

<p>➤ <b>Le référentiel est classé en critères obligatoires ou facultatifs</b></p> <p>➤ <b>Pour prétendre à la marque vous devez respecter 100% des critères obligatoires et au minimum 70% des critères facultatifs</b></p>				
Référentiel de base : 130 critères obligatoires et 36 critères facultatifs (chapitres 1 à 6)				
<b>1 ENGAGEMENTS ENVERS LA COLLECTIVITE</b>				
<b>1.1</b>	L'OT et la Collectivité sont liés conventionnellement	<b>1.1.1</b>	Les statuts sont à jour	<b>critère obligatoire</b>
		<b>1.1.2</b>	Les missions sont définies avec les moyens attachés sur un territoire de compétences identifié	<b>critère obligatoire</b>
		<b>1.1.3</b>	Une convention d'objectifs de préférence pluriannuelle est signée	<b>critère obligatoire</b>
		<b>1.1.4</b>	L'OT doit être associé à la réflexion et à la mise en œuvre du schéma de développement touristique local (si existant)	<b>critère facultatif</b>
		<b>1.1.5</b>	La démarche qualité doit être inscrite dans la convention d'objectifs éventuellement par avenant ou dans le document correspondant (pour les associations) et l'engagement de l'organe délibérant dans la démarche qualité avec les moyens affectés (pour les structures de droit public)	<b>critère obligatoire</b>
<b>2 ENGAGEMENTS EN INTERNE A L'OT</b>				
<b>2.1</b>	L'OT définit et transmet sa politique	<b>2.1.1</b>	L'OT définit clairement sa politique stratégique et ses objectifs en partenariat avec la collectivité	<b>critère obligatoire</b>
		<b>2.1.2</b>	Le dirigeant qualifié de l'OT définit clairement sa politique et ses engagements en matière de qualité. Cette politique est mise à jour au minimum tous les 3 ans	<b>critère obligatoire</b>
		<b>2.1.3</b>	La politique stratégique et qualité de l'OT est transmise au personnel et aux partenaires	<b>critère obligatoire</b>
		<b>2.1.4</b>	L'OT définit un plan d'actions annuel	<b>critère obligatoire</b>
		<b>2.1.5</b>	Il existe un document précisant les moyens affectés, les responsables et les délais	<b>critère facultatif</b>
		<b>2.1.6</b>	L'OT établit un bilan annuel de ses actions (financier, qualitatif et quantitatif)	<b>critère obligatoire</b>
		<b>2.1.7</b>	L'OT transmet à sa collectivité, à son personnel et aux prestataires son bilan annuel de ses actions	<b>critère facultatif</b>
<b>2.2</b>	L'OT gère les ressources humaines	<b>2.2.1</b>	Il existe un organigramme en spécifiant les responsabilités en matière de qualité	<b>critère obligatoire</b>
		<b>2.2.2</b>	Un responsable qualité ou référent est nommé et dispose de l'autonomie nécessaire pour animer le système et garantir le respect des engagements	<b>critère obligatoire</b>
		<b>2.2.3</b>	Il existe des fiches de poste en conformité avec la convention collective	<b>critère obligatoire</b>
		<b>2.2.4</b>	L'OT dispose d'un règlement intérieur	<b>critère facultatif</b>
		<b>2.2.5</b>	L'OT définit clairement les modalités de recrutement de son personnel (permanent, vacataire, stagiaires...)	<b>critère obligatoire</b>
		<b>2.2.6</b>	L'OT emploie autant que faire se peut et en fonction de la réglementation, des personnes en situation de handicap et/ou en situation de réinsertion, ou fait appel à des prestataires employant du personnel en situation de handicap et/ou en situation de réinsertion	<b>critère facultatif</b>

2.3	L'OT forme régulièrement son personnel	2.3.1	L'OT met en place d'un plan prévisionnel de formation (de préférence sur 3 ans et en cohérence avec sa stratégie)	critère obligatoire
		2.3.2	L'OT met en place des entretiens annuels d'évaluation avec objectifs individuels	critère obligatoire
		2.3.3	L'OT définit les besoins annuels en formation	critère obligatoire
		2.3.4	Pour les conseillers en séjours et les personnes en contact avec les visiteurs : 150 heures par personnel, réparties sur 3 ans dont 50% dispensées par des organismes de formation agréés, les 50% restant pouvant prendre la forme d'éducteurs, de visites de prestataires, de formations internes (au prorata du temps de travail) Suite au renouvellement de la marque QUALITE TOURISME™ de l'OT (après le deuxième audit), le nombre d'heures minimum de formation sera de 100h (même conditions que ci-dessus)	critère obligatoire
		2.3.5	Pour le personnel des autres services, 75 heures réparties sur 3 ans dont 50% dispensées par des organismes de formation agréés, les 50% restant pouvant prendre la forme de rencontres, séminaires, ateliers, visites de prestataires, formations internes (au prorata du temps de travail) Suite au renouvellement du droit d'usage de la marque QUALITE TOURISME™ de l'OT (après le deuxième audit), le nombre d'heures minimum de formation sera de 50h (même conditions que ci-dessus)	critère obligatoire
		2.3.6	L'OT met en place un enregistrement annuel individuel des formations réalisées	critère obligatoire
2.4	L'OT met en place une procédure d'intégration du personnel non permanent ou nouvel entrant (vacataire, stagiaire, personnel débutant...)	2.4.1	L'OT définit clairement et formalise cette procédure	critère obligatoire
		2.4.2	L'OT désigne un tuteur pour chaque nouvel entrant dans l'OT	critère obligatoire
2.5	L'OT dispose de moyens matériels pour réaliser ses missions	2.5.1	L'OT dispose d'un budget avec un suivi du réalisé	critère obligatoire
		2.5.2	L'OT dispose d'équipements et de matériels nécessaires en adéquation avec ses missions et ses objectifs	critère obligatoire
2.6	L'OT organise la communication interne	2.6.1	Réunion périodique d'information et de formation interne du personnel ou création d'un outil adapté (au moins une fois par mois)	critère obligatoire
	DISPOSITIONS POUR ASSURER LA QUALITE DES SERVICES			
2.7	L'OT établit un Manuel Qualité	2.7.1	Le Manuel Qualité contient les procédures nécessaires adaptées aux services et permettant d'assurer la continuité de la qualité du service	critère obligatoire
		2.7.2	L'ensemble des documents est indexé et il existe un historique des révisions	critère obligatoire
2.8	L'OT met en place les enregistrements nécessaires	2.8.1	Les enregistrements sur la qualité de son travail et qui apportent la preuve du respect des engagements sont conservés et disponibles pour les contrôles externes	critère obligatoire
	EVALUATION et PLAN D'ACTION			
2.9	L'OT met en place des indicateurs d'activité	2.9.1	Exemples : Visites, téléphone, e-mails, courrier, fax, type nature et origine des demandes, état des ventes, fréquentation du site web...	critère obligatoire

2.10	L'OT met en place des indicateurs de qualité	2.10.1	Les clients ont à leur disposition à l'OT, en libre-service des formulaires de suggestions et des questionnaires de satisfaction. Les questionnaires font l'objet d'une remise systématique (remise à chaque contact en incitant le visiteur à le remplir) au minimum 30 jours par an déterminés par chaque OT et répartis sur des périodes de flux différents en fonction de sa fréquentation. <b>Voir annexe 3 du référentiel Qualité Offices de Tourisme de France®</b>	critère obligatoire
		2.10.2	Les suggestions et remarques exprimées oralement par les visiteurs sont également enregistrées et analysées pour permettre l'évolution des objectifs qualités de l'OT en conformité avec leurs attentes	critère obligatoire
		2.10.3	Les réclamations sont prises en compte tous les jours et traitées sous 3 jours ouvrables	critère obligatoire
		2.10.4	L'OT met en place une procédure de gestion de la satisfaction partenaires : enquêtes, prise en compte des suggestions et des remarques	critère facultatif
		2.10.5	Un système d'identification et de prise en compte des suggestions en matière de qualité de la part du personnel est mis en œuvre (cahier, boîte à idées, réunions, etc. ;)	critère obligatoire
		2.10.6	Il identifie les dysfonctionnements internes et met en place les actions préventives ou correctives au niveau des services de l'OT et évalue leur efficacité	critère obligatoire
2.11	La collecte de ces données et leur analyse est organisée régulièrement (au minimum 2 fois par an)	2.11.1	Il effectue au moins 2 fois par an la synthèse et l'analyse des indicateurs	critère obligatoire
		2.11.2	L'OT met en place un ou des Groupe(s) de Travail Local Qualité impliquant des élus locaux ou un représentant de la collectivité et les partenaires. <b>Voir annexe 3 du référentiel Qualité Offices de Tourisme de France®</b>	critère obligatoire
		2.11.3	Un suivi des actions est réalisé	critère obligatoire
2.12	Les bilans (synthèse et analyse) et les actions mises en œuvre sont transmis au relais territorial assurant l'accompagnement qualité			critère facultatif
	DEVELOPPEMENT DURABLE			
2.13	L'OT met en place des actions liées au développement durable	2.13.1	Il existe une prise en compte du développement durable dans les procédures existantes si correspondant à la stratégie de l'OT	critère facultatif
		2.13.2	Le personnel de l'OT réalise un ensemble de gestes courants pour économiser l'énergie et l'eau	critère obligatoire
		2.13.3	En cas d'acquisition d'équipement, l'OT favorise systématiquement l'achat d'équipements économes en énergie et économes en eau	critère obligatoire
		2.13.4	Le tri des déchets est réalisé si existant sur le territoire	critère obligatoire
		2.13.5	L'OT a une politique d'achat favorisant des produits ayant obtenu un label ou une certification environnementale ou éthique	critère obligatoire
		2.13.6	Dans son fonctionnement interne, les impressions se font de manière raisonnée	critère obligatoire

		<b>2.13.7</b>	L'OT favorise, dans la mesure du possible, les réunions dématérialisées	<b>critère facultatif</b>
		<b>2.13.8</b>	L'OT pratique une gestion raisonnée des déplacements professionnels	<b>critère facultatif</b>
<b>3</b>	<b>PROMOTION</b>			
<b>3.1</b>	L'OT définit son positionnement par rapport à sa clientèle	<b>3.1.1</b>	L'OT identifie les clientèles (ex : nationalité, typologie, profil...)	<b>critère obligatoire</b>
		<b>3.1.2</b>	L'OT connaît ses clientèles (ex : attentes, comportements...)	<b>critère facultatif</b>
<b>3.2</b>	L'OT définit sa stratégie et ses objectifs de promotion	<b>3.2.1</b>	L'OT définit sa stratégie de promotion et la communique auprès des élus	<b>critère obligatoire</b>
		<b>3.2.2</b>	L'OT définit sa stratégie de promotion en adéquation avec les plans de promotion départementaux et régionaux	<b>critère obligatoire</b>
<b>3.3</b>	L'OT intègre dans sa stratégie de promotion l'usage des TIC et notamment son site internet.	<b>3.3.1</b>	L'OT dispose d'un site internet entièrement dédié au tourisme, avec un nom de domaine dédié à la destination touristique	<b>critère obligatoire</b>
		<b>3.3.2</b>	Le site devra comporter, à minima, les différentes rubriques : accès, hébergement, restauration, activités loisirs	<b>critère obligatoire</b>
		<b>3.3.3</b>	Le site doit être tenu régulièrement à jour: il définit sa fréquence de mise à jour. L'ensemble des rubriques doit être contrôlé au moins une fois par an	<b>critère obligatoire</b>
		<b>3.3.4</b>	Le site doit être traduit en au moins une langue étrangère (selon classement préfectoral)	<b>critère obligatoire</b>
		<b>3.3.5</b>	L'OT assure une veille des nouvelles technologies et intègre celles-ci en fonction de sa stratégie	<b>critère facultatif</b>
		<b>3.3.6</b>	L'OT reprend son identité visuelle dans sa signature électronique	<b>critère obligatoire</b>
<b>3.4</b>	L'OT définit sa charte graphique ou son identité visuelle.	<b>3.4.1</b>	La charte graphique est appliquée à tous ses supports	<b>critère obligatoire</b>
<b>3.5</b>	L'OT édite des brochures	<b>3.5.1</b>	L'OT doit disposer d'un document de promotion et d'un document d'accueil (les deux peuvent être regroupés en un seul document)	<b>critère obligatoire</b>
		<b>3.5.2</b>	La documentation complémentaire, disponible sous forme de liste, doit respecter une présentation harmonisée	<b>critère obligatoire</b>
		<b>3.5.3</b>	La documentation papier ou numérique doit être traduite en au moins une langue étrangère (selon classement préfectoral)	<b>critère obligatoire</b>
		<b>3.5.4</b>	Les éditions sont réalisées par un imprimeur ayant obtenu un label ou une certification environnementale ou sur des papiers éco-labelisés	<b>critère facultatif</b>
<b>3.6</b>	L'OT édite du papier à en-tête	<b>3.6.1</b>	L'OT édite du papier à en-tête comportant à minima ses coordonnées	<b>critère obligatoire</b>
		<b>3.6.2</b>	L'adresse du site et les indicatifs internationaux sont précisés ainsi que les coordonnées GPS de la structure	<b>critère facultatif</b>
<b>3.7</b>	L'OT évalue son plan de promotion ou se dote d'outils pour évaluer ses actions	<b>3.7.1</b>	L'OT réalise un bilan de sa stratégie de promotion sur le plan financier, qualitatif et quantitatif	<b>critère obligatoire</b>

3.8	L'OT communique sur sa démarche qualité et sur la marque QUALITE TOURISME™	3.8.1	L'OT communique sur sa démarche qualité mis en place et /ou sur ses engagements qualité vis-à-vis des clients (exemple : dans l'espace d'accueil, son site internet, dans sa documentation etc.) <i>Ce critère concerne la démarche qualité de l'OT et ses engagements clients et non l'explication de la marque QUALITE TOURISME™</i>	critère obligatoire
		3.8.2	Lors de l'audit de renouvellement de l'OT : - la plaque QUALITE TOURISME™ est apposée à l'entrée de l'établissement - le logo QUALITE TOURISME™ est présent sur les supports papier et sur le site internet - la démarche QUALITE TOURISME™ est explicitée sur le site internet et il existe un lien vers le site de QUALITE TOURISME™	critère obligatoire
<b>4</b>	<b>ENGAGEMENTS ENVERS LES RESEAUX INSTITUTIONNELS DU TOURISME</b>			
4.1	L'OT participe au réseau départemental et/ou régional d'information : réseau informatique, base de données (territoire, département, région...)			critère obligatoire
4.2	L'OT s'engage à participer à des opérations communes correspondants à la stratégie de l'OT (salons, offres promo, produits, accueil presse)			critère facultatif
4.3	L'OT participe à l'observation touristique			critère obligatoire
4.4	L'OT diffuse l'information régionale et/ou départementale. Mise à disposition à l'OT de l'information départementale et/ou régionale après concertation sur une procédure : type de documents ou supports, niveau de mise à disposition (en libre-service, sur demande, en consultation...)			critère obligatoire
4.5	L'OT définit éventuellement avec son CDT ou son CRT des filières/thématiques à promouvoir et des outils d'accompagnement (en fonction des schémas de développement touristique)			critère facultatif
<b>5</b>	<b>ENGAGEMENTS ENVERS LES SOCIO PROFESSIONNELS</b>			
5.1	Les sociaux professionnels sont représentés dans l'organe décisionnel de l'OT	5.1.1	Participation des socioprofessionnels à l'organe décisionnel : membres du CA ou comité direction	critère obligatoire
		5.1.2	Respecter la représentativité de l'ensemble des fournisseurs de l'offre touristique locale	critère obligatoire
		5.1.3	Participations éventuelles à des commissions	critère facultatif

5.2	L'OT communique envers ses socioprofessionnels	5.2.1	L'OT définit un mode de communication au minimum annuel : bulletin de liaison, revue municipale, réunion hors AG ouverte à l'ensemble des socioprofessionnels, actualité de la destination... Il respecte au minimum le contenu suivant : politique et objectifs de l'OT, observation économique locale et bilan qualité	critère obligatoire
5.3	L'OT diffuse sa documentation chez les prestataires	5.3.1	L'OT définit une procédure de diffusion (liste de diffusion, identification des documents à fournir, approvisionnement)	critère obligatoire
5.4	L'OT mène des actions avec ses socioprofessionnels	5.4.1	L'OT met en place des visites prestataires : au minimum 14 heures par personnel et par an (hors personnel purement administratif) pour améliorer sa connaissance de l'offre touristique	critère obligatoire
		5.4.2	L'OT associe les socioprofessionnels aux opérations de promotion et communication : accueil presse ou salons ou manifestations, opérations diverses...	critère facultatif
		5.4.3	L'OT assiste les porteurs de projet : orientation et mise en relation avec les organismes compétents	critère facultatif
		5.4.4	L'OT sensibilise les socioprofessionnels aux démarches qualités de leurs filières ainsi qu'aux démarches développement durable	critère facultatif
5.5	Il définit les services spécifiques aux partenaires	5.5.1	Les avantages et services proposés aux partenaires sont clairement identifiés ainsi que leurs tarifs : mise en valeur dans les éditions ou site internet, mise à disposition de la documentation en libre service dans l'OT, participation à des opérations de promotion.... (pour les OT associatifs : services distincts de l'adhésion)	critère obligatoire
<b>6</b>	<b>ENGAGEMENTS ENVERS LES VISITEURS</b>			
	ACCES A L'OT			
6.1	L'acheminement et l'accès des visiteurs à l'OT est facilité	6.1.1	La signalétique d'accès à l'OT doit être visible, lisible, uniforme, et doit faciliter sa localisation (si interdiction formalisée de l'architecte des Bâtiments de France, trouver une alternative)	critère obligatoire
		6.1.2	Le fléchage de proximité doit être efficace, visible et en bon état	critère obligatoire
		6.1.3	Les enseignes et signalétiques présentes sur la façade de l'unité doivent être actualisées et apposées de façon visible et conformes à la charte graphique d'Offices de Tourisme de France® (si adhérent à Offices de Tourisme de France®)	critère obligatoire
		6.1.4	Un parking/garage privé ou une possibilité de stationnement (gratuit ou payant) doit être mis à la disposition du client avec un emplacement dédié aux personnes à mobilité réduite	critère obligatoire
6.2	L'environnement de l'OT est soigné	6.2.1	Les extérieurs sont bien entretenus	critère obligatoire
		6.2.2	Les extérieurs sont éclairés en évitant les dépenses énergétiques superflues	critère facultatif
	AMENAGEMENT DES LOCAUX			

6.3	L'OT adapte ses horaires d'ouverture à l'activité touristique et informe le public	6.3.1	Les périodes et horaires d'ouverture sont visibles à l'extérieur de l'espace d'accueil de l'Office de Tourisme, sont présentés dans les brochures à large diffusion, dans les messages des répondeurs ou standards téléphoniques ainsi que sur tout site internet dédié à l'Office de Tourisme, en une langue étrangère a minima (selon classement préfectoral)	critère obligatoire
6.4	L'OT aménage ses locaux pour le confort et la sécurité de ses visiteurs et de son personnel	6.4.1	L'OT est organisé pour accueillir des personnes en situation de handicap (déficiences visuelles, auditives, mentales, et personnes à mobilité réduite) L'établissement a sensibilisé son personnel à l'accueil de ce même public	critère obligatoire
		6.4.2	L'affichage des numéros d'urgence doit être parfaitement lisible de l'extérieur et compréhensible, en plusieurs langues	critère obligatoire
		6.4.3	L'espace d'accueil est ordonné, propre, en bon état, et accessible	critère obligatoire
		6.4.4	Les parties communes offrent une température agréable	critère obligatoire
		6.4.5	La découverte de la région est valorisée par la mise à disposition du client d'une documentation régionale et des informations touristiques écrites (sous forme de panneaux et présentoirs) Circuits touristiques, randonnées, visites/distractions culturelles	critère obligatoire
		6.4.6	Les informations sont identifiées, classées par thèmes, les présentoirs régulièrement approvisionnés et l'affichage mis à jour	critère obligatoire
		6.4.7	L'OT met à la disposition du client un endroit où il peut s'asseoir pour consulter la documentation	critère obligatoire
		6.4.8	Les postes de travail sont aménagés pour permettre les meilleures conditions de travail du personnel : ergonomie des bureaux, accessibilité de l'information...	critère obligatoire
		6.4.9	Une signalétique claire, visible, homogène et en bon état est mise en place	critère obligatoire
		6.4.10	L'éclairage doit être adapté, suffisant et en bon état de fonctionnement	critère obligatoire
		6.4.11	Les revêtements muraux, sols et plafonds, mobilier, matériel et équipements disponibles doivent être propres et en bon état	critère obligatoire
		6.4.12	Les toilettes mises à disposition du public doivent être bien ventilées, accessibles aux personnes à mobilité réduite et équipés d'un équipement minimum pour le confort du client	critère facultatif
		6.4.13	Les toilettes sont séparées entre hommes et femmes, dans la mesure du possible, et en fonction de la réglementation en vigueur	critère facultatif
		6.4.14	L'OT est en conformité avec les mesures de sécurité en vigueur	critère obligatoire
	ACCUEILLIR LE CLIENT			
6.5	L'attitude et la présentation du personnel d'accueil sont irréprochables	6.5.1	La tenue et la présentation du personnel d'accueil doivent être soignées et propres	critère obligatoire
		6.5.2	Le personnel est identifié par un badge comportant au minimum la fonction et les langues parlées. Le personnel en formation est clairement identifié	critère obligatoire

		<b>6.5.3</b>	Le personnel ne doit pas entretenir de conversations personnelles, ni se restaurer ou boire en présence des visiteurs	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.5.4</b>	Le personnel doit accueillir le client de manière aimable, souriante, courtoise, chaleureuse, en utilisant des formules de politesse adaptées. Il en est de même pour la prise de congé	<b>critère obligatoire</b>
<b>6.6</b>	L'OT limite l'attente du visiteur	<b>6.6.1</b>	Les temps d'attente et les files d'attente sont gérés de manière optimale et organisée	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.6.2</b>	L'aménagement des lieux doit permettre au visiteur de patienter en ayant accès à des informations utiles : affichage animations, sites...	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.6.3</b>	L'attente ne devrait pas excéder 6 minutes	<b>critère facultatif</b>
<b>6.7</b>	Le client est accueilli dès son arrivée dans l'OT	<b>6.7.1</b>	Le personnel lors de l'accueil doit être présent, disponible, et attentif et abandonner toute tâche administrative dès l'arrivée d'un visiteur	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.7.2</b>	La prise en charge du client doit se faire par une personne habilitée et formée	<b>critère obligatoire</b>
<b>6.8</b>	Le personnel doit être à même de renseigner, conseiller et répondre aux clients de façon précise et complète, claire et pertinente avec toutes les informations nécessaires	<b>6.8.1</b>	Possibilité de prendre un rendez-vous avec le conseiller en séjour avant ou à l'arrivée dans la destination	<b>critère facultatif</b>
		<b>6.8.2</b>	La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.8.3</b>	La reformulation de la demande par le conseiller en séjour est réalisée de manière formelle, claire et précise	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.8.4</b>	Le départ du client s'accompagne d'une prise de congé chaleureuse, aimable et souriante avec remerciements	<b>critère obligatoire</b>
	INFORMATION DU CLIENT			
<b>6.9</b>	Le client doit être pris en charge de façon optimum	<b>6.9.1</b>	Après avoir répondu précisément à la question posée, le personnel d'accueil élargit la demande pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.9.2</b>	Le personnel d'accueil réoriente le visiteur si l'information n'est pas de la compétence technique ou géographique de l'OT	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.9.3</b>	Le personnel d'accueil enregistre les informations de dernière minute concernant les activités touristiques du territoire (fermeture pour travaux, changement d'heures d'ouverture, annulation de manifestation...) et en informe les visiteurs	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.9.4</b>	Le personnel d'accueil propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.9.5</b>	Quand la demande est précisée par plusieurs exigences clairement exprimées par le visiteur, son choix est orienté par l'agent d'accueil en tenant compte des attentes précises	<b>critère obligatoire</b>



		<b>6.9.6</b>	Pour éviter tout risque d'être accusé de préconiser un produit aux dépens d'un autre, il est utile de proposer au visiteur un choix de produits comparables, si ceux-ci sont en concordance avec la demande exprimée	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.9.7</b>	L'OT propose 3 services complémentaires aux clients (boutique, billetterie, fontaine à eau, visites guidées, location de vélo, de poussettes, etc..)	<b>critère facultatif</b>
	<b>GESTION DE L'INFORMATION</b>			
<b>6.10</b>	Le personnel d'accueil doit pouvoir fournir toute information utile aux visiteurs sur sa zone de compétences et dans un rayon qu'il définit comme correspondant aux demandes habituelles de sa clientèle. (sa zone + intérêt du visiteur)	<b>6.10.1</b>	Le personnel doit fournir une information actualisée, sûre et complète	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.10.2</b>	L'OT doit renseigner, diffuser et mettre à jour au minimum la liste des informations à gérer	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.10.3</b>	Ce document doit être à disposition du personnel d'accueil	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.10.4</b>	En période de fréquentation touristique et lors de manifestations événementielles, il doit pouvoir indiquer les disponibilités des hébergements à la fermeture de l'OT et les afficher à l'extérieur	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.10.5</b>	Le personnel d'accueil doit pouvoir informer sur les animations et événements proposés sur sa zone de compétences, régulièrement mises à jour et accessibles par dates, lieux et thèmes, coordonnées et infos réservation, gratuit, payant	<b>critère obligatoire</b>
<b>6.11</b>	L'OT maîtrise l'information qu'il gère	<b>6.11.1</b>	L'OT définit le mode de diffusion de l'information (brochures, listes, gratuit, payant, libre-service, sur demande...). Il privilégie, autant que possible, une diffusion dématérialisée de l'information	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.11.2</b>	L'OT définit le contenu de l'information à diffuser (exhaustif, adhérents, zone de compétences...)	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.11.3</b>	L'OT définit les modalités et la fréquence des mises à jour (minimum annuelles)	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.11.4</b>	L'OT maîtrise ses stocks et définit la gestion des documents qu'il édite	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.11.5</b>	L'OT définit la gestion des approvisionnements des brochures éditées par des tiers	<b>critère obligatoire</b>
	<b>ACCUEIL TELEPHONIQUE</b>			
<b>6.12</b>	L'accueil téléphonique est soigné	<b>6.12.1</b>	Le personnel doit téléphoniquement accueillir le client de manière aimable, souriante, courtoise, chaleureuse, en utilisant des formules de politesse adaptées. Il en est de même pour la prise de congé	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.12.2</b>	La réponse au téléphone doit être rapide : maximum 4 sonneries	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.12.3</b>	L'identité du site doit être précisée dans la formule d'accueil	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.12.4</b>	Le personnel d'accueil assure le même niveau de service au téléphone qu'en face à face mais donne la priorité au visiteur présent	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.12.5</b>	L'OT sépare l'accueil téléphonique de l'accueil physique en période d'affluence	<b>critère facultatif</b>
		<b>6.12.6</b>	En cas de recherche trop longue ou d'affluence, le personnel de l'OT doit proposer au correspondant téléphonique de le rappeler ou de lui adresser les informations par écrit	<b>critère obligatoire</b>

		<b>6.12.7</b>	S'il existe un pré-décroché automatique ou un répartiteur d'appel, l'OT évite les sous menus trop nombreux (3 ou 4 maximum)	<b>critère facultatif</b>
<b>6.13</b>	L'OT répond aux demandes de documents par téléphone	<b>6.13.1</b>	L'envoi de documents demandés par téléphone est effectué dans les 48 heures ouvrées	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.13.2</b>	En cas d'absence de la personne concernée, l'OT met en place le dispositif pour prendre le message	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.13.3</b>	La communication des lignes directes est favorisée pour soulager l'accueil téléphonique	<b>critère facultatif</b>
<b>6.14</b>	L'OT doit disposer d'un répondeur téléphonique	<b>6.14.1</b>	Le répondeur téléphonique est mis en fonctionnement pendant les périodes de fermetures	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.14.2</b>	Le message est en une langue étrangère a minima (selon classement préfectoral)	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.14.3</b>	Il prévoit éventuellement la possibilité de laisser un message	<b>critère facultatif</b>
	LE COURRIER			
<b>6.15</b>	L'OT répond rapidement et précisément aux demandes par courrier	<b>6.15.1</b>	L'envoi d'informations correspond précisément à la demande du client	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.15.2</b>	Un carton ou un courrier d'accompagnement personnalisé est joint à l'envoi	<b>critère obligatoire</b>
<b>6.16</b>	Les courriers et courriels sont consultés tous les jours ouvrés et traités	<b>6.16.1</b>	Les réponses sont faites dans les 48 heures pour les courriers	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.16.2</b>	Les réponses sont faites dans les 24 heures pour les courriels	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.16.3</b>	Un accusé de réception est envoyé lors d'une demande de documentation par courriel	<b>critère obligatoire</b>
	L'INFORMATION DES CLIENTELES SPECIFIQUES			
<b>6.17</b>	L'OT fournit l'information spécifique relative aux services et structures adaptées à la clientèle handicapée	<b>6.17.1</b>	L'OT dispose au minimum de la liste des services et structures labellisés « Tourisme et Handicap »	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.17.2</b>	L'OT favorise l'accès aux prestations de l'OT aux clientèles handicapées	<b>critère facultatif</b>
		<b>6.17.3</b>	L'OT liste les aménagements et adaptations réalisées au niveau de l'OT	<b>critère facultatif</b>
<b>6.18</b>	L'OT favorise l'accueil des clientèles étrangères	<b>6.18.1</b>	Les documents sont traduits en au moins une langue étrangère (selon classement préfectoral) correspondant à la fréquentation de la destination	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.18.2</b>	Le personnel d'accueil pratique au moins une langue étrangère utile à la clientèle de la destination (selon classement préfectoral).	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.18.3</b>	Les langues parlées sont identifiées à l'extérieur de l'espace d'accueil de l'OT	<b>critère facultatif</b>
<b>6.19</b>	Informations liées au tourisme durable	<b>6.19.1</b>	L'OT informe précisément (ex. : oral, site internet, brochure, etc....) sur les moyens de se rendre sur le territoire un utilisant les transports en commun ou en utilisant toute autre forme d'accès de circulations douces.	<b>critère obligatoire</b>
		<b>6.19.2</b>	L'OT informe précisément les visiteurs sur les moyens de se déplacer sur le territoire et ses environs en utilisant les transports en commun et les mobilités douces (ex. : bus, train, vélo, voiture électrique...)	<b>critère obligatoire</b>

3 annexes sont associées à ce référentiel qualité

Annexe 1 du Référentiel Qualité Offices de Tourisme de France® : Domaines d'information à gérer

Annexe 2 du Référentiel Qualité Offices de Tourisme de France® : Liste des documents applicables

Annexe 3 du Référentiel Qualité Offices de Tourisme de France® : Précisions relatives à la mise en place de certains points du référentiel

		<b>6.19.3</b>	L'OT met en valeur les professionnels et / ou les produits (hébergement, restauration, animation, produits locaux, commerces...) engagés dans des démarches environnementales et/ ou de développement durable reconnues localement ou nationalement	<b>critère facultatif</b>
		<b>6.19.4</b>	L'OT diffuse une information sur les milieux naturels fragiles (si existants sur le territoire) comme milieu marin ou lacustre, milieu enneigé, espaces préservés, biotopes spécifiques... Cette information se fait en collaboration avec les autres acteurs territoriaux engagés dans la protection de l'environnement (Parcs, ...)	<b>critère facultatif</b>
		<b>6.19.5</b>	L'OT informe de manière générale ses clients sur les engagements en matière de développement durable du territoire (gestion des ressources, accessibilité, transport etc..)	<b>critère facultatif</b>

Référentiel boutique : 10 critères obligatoires et 10 critères facultatifs				
7	LA BOUTIQUE (Voir annexe 3 du référentiel Qualité Offices de Tourisme de France®)			
7.1	Les articles vendus respectent des critères précis	7.1.1	L'OT définit sa politique de choix des produits (territoire, région, éthique, artisanat local, création de produits...)	critère obligatoire
		7.1.2	L'OT prend en compte les attentes des visiteurs dans le choix des articles vendus	critère facultatif
		7.1.3	L'OT met en place la politique tarifaire (commissionnement, dépôt-vente, contrats/conditions de vente avec fournisseurs)	critère obligatoire
7.2	L'OT définit ses relations avec ses fournisseurs	7.2.1	Les modalités de fonctionnement avec chaque fournisseur sont définies (dépôt vente, commissionnement, délai d'approvisionnement, facturation, conditions de vente ...)	critère obligatoire
7.3	Un espace boutique est clairement identifié	7.3.1	Les articles sont présentés sur du matériel adapté et mis en scène (en fonction de l'animation, de la saison, etc.)	critère obligatoire
		7.3.2	L'origine des produits provenant de producteurs locaux est indiquée	critère obligatoire
		7.3.3	L'éclairage de la boutique est adapté (quand les locaux rendent cela possible)	critère obligatoire
		7.3.4	Le personnel (au moins 1 permanent) est formé à l'aménagement de ces vitrines ainsi qu'à l'approvisionnement et aux relations avec les fournisseurs	critère facultatif
		7.3.5	La disposition du mobilier de la boutique tient compte de l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite	critère facultatif
7.4	Il existe une procédure de vente	7.4.1	Le personnel est formé à la vente	critère facultatif
		7.4.2	Une liste des produits à la vente et leurs tarifs est établie et mise à la disposition de l'ensemble du personnel d'accueil	critère obligatoire
		7.4.3	Un ticket de caisse ou un reçu est émis pour chaque vente	critère facultatif
		7.4.4	Des emballages cadeau sont disponibles sur demande	critère facultatif
		7.4.5	Les OT disposant d'un site internet présentent l'espace boutique	critère facultatif
		7.4.6	Les moyens de paiements sont affichés en évidences à l'intérieur de l'OT	critère obligatoire
		7.4.7	Les moyens de paiements sont affichés à l'extérieur de l'OT	critère facultatif
		7.4.8	Il existe une procédure de vente	critère obligatoire
7.5	Les stocks sont gérés	7.5.1	Il existe une procédure de gestion des stocks : tableau, seuil d'alerte, inventaire annuel a minima	critère obligatoire
		7.5.2	Une analyse des taux de rotation des produits est effectuée au minimum une fois par an : maintien ou retrait des produits en fonction des ventes	critère facultatif
7.6	Les indicateurs de satisfaction sont mis en place	7.6.1	Des indicateurs de satisfaction qualité boutique sont mis en place (adaptation à la demande, choix de la gamme de produits, qualité/prix,...)	critère facultatif

Référentiel organisation d'évènement : 22 critères obligatoires et 11 critères facultatifs				
8	ORGANISATION D'EVENEMENT (Voir annexe 3 du référentiel Qualité Offices de Tourisme de France®)			
8.1	Organisation de l'évènement en interne	8.1.1	L'organisation d'évènement est une mission clairement définie avec la collectivité	critère obligatoire
		8.1.2	Chaque évènement se fait en adéquation avec les objectifs de l'OT	critère obligatoire
		8.1.3	L'OT planifie ses évènements en cohérence avec les animations de son territoire	critère obligatoire
		8.1.3.1	Les objectifs de la manifestation sont clairement définis	critère obligatoire
		8.1.3.2	Des réunions de coordination sont mises en place tout au long du projet	critère facultatif
		8.1.3.3	Chaque évènement est piloté par une personne identifiée	critère obligatoire
		8.1.3.4	L'OT définit les moyens humains alloués à l'évènement	critère obligatoire
		8.1.3.5	L'OT définit les moyens financiers alloués à l'évènement	critère obligatoire
		8.1.3.6	L'OT définit et transmet les moyens techniques nécessaires aux service(s) concerné(s)	critère obligatoire
		8.1.3.7	L'OT informe la population locale et les prestataires : nature de l'évènement, nuisances, restriction de circulation...	critère obligatoire
		8.1.4	L'OT établit un bilan à la fin de chaque manifestation	critère obligatoire
		8.1.5	L'OT met en œuvre un outil de mesure de satisfaction des partenaires et des participants	critère facultatif
		8.1.6	Pour les évènements reconduits, l'OT organise une réunion bilan avec l'ensemble des partenaires. L'édition précédente est analysée et des améliorations ou actions correctives sont apportées	critère facultatif
		8.1.7	Lors de l'organisation d'évènements, l'OT respecte des critères sociaux et environnementaux de durabilité. L'OT incite les autres organisateurs à suivre ces principes	critère facultatif
8.2	Communication interne	8.2.1	Le personnel d'accueil de l'OT dispose de toutes les informations nécessaires pour informer le public	critère obligatoire

<b>8.3</b>	Communication et promotion externes	<b>8.3.1</b>	L'OT définit les objectifs et les outils de communication en adéquation avec le type d'évènement	<b>critère obligatoire</b>
		<b>8.3.2</b>	Les éditions se font en adéquation avec la politique environnementale de la structure	<b>critère facultatif</b>
		<b>8.3.3</b>	L'OT met en valeur l'évènement par l'intermédiaire de son site Internet : site web de la structure ou sites dédiés	<b>critère obligatoire</b>
		<b>8.3.4</b>	L'OT définit le plan média : dossier de presse, communiqué de presse...	<b>critère obligatoire</b>
		<b>8.3.5</b>	L'OT communique l'information via les bases de données départementales ou régionales	<b>critère facultatif</b>
		<b>8.3.6</b>	Une communication sur l'évènement est organisée par l'OT auprès des prestataires locaux et de la population locale	<b>critère obligatoire</b>
<b>8.4</b>	Commercialisation de l'évènement	<b>8.4.1</b>	L'OT établit les modalités de commercialisation de l'évènement	<b>critère facultatif</b>
		<b>8.4.2</b>	L'OT initie des partenariats avec des agences de voyages réceptives, ou éventuels relais départementaux ou régionaux	<b>critère facultatif</b>
<b>8.5</b>	Accueil des intervenants et prestataires	<b>8.5.1</b>	L'OT gère les intervenants et/ou les artistes en amont de leur arrivée : prise de contact, élaboration du contrat, plan d'accès, présentation du territoire	<b>critère obligatoire</b>
		<b>8.5.2</b>	L'OT définit les conditions d'accueil des intervenants et/ou des artistes	<b>critère facultatif</b>
		<b>8.5.3</b>	L'OT définit un référent qui sera en contact avec les intervenants et/ou artistes	<b>critère obligatoire</b>
		<b>8.5.4</b>	L'OT définit les conditions de suivi des intervenants et/ou artistes tout au long de la manifestation	<b>critère obligatoire</b>
<b>8.6</b>	Déroulement de l'évènement	<b>8.6.1</b>	La signalétique temporaire et le fléchage doivent respecter une charte graphique, être en bon état et se faire dans le respect des règles en vigueur	<b>critère obligatoire</b>
		<b>8.6.2</b>	Présence de lieux de stationnement à proximité du lieu de l'évènement : ils doivent être adaptés à la fréquentation	<b>critère obligatoire</b>
		<b>8.6.3</b>	Prise en compte de l'accessibilité des évènements aux personnes en situation de handicap	<b>critère obligatoire</b>
		<b>8.6.4</b>	Mise en place d'un point d'accueil et d'information du public	<b>critère facultatif</b>
		<b>8.6.5</b>	Le personnel doit pouvoir être clairement identifié par le public et les partenaires (ex : badges, t-shirts...)	<b>critère obligatoire</b>
		<b>8.6.6</b>	Une réunion de briefing est organisée pour informer les membres de l'organisation	<b>critère facultatif</b>

Référentiel commercialisation : 23 critères obligatoires et 4 critères facultatifs				
9 COMMERCIALISATION (Voir annexe 3 du référentiel Qualité Offices de Tourisme de France®)				
9.1	Définition de sa stratégie commerciale en fonction de son offre touristique et de sa clientèle	9.1.1	L'OT recense l'offre existante sur son territoire et analyse son évolution	critère obligatoire
		9.1.2	L'OT analyse sa demande, les attentes des clients et définit ses cibles de clientèle (groupes, individuels, scolaires, etc....)	critère obligatoire
		9.1.3	L'OT définit avec les prestataires de son territoire l'offre de produits qu'il souhaite commercialiser	critère obligatoire
		9.1.4	L'OT prend en compte les démarches de commercialisation existantes (OT/ADT/CDT/CRT) dans sa stratégie	critère obligatoire
		9.1.5	L'OT définit ses partenariats : l'OT définit les critères sur lesquels il sélectionne les prestataires qui seront intégrés dans son offre produit	critère obligatoire
		9.1.6	L'OT définit ses partenariats : il formalise son cahier des charges	critère facultatif
		9.1.7	L'OT fixe les objectifs commerciaux (animation du territoire, promotion, marges, rentabilité,...)	critère obligatoire
		9.1.8	L'OT met en œuvre des actions de fidélisation adaptées à ses clients et ses produits, dans le cadre d'une réflexion annuelle	critère facultatif
9.2	L'OT précise les modalités de fonctionnement de ses partenariats avec les prestataires et fournisseurs du territoire	9.2.1	Un engagement écrit est établi entre l'OT et ses fournisseurs. Il définit les conditions de réservation et d'annulation	critère obligatoire
		9.2.2	Il définit les conditions de vente (commission, mode de paiement, délais, avantages et gratuités consenties, etc.)	critère obligatoire
		9.2.3	L'OT définit et met en place un outil d'écoute de ses partenaires (questionnaire, réunion annuelle, etc.)	critère obligatoire
9.3	L'OT précise les modalités de fonctionnement de ses partenariats avec les OT (partenariats territoriaux)	9.3.1	Les OT formalisent via une convention les modalités de commercialisation, de rémunération et de responsabilité de chacun	critère obligatoire
9.4	L'OT précise les modalités de fonctionnement de ses partenariats avec les agences de voyages et les tours opérateurs ou autre partenariat de commercialisation	9.4.1	L'OT formalise le fonctionnement de ses relations et éventuels partenariats avec des agences et/ou des TO	critère obligatoire
9.5	L'OT précise les modalités de fonctionnement de ses partenariats avec les places de marché ou plates-formes	9.5.1	L'OT formalise le fonctionnement des partenariats et précise les droits et devoirs de chacun.	critère obligatoire

<b>9.6</b>	L'OT est à l'écoute des besoins des clients qui utilisent les services de commercialisation de l'OT	<b>9.6.1</b>	Lors de la prise de contact, l'OT met en place un outil d'enregistrement des demandes du client et précise les services internes de l'OT habilités à enregistrer cette demande (ex : service commercial / accueil)	<b>critère obligatoire</b>
<b>9.7</b>	L'OT formalise le suivi des dossiers clients	<b>9.7.1</b>	L'OT met en place une ou des procédures de vente de ses produits touristiques	<b>critère obligatoire</b>
		<b>9.7.2</b>	L'OT précise notamment les modalités pour : - L'enregistrement de la demande - La politique tarifaire appliquée - L'envoi d'une proposition (devis) - Le fonctionnement des relances - Le mode de confirmation - Le suivi de la prestation - La facturation	<b>critère facultatif</b>
		<b>9.7.3</b>	L'OT définit et transmet les conditions générales et particulières de vente	<b>critère obligatoire</b>
<b>9.8</b>	L'OT mesure la satisfaction client des produits commercialisés.	<b>9.8.1</b>	Pour les groupes, l'OT met en place un outil d'évaluation pour toute vente réalisée	<b>critère obligatoire</b>
		<b>9.8.2</b>	Pour les individuels, l'OT met en place un outil de mesure de la satisfaction	<b>critère facultatif</b>
<b>9.9</b>	L'OT met en place des supports de commercialisation	<b>9.9.1</b>	L'OT précise la nature et l'utilité de ses outils de commercialisation (Brochures, site Internet, etc.)	<b>critère obligatoire</b>
		<b>9.9.2</b>	Le service commercialisation met à disposition du service accueil les outils nécessaires à la vente directe en vis à vis ou au téléphone (fiches produits, formations internes, etc.)	<b>critère obligatoire</b>
		<b>9.9.3</b>	Le service commercialisation informe l'ensemble des services de l'OT sur ses offres	<b>critère obligatoire</b>
<b>9.10</b>	L'OT intègre la promotion de ces produits dans sa stratégie de promotion			<b>critère obligatoire</b>
<b>9.11</b>	L'OT suit et analyse des ventes effectuées	<b>9.11.1</b>	L'OT définit les indicateurs de suivi de ses ventes, ainsi que leur fréquence d'analyse	<b>critère obligatoire</b>
		<b>9.11.2</b>	L'OT procède au minimum une fois par an à l'évaluation quantitative et qualitative de ses ventes	<b>critère obligatoire</b>
		<b>9.11.3</b>	L'OT définit ses actions correctives	<b>critère obligatoire</b>