

A. Qu'est-ce que la marque QUALITE TOURISME™ ? .....	1
B. Présentation du Référentiel Qualité Offices de Tourisme de France® .....	1
C. Les avantages de la démarche qualité .....	2
D. La mise en œuvre .....	3
E. Comment obtenir la Marque Qualité Tourisme : .....	4
F. L'audit et les auditeurs .....	5

### A. Qu'est-ce que la marque QUALITE TOURISME™ ?

#### Le Plan Qualité Tourisme

Le Plan Qualité Tourisme a été initié lors du comité interministériel du 9 septembre 2003 pour améliorer la compétitivité de la destination France.

Le Plan Qualité Tourisme, c'est une sélection de démarches qualité mises en place par : des réseaux de professionnels du tourisme, des acteurs institutionnels du territoire, afin que les établissements qui suivent ces démarches obtiennent la marque Qualité Tourisme™

« Le Plan Qualité Tourisme a pour objectif de fédérer l'ensemble des démarches qualité rigoureuses identifiées dans le secteur du tourisme autour d'une marque nationale de qualité. »

#### La marque QUALITE TOURISME™

La marque Qualité Tourisme est attribuée aux entreprises *respectant cinq critères essentiels* :

- répondre aux engagements du référentiel national
- avoir une démarche qualité basée sur un contrôle externe
- être conforme au classement réglementaire de l'activité (s'il existe)
- être conforme aux règles d'hygiène et de sécurité
- assurer un traitement des réclamations des clients

Les modalités d'attribution de la marque suivent deux logiques :

- *Pour les entreprises ou les structures qui appartiennent à un réseau*, comme par exemple les offices de tourisme ou les « Logis de France », les têtes de réseaux professionnels sont habilités à déléguer eux-mêmes la marque nationale de qualité aux adhérents ayant fait acte de candidature et respectant les conditions d'attribution
- Les candidatures des *entreprises individuelles* peuvent faire également l'objet d'une décision par le Comité national de sélection après instruction locale.

La promotion de la marque est assurée par le ministère du tourisme. Un nouveau site internet est en préparation, afin d'assurer une meilleure visibilité de cette marque et des acteurs engagés dedans.

### B. Présentation du Référentiel Qualité Offices de Tourisme de France®

Le Référentiel Qualité Offices de Tourisme de France® spécifie les critères à respecter par l'office de tourisme candidat à la marque QUALITE TOURISME™

Il est le fruit de plusieurs années de travail dans notre réseau. L'ensemble des critères sont issus de l'expérience de terrain et ont été proposés par les offices de tourisme puis validés par la Commission qualité et développement durable d'Offices de Tourisme de France®.

Le référentiel est classé en critères obligatoires ou facultatifs. Pour prétendre à la marque vous devez respecter 100% des critères obligatoires et au minimum 70% des critères facultatifs.  
Le référentiel de base comporte 6 chapitres avec au total 120 critères obligatoires et 40 critères facultatifs.

A ce référentiel de base peuvent être ajoutés de 1 à 3 chapitres supplémentaires, en fonction des services proposés par l'Office de Tourisme dispose d'une boutique, d'un service de commercialisation et organise des événements.

L'office de tourisme devra justifier dans le manuel qualité de la non prise en compte de ces chapitres.

- Engagements envers la collectivité
- Engagement interne à l'Office de tourisme
- Promotion
- Engagements envers les réseaux institutionnels
- Engagements envers les socio-professionnels
- Engagements envers les visiteurs
- Boutique (optionnel)
- Organisation d'évènement (optionnel)
- Commercialisation (optionnel)

### C. Les avantages de la démarche qualité

La Marque Qualité Tourisme constitue l'aboutissement d'une démarche qualité. Elle permet de :

- ✚ Obtenir une marque nationale reconnue par le Ministère
- ✚ Communiquer sur une démarche reconnue et récompensée
- ✚ Renforcer l'image de l'Office de Tourisme comme professionnel du tourisme auprès des prestataires touristiques
- ✚ Positionner l'Office de Tourisme comme référent Qualité auprès de ses partenaires
- ✚ Améliorer l'interface entre le territoire et ses visiteurs
- ✚ Renforcer le réseau des Offices de Tourisme

#### Avantages internes :

- ✚ Une meilleure organisation pour faciliter le travail quotidien
- ✚ Un outil de professionnalisation au service l'équipe
- ✚ Un outil permanent d'évaluation et de progrès
- ✚ Un outil d'aide à l'animation du territoire
- ✚ Un moyen pour valoriser les actions
- ✚ Un outil pour adapter les services aux attentes du client
- ✚ Un moyen pour pérenniser une activité et des emplois
- ✚ Un outil d'aide à la décision pour les collectivités

#### Avantages externes :

- ✚ Se distinguer et se positionner dans un univers concurrentiel
- ✚ Fidéliser sa clientèle
- ✚ Contribuer à l'augmentation de la fréquentation touristique
- ✚ Favoriser l'augmentation des retombées économiques
- ✚ Montrer l'exemple par rapport aux acteurs touristiques locaux

Même si cela ne doit pas être la motivation première d'un office de tourisme, il faut rappeler que **pour obtenir la catégorie II du nouveau classement il est nécessaire de mettre en oeuvre une démarche qualité** sur l'accueil et l'information du public et sur la gestion des ressources humaines.

**Pour viser la catégorie I, l'Office de Tourisme doit obtenir une marque de niveau national (QUALITE TOURISME, AFNOR, ISO).**

#### D. La mise en oeuvre

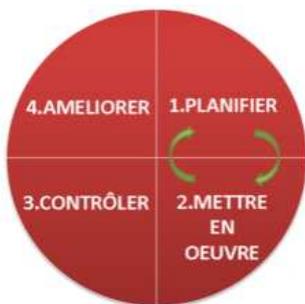
**« La démarche qualité n'est pas un dossier mais un mode de fonctionnement »**

Le temps de mise en oeuvre d'une **démarche qualité** dépend de l'organisation déjà existante et des objectifs de l'Office de Tourisme. S'il s'agit d'obtenir la marque QUALITE TOURISME, on peut envisager une période de travail de deux années (même si des structures obtiennent la marque dans un délai plus court).

Dans tous les cas, il est fortement recommandé de se faire accompagner soit :

- par un cabinet conseil
- par son **relais territorial** (UDOTSI/FROTSI) lorsque celui-ci anime une démarche qualité collective

Tous les offices de tourisme déjà engagés vous le diront. La formalisation du fonctionnement par écrit sous la forme d'un **manuel qualité** constitue la difficulté la plus importante car elle nécessite du temps. Il serait cependant dommage de réduire la démarche qualité à la seule rédaction de **procédures**.



#### UNE AMÉLIORATION CONTINUE

Toute organisation pour s'améliorer devrait comprendre les 4 phases ci-dessus (Roue de Deming). Pris par le temps, l'Office de Tourisme est souvent dans une fuite en avant où il prépare ces actions et les met en oeuvre le plus souvent pendant sa saison touristique.

L'enjeu de la démarche qualité est de mettre en place des outils permettant de **contrôler** l'action et de décider d'actions **correctives**.

#### UN OUTIL DE MANAGEMENT

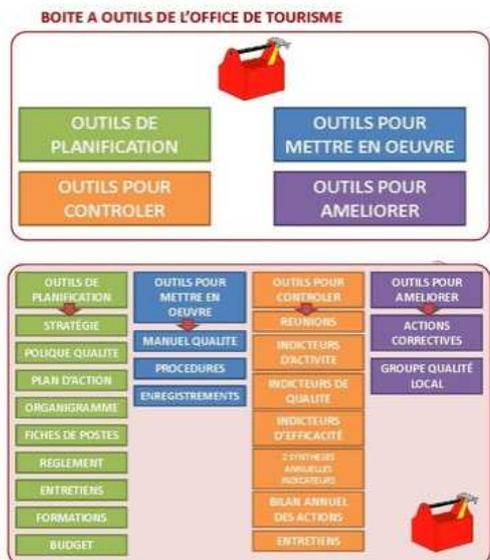
**"Il ne peut y avoir de démarche qualité réussie sans une forte implication de la direction".**

Pour la direction, la démarche qualité doit être avant tout un outil de **pilotage** et une aide au **management**. Le chapitre 2 du Référentiel des Offices de Tourisme de France "Engagements internes" vise à s'assurer que l'ensemble des outils sont bien en place pour le fonctionnement optimal de la structure. Il doit être vu comme une sorte de boîte à outils.

#### Boîte à outils de l'office de tourisme

Ainsi, la direction a très certainement une idée précise des orientations à donner pour l'Office de Tourisme. Cependant sa **stratégie** et son **plan d'action** sont-ils formalisés par écrit ? Des indicateurs permettent-ils de vérifier que les objectifs de l'année sont atteints ?

Autant d'outils à poser qui sont également des critères qui seront vérifiés lors de l'audit.



## Le rôle primordial du Responsable Qualité :

Le choix du **responsable qualité** est primordial dans la réussite de la démarche qualité.

Il faut avant tout choisir quelqu'un dans l'équipe qui puisse avoir un rôle d'**animateur** pour mettre en place la démarche qualité avec rigueur mais en faisant preuve de beaucoup de pédagogie.

## Son rôle dans l'organisation qualité :

### DANS LA PHASE DE MISE EN OEUVRE

- Il assiste aux formations
- Il forme à son tour les membres de l'équipe
- Il anime des réunions pour la rédaction des procédures (mais il ne rédige pas lui-même à la place de ses collègues)
- Il met en forme les procédures et le manuel qualité
- Il travaille en étroite collaboration avec la direction

### POUR LE SUIVI

- Il mobilise les services de l'Office de Tourisme pour qu'ils transmettent les données permettant d'établir les bilans
- Il gère les enquêtes de satisfaction et les réclamations
- Il assiste la direction pour les réunions du groupe local qualité
- Il réalise les synthèses annuelles et s'assure du suivi des actions correctives

### IMPORTANT :

Le directeur ou le responsable de l'office de tourisme, ne peut pas être le responsable qualité, sauf pour une structure employant 3 Equivalents Temps Plein au maximum.

## E. Comment obtenir la Marque Qualité Tourisme :

(Voir le schéma d'attribution et de suivi de la marque Qualité Tourisme™ pour les Offices de tourisme)

### *Préalable pour tous les offices de tourisme*

Seuls les offices de tourisme, tel que défini par la réglementation en vigueur, et bénéficiant du classement réglementaire, peuvent participer à cette démarche d'attribution de la marque Qualité Tourisme™.

### *Deux solutions pour obtenir la marque QUALITE TOURISME™:*

1. Soit faire reconnaître sa démarche qualité, mise en place via **le référentiel Office de Tourisme de France®** → Voir document « **1 Procédure de fonctionnement via le référentiel** »
2. Soit obtenir la certification AFNOR via **la norme NF X50-730** et demander à Office de Tourisme de France l'obtention de la marque → Voir document « **2 Dossier de candidature via la Norme NF X50-730** ».

#### **Pour les offices de tourisme certifiés AFNOR**

Lorsque l'office de tourisme obtient la certification NF services et qu'il souhaite obtenir la marque QUALITE TOURISME™, il doit compléter "Le dossier de candidature - Norme NF " (ci-dessous) et le retourner à Offices de Tourisme de France® pour l'obtention de la marque QUALITE TOURISME™.

#### IMPORTANT :

**Un office de tourisme adhérent** à la Fédération Nationale d'Offices de Tourisme de France®, **n'aura aucun frais à régler.**

**Un office de tourisme non adhérent** à la Fédération Nationale d'Offices de Tourisme de France® **devra s'acquitter d'un droit d'entrée** pour obtenir la marque, équivalant à 50% du montant de la cotisation Offices de Tourisme de France® correspondant à sa structure.

## F. L'audit et les auditeurs

### L'audit

L'audit permet de vérifier si l'office de tourisme répond au Référentiel Qualité, afin qu'Offices de Tourisme de France® puisse ensuite lui attribuer la marque QUALITE TOURISME™.

Cet audit se déroule en plusieurs parties :

1. l'audit documentaire (à partir des documents que l'office de tourisme transmet à l'auditeur).
2. l'auditeur envoie à l'office de tourisme un rapport d'audit documentaire avant l'audit sur site.
3. l'audit sur site (se déroule pendant la durée convenue en amont avec l'auditeur).
4. en cas d'écart constaté l'office de tourisme dispose d'un délai d'un mois pour justifier de la levée des écarts auprès de l'auditeur.
5. la rédaction du rapport d'audit par l'auditeur avant transmission à l'office de tourisme et à Offices de Tourisme de France®.

### IMPORTANT :

*L'audit ne pourra se dérouler dans le cas d'un dossier incomplet envoyé à Offices de Tourisme de France®.* Le document n°3 vous permettra de connaître la durée et les coûts de votre audit en fonction de vos missions et de votre organisation.

### Les auditeurs agréés

Des auditeurs qualité ont été sélectionnés, formés et agréés par Offices de Tourisme de France® afin de pouvoir réaliser les audits QUALITE TOURISME™ des offices de tourisme.

L'office de tourisme sélectionne l'auditeur dans la liste (voir document n°5 « coordonnées auditeurs agréés »). L'auditeur confirme les dates et le programme des audits à l'office de tourisme.

### Important dans le choix de l'auditeur :

- Un office de tourisme ne peut pas sélectionner un auditeur ou un cabinet l'ayant accompagné dans la mise en place de la démarche qualité.
- Dans le cadre d'un audit de renouvellement de la marque QUALITE TOURISME™, un office de tourisme ne peut avoir recours deux fois de suite au même auditeur agréé Offices de Tourisme de France® ni à son cabinet pour l'obtention de la marque QUALITE TOURISMETM.

### Source :

[www.qualiteofficedetourisme.com/office-de-tourisme/avantages-de-la-démarche-qualité/](http://www.qualiteofficedetourisme.com/office-de-tourisme/avantages-de-la-démarche-qualité/)

### Contact FNOTSI :

Romain LE PEMP – [romain.lepemp@offices-de-tourisme-de-france.org](mailto:romain.lepemp@offices-de-tourisme-de-france.org) – tél. : 01 44 11 10 35