologique

Oui Non Non Mesuré

Validé si certifié AB Constat visuel. Non Rattrapable. Développement Durable. Coef 3

Les aspects sociaux

207 - L'établissement 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 Développement Durable

La valorisation de la région

208 - Le professionnel valorise les savoir-faire et les productions de son territoire dans son discours.

Oui Non Non Mesuré

Non Rattrapable. Développement Durable. Coef 3

209 - Le professionnel valorise les savoir-faire et les productions de son territoire, au travers d'affichage et de documentation.

Oui Non Non Mesuré

La documentation comprend une carte des vignobles ou AOC ou produits agro-alimentaires ou tout autre carte explicite locale, départementale ou régionale. Rattrapable. Développement Durable. Coef 3

210 - Le professionnel est un véritable ambassadeur de son territoire

Oui Non Non Mesuré

Valorisation de son territoire. Rattrapable. Développement Durable. Coef 3

211 - Le personnel peut orienter le client pour des visites ou des activités touristiques ou vers l'Office de Tourisme.

Oui Non Non Mesuré

L'auditeur questionne le professionnel sur : un lieu de visite emblématique du territoire ou un point de vente d'un produit local ou un restaurant proposant des spécialités régionales, sa relation avec l'Office de Tourisme de proximité, etc. Constat visuel. Non Rattrapable. Développement Durable. Coef 3

212 - L'établissement est au fait des informations touristiques de son territoire.

Oui Non Non Mesuré

Demander si le professionnel est destinataire de newsletters des Offices de Tourisme, s'il participe à des réunions d'information, à des eductour, etc. Rattrapable. Développement Durable. Coef 3

213 - Présence d'un point d'informations touristiques locales.

Oui Non Non Mesuré

Le guide de l'Office de Tourisme ou tout autre support émanant d'un organisme de tourisme (ex : Vignobles et Découvertes, etc.) est accepté. L'affichage d'une carte touristique valide le critère. Constat visuel. Rattrapable. Développement Durable. Coef 3

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

Oui Non Non Mesuré

Le guide de l'office de tourisme ou tout autre support émanant d'un organisme de tourisme (ex : Vignobles et Découvertes, etc.) est accepté. Constat visuel. Rattrapable. Développement Durable. Coef 3

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

Oui Non Non Mesuré

Bonus - Ne pas pénaliser si non vérifié. Le guide de l'Office de Tourisme ou tout autre support émanant d'un organisme de tourisme (ex : Vignobles et Découvertes, etc.) est accepté. Constat visuel. Rattrapable. Développement Durable. Coef 1

216 - L'exploitant a noué des relations partenariales avec d'autres prestataires pour proposer leurs services à ses clients : lieux de visite, restaurants, taxis, activités, hébergements, etc.

Oui Non Non Mesuré

Présence d'un document sur l'établissement rassemblant les coordonnées des partenaires. Constat visuel. Non Rattrapable. Développement Durable. Coef 3

217 - L'exploitant participe à des actions collectives contribuant au développement agrotouristique de la région.

Oui Non Non Mesuré

Constat visuel. Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Développement Durable. Coef 3

LES DISPOSITIONS DE MANAGEMENT

Dispositions de management (dès 1 employé)

218 - L'établissement a une connaissance fine de ses clientèles

Oui Non Non Mesuré

Un fichier client qualifié a été constitué. Non mesuré possible dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

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

Oui Non Non Mesuré

Ce livret présente l'entreprise [l'équipe et ses membres, la stratégie / philosophie de l'entreprise, ses partenaires, ses engagements qualité etc.] et tout document permettant l'intégration du nouveau salarié. Non mesuré possible si moins de 6 employés. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

220 - Au moins une réunion du personnel, ou réunion des équipes, est organisée chaque année

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré possible si moins de 6 employés. Les réunions du personnel pour but d'échanger des informations avec les salariés (situation économique du secteur, actualités de l'entreprise, remontées des besoins du personnel, stratégie de développement de l'entreprise, événements programmés dans l'année, le déploiement de la démarche qualité etc. Sur déclaratif. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

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

Oui Non

Identification en amont de la visite mystère. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

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

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré possible si moins de 6 employés. L'auditeur interroge le gestionnaire du site afin de s'assurer que le personnel a été informé à la démarche qualité. Sur déclaratif. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

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

Oui Non Non Mesuré

Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

224 - Si un plan d'actions a été établi lors du pré-audit ou de l'audit précédent, celui-ci a été complété.

Oui Non Non Mesuré

Item noté Non mesuré si adhésion ou si absence de plan d'actions fourni par le Porteur de démarche. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

225 - Il y a une identification des besoins de formation et des compétences.

Oui Non Non Mesuré

Non mesuré possible si moins de 6 employés. L'auditeur interroge le gestionnaire du site sur la gestion des ressources humaines et s'assure que les étapes d'identification des besoins ont bien été prises en considération. Registre des formations et /ou fiches de poste. contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation