

COMMENT UN OT DOIT PROCEDER POUR OBTENIR LA MARQUE QUALITE SUD DE FRANCE



Les pré-requis pour un office de tourisme pour obtenir la marque Qualité sud de France :

- Etre certifié AFNOR NF Services
et/ou
- Avoir la marque Qualité Tourisme

Les critères, tirés des objectifs nationaux qualité, sont vérifiés par la FROTSI Languedoc-Roussillon, voici la liste :

2. ENGAGEMENTS ENVERS LES SOCIO-PROFESSIONNELS

2.2 Les sociaux professionnels sont représentés dans l'organe décisionnel de l'OT

2.5.4 L'OT sensibilise les socioprofessionnels aux démarches qualités de leurs filières

3. ENGAGEMENTS ENVERS LES RESEAUX INSTITUTIONNELS DU TOURISME

3.6 L'OT participe aux campagnes d'enquêtes

3.8 Il 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)

4. ENGAGEMENTS ENVERS LES VISITEURS

4.4.7 L'office de tourisme met à la disposition du client un endroit où il peut s'asseoir pour consulter la documentation et prendre des notes

4.4.9 Une signalétique claire, visible, homogène et en bon état doit être en place au niveau des parties communes (comptoirs de réception, sanitaires, ...)

4.6.3 L'attente ne devrait pas excéder 6 minutes

4.8.4 Facturation efficace : remise d'un reçu ou facture ou ticket de caisse si demandé par le client

4.16.5 S'il existe un pré-décroché automatique ou un répartiteur d'appel, l'OT évite les sous menus trop nombreux (3 ou 4 maximum)

5. ENGAGEMENTS EN INTERNE A L'OT

L'OT établi un manuel qualité comprenant les procédures nécessaires adaptées aux services et permettant d'assurer la continuité de la qualité du service.

5.8.6 Les chapitres suivants sont détaillés : la boutique

5. 13 Les bilans (synthèse et analyse) et les actions mises en œuvre sont transmis à l'UDOTSI ou à la FROTSI (si animation qualité)

6. LA BOUTIQUE

Les articles sont choisis en tenant compte des critères spécifiques suivants :

6.2.3 La politique de choix des produits (territoire, région, éthique...).

6.4.3 Un ticket de caisse ou un reçu est émis pour chaque vente.

6.4.4 Des emballages cadeau sont disponibles sur demande ainsi que des sacs en papier.

La satisfaction :

Etape	FNOTSI	FROTSI	CRT	UDOTSI
Candidature et demande d'audit	X FNOTSI informe FROTSI	X Envoi des infos. à l'OT		
Agrément Qualité Tourisme	X FNOTSI informe FROTSI	X		
Audit		X La FROTSI audite l'OT		
Agrément Qualité Sud de France		X récupère les fichiers remplis et instruis les dossiers pour passage en commission. Informe l'UDOTSI et l'OT de l'agrément	X	

- Un questionnaire Qualité Sud de France/Qualité Tourisme spécifique sur la base du questionnaire national FNOTSI (retour lettre T + Internet),

- Saisie en ligne des questionnaires par le CRT et la FROTSI,

- Synthèse annuelle des questionnaires envoyés par le CRT à la FROTSI ? à l'UDOTSI et à l'OT,

- Transmission de la synthèse par la FROTSI à la FNOTSI ;

Les réclamations :

- Réception des réclamations au CRT, elles sont ensuite transmises à la FROTSI.

- La FROTSI :

- Vérifie le fondement et la transmet à l'OT,
- Propose une action correctrice et informe le CRT de l'action éventuelle
- Transmet une copie à l'UDOTSI.

Promotion :

- La FNOTSI et la FROTSI véhiculeront la marque Qualité sud de France dans leurs outils de promotion,

- Le CRT fournira différents supports de communication et insèrera la marque dans ces supports.

Animation :

Il y aura des animations et des formations pour les adhérents à la marque qualité Sud de France.

Perte de la marque :

La perte de la marque Qualité Tourisme implique la perte de la marque Qualité Sud de France.

Le dossier de candidature :

Les frais d'instruction du dossier seront de 90 euros par structure à régler à la FROTSI.

Renseignements auprès de la FROTSI :

**FROTSI Languedoc-Roussillon/Andorre
954 960 avenue Jean Mermoz
Immeuble l'ACROPOLE
34 000 MONTPELLIER**

Site du Comité Régional du Tourisme :

www.qualite-sudfrance.com