



# GUIDE DE LA MARQUE QUALITE TOURISME™ POUR LA FILIERE DES OFFICES DE TOURISME

**Guide à destination des Offices de Tourisme,  
des Relais Territoriaux référent-es qualité  
et des auditeurs-trices.**

**8 mars 2021**

# INTRODUCTION

---

Ce guide destiné aux Offices de Tourisme, Référents qualité et Relais Territoriaux du réseau de la fédération ADN Tourisme, Cabinets agréés pour les visites mystère et Auditeurs agréés, a pour objectif de préciser les modalités de mise en œuvre de la marque QUALITE TOURISME™ au sein de la filière des Offices de Tourisme. Concernant les Offices de Tourisme, il concerne principalement les offices « accompagnés » par un Relais Territorial ou ADN Tourisme. Les engagements spécifiques de l'office de Tourisme « autonome », qui fait le choix de ne pas être accompagné sont précisés au point 6.2.

Il a été rédigé par la Commission Qualité d'ADN Tourisme composée de référents qualité et relais territoriaux du réseau et d'offices de Tourisme, relu en concertation avec des Offices et Tourisme et les auditeurs et cabinets Visite mystère agréés et soumis pour commentaires et validation à la Direction générale des Entreprises.

Que toutes et tous soient chaleureusement remercié-es pour leur contributions.

Ce guide est complémentaire des guides relatifs aux audits et référentiels édités par la Direction Générale des Entreprises et est conforme aux documents de référence :

- [Le règlement d'usage de la Marque Qualité Tourisme™](#)
- [Le Guide méthodologique des audits et des filières dans le cadre des audits réalisés pour Qualité Tourisme™](#)
- [Le Guide de calcul des audits Qualité Tourisme™](#)
- [Les 6 étapes de la labellisation des professionnels accompagnés](#)

Les principales évolutions de la Marque Qualité Tourisme™ applicable à la filière des Offices à compter du 1<sup>er</sup> octobre 2019 :

## 1. Le référentiel :

Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2019, [un nouveau référentiel](#) est applicable à la filière des Offices de Tourisme.

Il comprend des critères propres à l'audit complet et des critères propres à la visite mystère.

Il a été actualisé en juillet 2020 afin d'intégrer des critères de « réassurance sanitaire ».

L'ancien référentiel sous format excell d'Offices de Tourisme de France, et les annexes associées ne sont donc plus applicables depuis octobre 2019.

## 2. Les modalités d'audit :

Jusqu'au 1<sup>er</sup> octobre 2019, la conformité aux critères de la Marque Qualité Tourisme était appréciée **lors d'un audit planifié** selon le référentiel national d'Offices de Tourisme de France et réalisé par des auditeurs agréés, ou selon le référentiel NF Service Offices de Tourisme par Afnor Certification (L'équivalence avec la Certification NF Service modifiée en octobre 2019 est suspendue depuis juillet 2020 à l'initiative d'Afnor).

Dans l'objectif de faire évoluer la démarche et de recentrer l'écoute client et l'évaluation de l'accueil au cœur de l'audit, lors du Comité national de Gestion de la Marque Qualité Tourisme™ animée par la Direction Générale des Entreprises – Sous-Direction du Tourisme le 23 septembre 2019, il a été décidé de procéder à **2 évaluations complémentaires tous les 5 ans au sein de cette filière :**

- Visite en client mystère : Des tests mystère à distance et une visite client-mystère sur le Bureau d'accueil principal et sur les Bureaux d'accueil secondaires le cas échéant, réalisés par des cabinets indépendants agréés par ADN Tourisme
- Audit complet : des tests mystère à distance et un audit complet planifié sur le seul Bureau d'accueil principal, réalisés par des auditeurs indépendants agréés par ADN Tourisme.

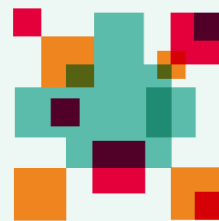
### **3. La décision d'attribution ou de renouvellement de la labellisation (droit d'usage de la Marque)**

- Jusqu'au 1<sup>er</sup> octobre 2019, l'attribution ou le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme™ étaient décidés par Offices de Tourisme de France (qui disposait d'une délégation de la DGE en sa qualité de Partenaire national).
- La décision de labellisation est désormais prise par la Direction Générale des Entreprises – Sous-Direction du Tourisme après avis motivé du Relais Territorial ou de la fédération ADN Tourisme (pour les OT en « zone blanche » sans relais territorial de proximité).

### **4. L'utilisation du portail Qualité Tourisme™ de la Direction Générale des Entreprises**

Ce [portail](#) permet l'enregistrement des offices, leur publication sur le site officiel de la Marque une fois labellisé, la saisie des auto-évaluations, pré-audits et audits, la mise à disposition d'un questionnaire de satisfaction et la notification de l'attribution ou de la résiliation du droit d'usage de la Marque de façon dématérialisée. Chaque office peut disposer d'un login et mot de passe afin d'y accéder de façon sécurisée.

# PLAN DU GUIDE



**Introduction** : Les objectifs du guide et les principales évolutions de la Marque Qualité Tourisme™ pour la filière des Offices de Tourisme en octobre 2019.

1. La préparation de la labellisation Qualité Tourisme™
2. La candidature pour l'obtention et le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme™
  - a. Les pré-requis
  - b. Le dépôt et l'examen de la candidature
3. Les audits : visites mystère et audits complets
  - a. La planification et l'articulation des visites mystère et audits complets
    - Les audits d'adhésion
    - Les audits de renouvellement
  - b. Les bureaux à auditer en visites mystère et audits complets
    - Les visites mystère
    - Les audits complets
  - c. Les missions et activités à auditer
    - Les critères à auditer en visite mystère et en audit complet
    - Les précisions sur les « services complémentaires » : boutique, organisation d'événement et commercialisation
  - d. La sélection des cabinets et auditeurs agréés
  - e. Le déroulement des visites mystère et des audits complets
    - La durée des audits complets
    - Le tableau de synthèse du déroulement des visites mystère et des audits complets
    - Les précisions sur les modalités de rattrapage des critères
4. L'attribution et le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme™
  - a. L'inscription de l'office à une commission de la DGE par le Relais Territorial ou ADN Tourisme
  - b. Les décisions de la DGE
5. La communication et la promotion de la démarche qualité et de la Marque Qualité Tourisme™
  - a. La communication auprès du Grand Public
  - b. Les modifications au sein de l'Office de Tourisme labellisé
  - c. La communication auprès des socio-professionnels
6. Le suivi intermédiaire sur le cycle de la labellisation
7. Les annexes

# 1. LA PREPARATION DE LA LABELLISATION

---

Le référentiel Qualité Tourisme pour la filière des Offices de Tourisme est accessible sur le site de la Marque Qualité Tourisme : [référentiels pour les visites mystère et pour les audits complets](#)

Lors de leur préparation à la labellisation, les offices de Tourisme ont la **possibilité de réaliser sur le portail Qualité Tourisme de la DGE un diagnostic ou auto-évaluation pour identifier leurs points forts et points d'amélioration, et bâtir un plan d'actions.**

Les Relais territoriaux ou ADN Tourisme (pour les Offices en « zone blanche » ne disposant pas de relais de proximité) communiquent à l'office son « nom d'utilisateur » (= un numéro) pour accéder au portail après création d'une fiche pour chaque Office.

Avant ou après labellisation, un tutoriel est à disposition sur l'espace adhérent ADN Tourisme (rubrique Démarche de progrès/Qualité Tourisme) pour faciliter cette auto-évaluation selon les critères souhaités (visite mystère ou audit complet).

Les offices disposent de 6 mois après l'avoir initiée pour compléter ou modifier cette auto-évaluation et au-delà doivent en créer une nouvelle. Chaque auto-évaluation peut concerner jusqu'à 5 BIT, un nouveau rapport est à créer au-delà.

L'accompagnement en amont des offices candidats à la Marque peut être réalisé par les Relais Territoriaux référents qualité selon leur offre d'accompagnement, ou par des cabinets indépendants.

# 2. LA CANDIDATURE POUR L'ATTRIBUTION ET LE RENOUELEMENT DE LA MARQUE

---

## ■ 2.1. LES PRE-REQUIS POUR LA CANDIDATURE

Conformément au règlement d'usage de la Marque Qualité Tourisme™, **les pré-requis communs à l'ensemble des établissements**, pour l'obtention ou le renouvellement de la Marque portent sur :

- la déclaration sur l'honneur de la conformité aux exigences réglementaires de l'activité par le responsable légal ou le référent qualité de l'Établissement accompagné au travers de la validation des conditions générales d'utilisation du Portail,
- un résultat d'audit supérieur ou égal à 85% après un audit externe réalisé conformément au Guide méthodologique des audits et des filières,
- la mise en œuvre d'une écoute client conformément aux critères de l'écoute client précisés dans le Guide méthodologique des audits et des filières.

**A NOTER :** Les Offices de Tourisme candidats à la Marque doivent accepter les Conditions générales d'Utilisation et le Règlement d'Usage de la Marque Qualité Tourisme lors de leur 1<sup>ère</sup> connexion sur le [portail Qualité Tourisme](#).

**Les Offices de Tourisme doivent également disposer d'un classement à jour.**

Le classement d'un Office peut être obtenu dans les 6 mois suivant la décision d'attribution ou de renouvellement de la Marque Qualité Tourisme™ par la Direction Générale des Entreprises.

ADN Tourisme s'assure de cette obtention et à défaut résilie le droit d'usage de la Marque.

(Pour information sur [l'arrêté du 16 avril 2019](#) fixant les critères de classement des offices de tourisme.)

Il est également à noter que pour être classé en catégorie I, l'Office « est certifié ou détenteur d'une marque sur la base d'un référentiel national ou international relatif à la qualité de service se caractérisant par un dispositif de reconnaissance par tierce partie ».

**En complément, des prérequis propres au réseau des Offices de Tourisme ont également été définis :**

- La demande d'audit doit se faire après au minimum 6 mois de fonctionnement de la démarche qualité (application des dispositions d'organisation, mise en place de l'écoute client, enregistrements, compte rendu du Groupe Qualité de Destination...).
- La direction promeut la démarche qualité en interne
- Le/a directeur-trice ou le responsable de l'Office de Tourisme, ne peut pas être le responsable qualité, sauf pour une structure employant 3 Equivalents Temps Plein ou moins.

## ■ 2.2. LE DEPOT DE LA CANDIDATURE ET SON EXAMEN

En adhésion (1<sup>ère</sup> obtention de la marque, ou après une suspension) ou en renouvellement, l'Office dépose sa candidature auprès d'ADN Tourisme directement sur [son site internet](#) sur [l'espace adhérent d'OTF](#) (avec les codes d'accès « accueil »).

Cette candidature n'est pas nécessaire pour la réalisation des visites mystères réalisées à la suite d'un audit en 2018 ou 2019.

**Un seul dépôt de dossier est fait pour un cycle de 5 ans :**

- En adhésion, lors de la sélection du cabinet visite mystère ou au plus tard un mois avant la date prévue pour l'audit complet
- En renouvellement, au plus tard un mois avant la date prévue pour l'audit complet

**Les documents à télécharger sont les suivants :**

- Formulaire de candidature complété et signé
- Le contrat de suivi complété et signé uniquement si le suivi n'est pas réalisé par le Relais Territorial (contrat à solliciter auprès d'ADN Tourisme avant dépôt du dossier)
- Documents réglementaires et administratifs :
  - Statuts de l'Office de Tourisme
  - Arrêté de classement de l'Office de Tourisme (le cas échéant, préciser si en cours d'obtention ou de renouvellement)
  - La convention d'objectifs (si existante)
- Documents relatifs à l'organisation qualité :
  - La stratégie et les objectifs de l'Office de Tourisme (cf crit n°161)
  - Le plan d'actions opérationnel (cf crit n°163)
  - La synthèse des indicateurs d'activité (cf crit n°164)
  - Les éléments expliquant l'architecture de la structure documentaire selon la forme retenue au sein de l'Office (ex : impression écran du cloud, tableau ou liste des documents qualité...) (cf crit n°153)
  - Le dernier compte rendu du Groupe Qualité de Destination (cf crit n°155)
  - L'organigramme de l'Office de Tourisme

ADN Tourisme réceptionne et effectue la vérification des pièces du dossier de candidature et facture des frais de dossier définis selon la catégorie de l'office (montants à jour à consulter sur l'Espace adhérents du site ADN Tourisme).

# 3. LES VISITES MYSTERES ET AUDITS COMPLETS

## ■ 3.1. LA PLANIFICATION ET L'ARTICULATION DES VISITES MYSTERES ET AUDITS COMPLETS

La coordination des Offices avec leur Relais Territorial pour la planification et le choix du calendrier le plus adapté est à privilégier pour :

- offrir aux relais territoriaux l'opportunité de regrouper l'organisation des audits de plusieurs offices de leur territoire afin de mutualiser les frais de déplacement ou négocier les coûts,
- assurer une plus grande cohérence avec les modalités de suivi de la labellisation sur un cycle de 5 ans (cf pt6).

En phase d'adhésion ou de renouvellement, l'Office et le Relais Territorial s'il coordonne la planification, **seront vigilants sur le délai nécessaire entre la/les visites mystère et l'audit complet afin de permettre la réalisation et la finalisation du rapport et la mise en oeuvre d'un plan d'actions suite au 1<sup>er</sup> audit (un délai minimum de 3 mois est conseillé entre chaque audit).**

### a) Les audits d'adhésion

Réalisent un audit « d'adhésion » ou « d'attribution » :

- les offices n'ayant jamais sollicité l'attribution de la Marque ou ceux nouvellement constitués, dont ni la structure principale ni aucun BIT ne dispose du droit d'usage de la Marque,
- les offices ayant dépassé l'échéance de renouvellement (jusqu'à 3 mois)

Le principe :

- Une (ou des) visite(s) mystère dans les 6 mois précédant l'audit complet

La mise en oeuvre :

- Privilégier la réalisation de la visite mystère au moins 3 mois avant l'audit complet afin de permettre la réalisation et la finalisation du rapport et la mise en oeuvre d'un plan d'actions suite à cette visite
- La visite mystère portant sur le Bureau principal et tout ou partie des bureaux secondaires indépendamment de leur durée d'ouverture sur l'année (cf 3.2), la planification tiendra compte des périodes d'ouverture des BIT pour s'assurer qu'ils soient effectivement ouverts à la période prévue.

Sur l'année 2020, compte tenu du contexte de crise sanitaire lié à la COVID 19, il est possible de réaliser l'audit complet avant la visite mystère (sous réserve de réaliser ensuite la visite mystère dans les 6 mois suivants l'audit complet).

### b) Les audits de renouvellement

En 2019, le cycle de labellisation est passé de 3 à 5 ans. Un calendrier a été défini afin de déterminer les modalités de transition et l'éventuelle extension de 3 à 5 ans, en fonction de la date du dernier audit réalisé au sein de l'office (et non en fonction de la date d'obtention ou de renouvellement de labellisation).

Note : Les OT certifiés NF Service audités en 2018 et 2019 sont également concernés par ce calendrier de transition s'agissant des visites mystère.

Ce calendrier a été adapté en juin 2020 dans le contexte de crise sanitaire liée à la COVID 19 afin d'offrir la possibilité aux offices s'ils le souhaitent de reporter leurs audits et visite mystères sur 2021 (cf modifications en vert) :

<u>Date du dernier audit</u>	<b>Date AUDIT COMPLET</b>	<b>Date VISITE MYSTERE</b>	<b>Date prochains audits (N+5)</b>
<b>2016</b>	2019	Au plus tard 31/12/2021	VM : au plus tard 2026 COMPLET : au plus tard 2024
<b>2017</b>	2020 <i>Possibilité de report en 2021</i>	Au plus tard 31/12/2022	VM : au plus tard 2027 COMPLET : au plus tard <del>2025</del> 2026
<b>2018</b>	Audit prévu en 2021 mais décalé jusqu'en 2023, avec une VM faite avant le <del>31/12/2020</del> 31/12/2021	Au plus tard <del>31/12/2020</del> 31/12/2021	VM : au plus tard <del>2025</del> 2026 COMPLET : entre 2026 et 2028
<b>2019</b> <small>(Jusqu'au 30/09 ancienne grille et à partir du 01/10 nouvelle grille)</small>	Audit prévu en 2022 mais décalé jusqu'en 2024 avec une VM faite avant le 31/12/2021	Au plus tard 31/12/2021	VM : au plus tard 2026 COMPLET : entre 2027 et 2029

A terme, sur un cycle « classique » de labellisation :

- Le principe :
  - un audit complet et une visite mystère sur un cycle de 5 ans
- La mise en oeuvre :
  - Réaliser l'audit complet à N+5 par rapport au mois de réalisation du précédent audit complet. L'audit complet portant sur le Bureau « Principal » en termes de fréquentation (cf 3.2), la planification tiendra compte des périodes d'ouverture du BIT accueillant le plus de visiteurs pour s'assurer qu'il soit effectivement ouvert à la période prévue.
  - Définir le cas échéant en concertation avec le Relais Territorial, sur les 5 ans la période la plus adaptée pour réaliser la visite mystère (à N+5 par rapport à la précédente visite mystère ou plus tôt avant l'audit de renouvellement pour mieux articuler et jouer la complémentarité des 2 audits)

Cas particulier des reports d'audits : Depuis octobre 2019, les décisions de labellisation sont prises par la Direction Générale des Entreprises et non plus par ADN Tourisme dans le cadre d'une délégation. A l'échéance de l'attribution de la marque, si un Office de Tourisme est dans l'impossibilité de repasser sa visite mystère ou son audit complet de renouvellement, ADN Tourisme n'est plus en mesure d'accorder des reports d'audits et maintiens provisoires de labellisation d'une durée de 6 mois (hors contexte exceptionnel lié à la Covid 19 sur 2020 justifiant une possibilité de report des audits sur 2021 selon les modalités définies avec la DGE).

## ■ 3.2. LES BUREAUX A AUDITER EN VISITE MYSTERE ET EN AUDIT COMPLET

### a) Les visites mystère

- Le bureau d'Accueil principal et les Bureaux d'accueil secondaires :
  - Le Bureau d'Information Touristique « principal » est le lieu d'accueil recevant du public défini selon la fréquentation la plus importante de l'office, et où sont mis en œuvre les engagements de service à auditer. Il peut être distinct du siège social administratif de l'office qui n'a pas à être audité.
  - Les Bureaux d'Information Touristique « secondaires » : Sous réserve des règles d'échantillonnage décrites ci-dessous, l'ensemble des BIT de l'office doivent être audités indépendamment de leur saisonnalité sans minimum de jours d'ouverture, et de leur effectif. Les BIT « hors les murs » sont concernés.



- Ne sont pas audités :
  - Les triporteurs
  - Les accueils « hors les murs » réservés à une certaine clientèle et dont l'accès est interdit aux personnes extérieures dont les auditeurs (ex : PRL ou résidence de tourisme)
  - Les Points « d'information » ou « documentation » **ne proposant que la simple mise à disposition d'informations (brochures et/ou tablette numérique) sans aucun conseil en séjour par du personnel de l'OT ou d'une autre structure (à contrario, si accueil physique, le PIT est audité).**
  
- **Les règles d'échantillonnage des Bureaux d'Information Touristique :**

Le nombre de BIT de référence inclut l'intégralité des BIT.

Lors du choix des BIT à auditer, **les BIT situés sur des stations classées sont choisis en priorité.**

L'échantillon des BIT audités en visite mystère est **choisi par le Relais territorial, ADN Tourisme et l'auditeur selon ces critères : fréquentation, nombre d'heures d'ouverture annuel, résultats du pré-audit, BIT audités lors du cycle précédent.**

Lorsque le nombre de visites mystère est supérieur à 5, les visites mystère peuvent être échelonnées sur la durée de labellisation.

Le nombre de BIT à auditer est défini selon l'échantillonnage suivant :

BIT EN PLUS DE LA STRUCTURE PRINCIPALE	NOMBRE DE VISITES MYSTERE (INCLUANT LA STRUCTURE PRINCIPALE)	COMMENTAIRES
1	2	
2	3	
3	4	
De 4 à 9	5	
De 10 à 11	6	Possibilité d'effectuer la 6ème visite mystère complémentaire en année n+3
De 12 à 15	7	
De 16 à 17	8	
De 18 à 19	9	
De 20 à 21	10	Obligation d'effectuer les visites mystères complémentaires échelonnées en année n+3
si + de 21	50% des BIT	Et toujours la structure principale

#### b) Les audits complets

Le principe :

- Lors de l'audit complet sera seul audité le BIT « principal » : **le lieu d'accueil recevant du public défini selon la fréquentation la plus importante de l'office, et où sont mis en œuvre les engagements de service à auditer.** Il peut être distinct du siège social administratif de l'office qui n'a pas à être audité.

A titre exceptionnel et en concertation avec le Relais Territorial, si le BIT accueillant le plus de public est un BIT saisonnier fermé au public à la date de l'audit complet ou si la configuration des locaux ne le permet pas, l'audit complet pourra être réalisé sur un bureau avec une fréquentation moindre.

### ■ 3.3. LES MISSIONS ET ACTIVITES A AUDITER

a) Les chapitres [du référentiel](#) à auditer en visites mystère et audit complet :

VISITE MYSTERE	AUDIT COMPLET
<p><b>PROMOTION / COMMUNICATION</b></p> <p>Présence numérique</p>	<p><b>PROMOTION / COMMUNICATION</b></p> <p>Présence numérique</p>
<p><b>STRATEGIE D'ACCUEIL</b></p> <p>Accueil téléphonique            Les abords de l'établissement et la signalétique            Les affichages extérieurs            L'espace d'accueil            Accueillir et informer            La documentation sur la destination</p>	<p><b>STRATEGIE D'ACCUEIL</b></p> <p>Accueil téléphonique            Les abords de l'établissement et la signalétique            Les affichages extérieurs            L'espace d'accueil            Accueillir et informer            La documentation sur la destination</p>
<p><b>LE SUIVI DE LA QUALITE ET LA FIDELISATION DU CLIENT</b></p> <p>Le suivi de la satisfaction            Le suivi des réclamations</p>	<p><b>LE SUIVI DE LA QUALITE ET LA FIDELISATION DU CLIENT</b></p> <p>Le suivi de la satisfaction            Le suivi des réclamations</p>
<p><b>DEVELOPPEMENT DURABLE</b></p> <p>Les actions liées au développement durable            Les informations liées au développement durable</p>	<p><b>DEVELOPPEMENT DURABLE</b></p> <p>Les actions liées au développement durable            Les informations liées au développement durable</p>
<p><b>PROMOTION QUALITE TOURISME</b></p> <p>Promotion Qualité Tourisme</p>	<p><b>PROMOTION QUALITE TOURISME</b></p> <p>Promotion Qualité Tourisme</p>
<p><b>LES SERVICES COMPLEMENTAIRES</b></p> <p>La boutique</p>	<p><b>DISPOSITIONS POUR ASSURER LA QUALITE DES SERVICES</b></p> <p>Dispositions pour assurer la qualité des services            Groupe Qualité de Destination</p>
	<p><b>ENGAGEMENTS INTERNES ET ENVERS LA COLLECTIVITE</b></p> <p>Engagements interne et envers la collectivité</p>
	<p><b>LES DISPOSITIONS DE MANAGEMENT</b></p> <p>Gestion des Ressources humaines            Communication interne            Dispositions de management</p>
	<p><b>LES SERVICES COMPLEMENTAIRES</b></p> <p>La boutique            Organisation d'événement            Commercialisation</p>

## **b) Les précisions sur les « Services complémentaires »**

### **▪ Le chapitre « boutique » (à auditer en visite mystère et en audit complet) :**

Ce chapitre s'applique sur le BIT principal (et/ou sur les BIT ou PIT secondaires le cas échéant) dès lors que l'OT propose à la vente des objets et articles à vocation touristique pour promouvoir la destination.

Le chapitre ne s'applique pas si la boutique ne propose qu'un nombre restreint de références tous articles confondus (moins de 20 références annuellement, hors cartes postales).

(Le chiffre d'affaires réalisé précédemment pris en compte dans l'ancienne version du référentiel n'est plus à considérer).

### **▪ Le chapitre « Organisation d'événement » (à auditer en audit complet) :**

Ce chapitre s'applique pour l'organisation :

- d'évènement(s) « d'envergure » :
  - à caractère ponctuel ou exceptionnel sur le territoire de type culturel, sportif, loisir ou économique
  - et dont le financement est inscrit au budget de l'Office de Tourisme (et non à celui de la collectivité)
  - et qui attire une clientèle touristique à l'échelle départementale, régionale ou nationale
- ou d'au moins 5 animations dans l'année (ex : concerts du soir, vide greniers, marchés nocturnes etc...hors pots d'accueil), même s'il s'agit du même type d'animation.

### **▪ Le chapitre « Commercialisation » (à auditer en audit complet) :**

Ce chapitre s'applique :

- Pour les produits et prestations touristiques si l'Office de Tourisme est immatriculé, met en œuvre la commercialisation et crée des produits packagés.
- Ou pour la vente de billetterie pour des prestations locales et/ou de visites guidées si l'Office de Tourisme propose plus de 15 références de billets annuellement.

## **■ 3.4. LA SELECTION DES CABINETS ET AUDITEURS AGREES**

**Les listes des cabinets pour réaliser les visites mystère et la liste des auditeurs pour les audits complets agréés par ADN Tourisme sont disponibles sur l'espace adhérent du site [www.adn-tourisme.fr](http://www.adn-tourisme.fr).**

Si l'Office de Tourisme est accompagné par un Relais Territorial, le choix de l'auditeur-trice agréé-e et du cabinet visite mystère agréé sur les listes mises à disposition et l'organisation de l'audit ou de la visite mystère sont réalisés en concertation entre l'Office de Tourisme et le Relais Territorial (afin le cas échéant de mutualiser les frais de déplacement entre plusieurs offices).

Si l'Office de Tourisme est sur une zone « blanche » non couverte par un Relais Territorial, il sélectionnera l'auditeur-trice agréé-e et le cabinet visite mystère sur les listes mises à disposition et en informera ADN Tourisme afin de renseigner le portail de la DGE.

Une **fiche d'information est à disposition des offices** afin de la transmettre aux cabinets visite mystère lors de la sollicitation d'un devis et faciliter la rédaction d'une offre adaptée (cf annexe n°1).

**Le cabinet agréé (et ses auditeurs : salariés ou sous-traitants) et les auditeurs agréés s'engagent :**

- à ne pas auditer les Offices de Tourisme qu'il accompagne dans une démarche qualité individuelle ou collective (ni lui, ni les autres salariés ou associés de la structure dans laquelle il travaille)
- à ne pas avoir de contrat en cours avec l'Office de Tourisme et/ou sa collectivité de tutelle ;
- à n'être ni salarié, ni administrateur d'ADN Tourisme, d'un Office de Tourisme ou d'un Relais Territorial.

**Ne pourront être affectés sur la visite mystère ou l'audit complet :**

- un(e) auditeur-trice ayant déjà audité l'office ou l'un de ses Bureaux d'Information Touristique lors d'un précédent audit ou pré-audit dans le cadre de la Marque Qualité Tourisme <sup>TM</sup>,
- ou un(e) auditeur-trice agréé-e retenu-e pour réaliser l'audit complet ultérieur.

Un Office ou son Relais Territorial ne peut donc sélectionner un cabinet qui ne peut satisfaire aux engagements ci-dessus.

**■ 3.5. LE DEROULEMENT DES VISITES MYSTERE ET AUDITS COMPLETS**

**a) La durée des audits complets**

- Un jour sur site sur le BIT principal (cf3.2) pour un Office de Tourisme ne disposant pas de « services complémentaires »
- 1,5 jour sur site sur le BIT principal (cf3.2) pour un Office de Tourisme disposant de tout ou partie de ces services : Boutique, organisation d'événement, commercialisation (cf 3.3 b)

**b) Synthèse du déroulement des visites mystère et audits complets (de la préparation à la décision d'attribution ou renouvellement)**

Cf tableau ci-dessous

**Note : Les points comportant un astérisque (\*) concernent les modalités de rattrapage des critères et sont précisés sous cette synthèse.**

		VISITE MYSTERE	AUDIT COMPLET
PREPARATION DES AUDITS	1.1	L'Office de Tourisme (ou le Relais Territorial en concertation avec l'OT le cas échéant) <b>sollicite(nt) un/des devis auprès de cabinet(s) d'audit « client-mystère » agréés inscrits sur la liste nationale établie par ADN Tourisme. La période « cible » de réalisation ne peut être inférieure à un mois.</b> Afin de préparer et adapter son offre, le cabinet s'assure de disposer des éléments nécessaires (cf. liste en annexe n°1 afin de déterminer le nombre et la localisation des Bureaux d'Information Touristique (BIT) à auditer et les tests à réaliser). L'Office de Tourisme ou le Relais Territorial en concertation avec l'OT (le cas échéant) sélectionne(nt) un cabinet d'audit « client-mystère » sur la base du/des devis proposés. Après sélection et acceptation du devis, le cabinet confirme en amont du 1 <sup>er</sup> audit la/les dates ou période d'audit à l'organisme accompagnant l'Office (Relais Territorial ou ADN Tourisme) et non pas à l'office lui-même afin de préserver le caractère « mystère » des visites.	L'Office de Tourisme (ou le Relais Territorial en concertation avec l'OT le cas échéant) <b>sollicite(nt) un/des devis auprès des auditeurs-trices agréés inscrits sur la liste nationale établie par ADN Tourisme.</b> Afin de préparer et adapter son offre, l'auditeur-trice s'assure de disposer des éléments nécessaires (notamment les « services complémentaires » à auditer pour définir la durée d'audit). L'Office de Tourisme (ou le Relais Territorial en concertation avec l'OT le cas échéant) sélectionne(nt) un auditeur-trice sur la base du/des devis proposés.
	1.2	En adhésion ou renouvellement, l'Office de Tourisme dépose sa candidature auprès d'ADN Tourisme directement sur <a href="#">son site internet</a> selon les modalités décrites au chapitre 2.2 du présent guide (avant la visite mystère ou l'audit complet selon le cycle de labellisation). ADN Tourisme réceptionne et effectue <b>la vérification des pièces du dossier de candidature et facture des frais de dossier.</b>	
	1.3	Le Relais Territorial ou ADN Tourisme (pour les OT en zone blanche) <b>rattachent le cabinet ou l'auditeur-trice sélectionné-e</b> sur la fiche établissement de l'Office sur le <a href="#">portail de la DGE</a> et après finalisation du 1 <sup>er</sup> rapport, ils modifient le cas échéant le nom du cabinet ou de l'auditeur-trice en cas d'audits consécutifs.	
AUDIT DOCUMENTAIRE	2.1	x	L'auditeur-trice <b>sollicite l'envoi de documents</b> au moins un mois avant la date de l'audit complet et réalise une revue documentaire (à minima les documents réglementaires et administratifs et les documents relatifs à l'organisation qualité de la candidature listés au point 2.2).
REALISATION DE L' AUDIT EN CLIENT MYSTERE ET DE L' AUDIT COMPLET REDACTION DU RAPPORT ET RATTRAPAGE	2.2	L'auditeur-trice effectue <b>les tests à distance</b> selon les différents canaux afin de s'assurer du respect des critères du référentiel (téléphone, mail, réseaux sociaux etc.) conformément au tableau en annexe n°2 qui précise les modalités de réalisation des tests à distance.	L'auditeur-trice effectue <b>les tests à distance</b> selon les différents canaux afin de s'assurer du respect des critères du référentiel (téléphone, mail, réseaux sociaux) conformément au tableau en annexe n°2 qui précise les modalités de réalisation des tests à distance.
	2.3	L'auditeur-trice <b>réalise la visite en client mystère de l'accueil du ou des Bureaux d'Information Touristique (BIT) selon les règles d'échantillonnage</b> (cf chapitre 3.2). Les visites débutent sur les Bureaux d'Information Touristique secondaires et finissent sur le Bureau d'Information Touristique principal si le-a Directeur-trice et le-a Responsable qualité sont basé-es sur ce site (à défaut, le dernier BIT audité sera celui sur lequel l'audit en dévoilé et le débriefing pourront être réalisés).	L'auditeur-trice réalise <b>l'audit complet sur le BIT principal</b> (interview des différentes personnes impliquées dans le respect des engagements du référentiel, observation et examen documentaire le cas échéant) selon le plan d'audit envoyé en amont. L'audit porte sur le cycle précédent l'audit.

2.4	L'auditeur-trice <b>audite en dévoilé</b> les critères non observables en mystère à l'issue de la visite mystère sur le BIT principal. Il/elle examine les documents de preuve ou enregistrements pertinents selon les critères.	x
2.5	<b>L'auditeur-trice réalise un débriefing</b> en présence du Directeur-trice de l'Office de Tourisme et/ou du (de la) Responsable Qualité. Lors de cette réunion, l'auditeur-trice présente les points forts et points d'amélioration. A cette étape, l'Office n'est pas détenteur de la Marque Qualité Tourisme™ ou renouvelé.	<b>L'auditeur-trice réalise une réunion « de clôture »</b> sur le BIT principal en présence du Directeur-trice de l'office et du Responsable Qualité à minima. Lors de cette réunion, l'auditeur-trice présente les points forts, points d'amélioration, points sensibles et le cas échéant le tableau de suivi des écarts. A cette étape, l'Office n'est pas détenteur de la Marque Qualité Tourisme™ ou renouvelé.
2.6	<b>L'auditeur-trice rédige sur le portail Qualité Tourisme le rapport</b> pour l'ensemble des BIT dans les 7 jours à l'issue du débriefing de la dernière visite si celles-ci sont concentrées sur la même période (ou au fur et à mesure si ces visites sont réparties dans le temps, en cas d'échantillonnage d'un nombre important de BIT par exemple). L'auditeur-trice ne donne pas d'avis sur la labellisation dans le rapport. Il n'est pas nécessaire de rattacher les enregistrements des tests mystère audio (ou vidéo le cas échéant).	<b>L'auditeur-trice rédige sur le portail Qualité Tourisme le rapport</b> dans les 7 jours à l'issue de l'audit complet et le cas échéant rattache le tableau de suivi des écarts sur l'onglet « audit ». L'auditeur-trice ne donne pas d'avis sur la labellisation dans le rapport. Il n'est pas nécessaire de rattacher les enregistrements des tests mystère audio.
2.7	A l'issue de la rédaction du rapport, <b>quel que soit le taux de conformité (supérieur ou inférieur à 85%), l'auditeur-trice ou le cabinet informe l'Office de la mise à disposition du rapport provisoire</b> sur le portail pour relecture et commentaires éventuels, et l'invite à lui adresser les éléments de preuve justifiant de la réalisation effective d'actions correctives portant sur les critères rattrapables*.	A l'issue de la rédaction du rapport, <b>quel que soit le taux de conformité (supérieur ou inférieur à 85%), l'auditeur-trice informe l'Office de la mise à disposition du rapport provisoire</b> sur le portail pour relecture et commentaires éventuels, et l'invite à lui adresser les éléments de preuve justifiant de la réalisation effective d'actions correctives portant sur les critères rattrapables. Il l'invite à compléter sous un mois le tableau de suivi des écarts*.
2.8	L'office de Tourisme adresse à l'auditeur <b>les éléments de preuve justifiant de la réalisation effective d'actions correctives portant sur les critères rattrapables dans le délai de 1 mois.</b> (Si le taux est supérieur à 85% et que l'office ne souhaite pas proposer d'actions correctives, il informe rapidement le cabinet qui valide le rapport définitif et bascule l'audit en « terminé »)*. Si les circonstances le justifient (ex : conditions sanitaires, maladie, indisponibilité temporaire), un délai supplémentaire jusqu'à 2 mois peut être accordé à l'office en concertation avec l'auditeur-trice.	<b>L'office de tourisme complète le tableau de suivi des écarts en indiquant les actions correctives mises en œuvre ou le plan d'action défini et adresse à l'auditeur-trice les éléments de preuve dans le délai de 1 mois.</b> Indépendamment du tableau de suivi des écarts, à l'initiative des Offices de Tourisme, des éléments de preuve justifiant de la réalisation effective d'actions correctives portant sur les critères rattrapables peuvent également être apportées dans ce même délai*. Si les circonstances le justifient (ex : conditions sanitaires, maladie, indisponibilité temporaire), un délai supplémentaire jusqu'à 2 mois peut être accordé à l'office en concertation avec l'auditeur-trice.
2.9	<b>L'auditeur-trice contrôle et apprécie la pertinence des éléments de preuve à distance et le cas échéant corrige le rapport provisoire</b> dans le délai de 7 jours après envoi des éléments par l'office et valide le rapport final (« audit terminé »)*.	<b>L'auditeur-trice contrôle et apprécie la pertinence des éléments de preuve à distance et complète le tableau de suivi des écarts, le rattache au portail et corrige en conséquence le rapport provisoire</b> (selon les modalités du chapitre suivant) dans le délai de 7 jours après envoi des éléments par l'office et valide le rapport final (« audit terminé »)*.

**Le Relais Territorial ou ADN Tourisme pour les OT en « zone blanche » examinent le rapport de la visite mystère et/ou de l'audit complet et sous réserve d'un taux de conformité général égal ou supérieur à 85% en adhésion ou renouvellement inscrivent l'Office à une commission mensuelle de la DGE via le portail.**

Si les 2 audits (visite mystère ou audit complet) sont réalisés à brève échéance (jusqu'à 3 mois l'un de l'autre), les 2 rapports seront inscrits lors de la même commission sinon, ils seront inscrits séparément.

**Le Relais Territorial donne un avis** (favorable, défavorable ou « ne se prononce pas »),  **motive cet avis et précise les « modalités de suivi »** (ex : modalités d'accompagnement proposées par le RT, vigilance sur certains points d'amélioration, suivi du plan d'actions défini pour tout ou partie d'une famille de critères selon les pourcentages atteints, suivi du tableau des écarts le cas échéant, rappel des prochaines échéances pour la visite mystère et/ou l'audit complet).

**La DGE examine le rapport et cet avis afin d'attribuer, ajourner, résilier ou maintenir le droit d'usage de la Marque Qualité Tourisme™.**

La notification de décision est téléchargeable sur le portail (en annexe, en cas d'avis favorable de la DGE, figurent les « modalités de suivi » indiquées par le Relais Territorial et les points d'amélioration identifiés par l'auditeur-trice dans son rapport).

En complément de la notification de la DGE et en cas d'avis favorable d'attribution ou de renouvellement, **un diplôme est adressé à l'Office par ADN Tourisme.**

## **c) Précisions sur les modalités de « rattrapage » des critères en visite mystère et en audit complet (cf tableau 2.7 à 2.9)**

### **▪ La définition d'un critère « rattrapable » et « non rattrapable »**

Selon le Guide de calcul des audits Qualité Tourisme de la DGE, « Chaque critère est identifié comme étant rattrapable ou non-rattrapable à court terme.

**Un critère rattrapable peut l'être sur « preuve » alors qu'un critère non rattrapable ne peut être modifié qu'avec une contre-visite de l'auditeur ».**

Le référentiel indique sous chaque critère s'il est « rattrapable » ou non.

Lors d'un audit (Visite mystère ou audit complet), la 5<sup>ème</sup> ou 6<sup>ème</sup> page du rapport présente la liste des critères « rattrapable » ou non pour l'OT dans le cadre de son plan d'actions ou plan d'amélioration.

### **▪ Les modalités de « rattrapage » à l'issue des visites mystère :**

Dans le cadre du « rattrapage », les auditeurs-trices réalisant les visites mystère examinent les documents de preuves : par ex, photos, documents, site internet....

Ils peuvent également être amenés à réaliser ponctuellement une nouvelle sollicitation à distance (sollicitation mail, sollicitation via les réseaux sociaux, ou appel téléphonique bien que les critères concernés soient en principe « non rattrapables » ) si elle est justifiée par des circonstances exceptionnelles et en concertation entre le Relais Territorial, ADN Tourisme et l'auditeur-trice.

L'auditeur-trice appréciera les éléments de preuve ou les résultats des nouveaux tests pour pouvoir le cas échéant modifier l'évaluation du critère dans le rapport.

S'il est nécessaire de refaire la totalité des tests à distance, une nouvelle visite mystère complète devra être organisée dans un délai défini par l'Office de Tourisme en « adhésion » et sous 3 à 4 mois en renouvellement.

### **▪ Les modalités de « rattrapage » à l'issue des audits complets :**

Le principe d'un « tableau de suivi des écarts » (cf annexe n°3 - remplaçant les anciennes fiches de Non-Conformité) est maintenu afin de :

- Parmi les critères du « plan d'actions » du rapport, attirer l'attention de l'OT sur les principaux écarts (ou non-conformité) présentant un risque important ou récurrentes, et nécessitant une action corrective immédiate ou la définition d'un plan d'actions
- S'assurer de la réalisation des actions correctives, ou de la définition d'un plan d'actions dans le délai d'un mois à la suite de la rédaction du rapport et du tableau de suivi des écarts
- Permettre en cas de levée de l'écart, le rattrapage de critères non validés lors de l'audit et l'augmentation du taux de conformité
- Faciliter le suivi intermédiaire et le suivi des actions correctives ou du plan d'actions

Afin de cibler les risques les plus importants, l'ensemble des critères non conformes et listés dans le plan d'actions en début de rapport ne nécessitent pas que l'auditeur-trice les intègre tous dans le tableau de suivi des écarts (il convient de privilégier les critères à fort coefficient).

Indépendamment des écarts figurant dans le tableau de suivi, à l'initiative de l'Office, des éléments de preuve justifiant de la réalisation effective d'actions correctives portant sur les critères rattrapables peuvent également être apportées dans le délai d'un mois (en utilisant également le même tableau).

Les auditeurs-trices peuvent également être amenés à réaliser ponctuellement une nouvelle sollicitation à distance (sollicitation mail, sollicitation via les réseaux sociaux, ou appel téléphonique bien que les critères concernés soient en principe « non rattrapables ») si elle est justifiée par des circonstances exceptionnelles et en concertation entre le Relais Territorial, ADN Tourisme et l'auditeur-trice.

La levée d'un écart, le rattrapage de critères et la modification de l'évaluation du rapport par l'auditeur-trice ne se justifient que pour les actions correctives effectivement réalisées sous un mois à la suite de l'envoi du rapport (un délai complémentaire peut être accordé en cas de circonstances exceptionnelles).

Le suivi des plans d'actions à plus long terme issus du tableau de suivi des écarts sera assuré par les Relais Territoriaux.



## 4. L'ATTRIBUTION ET LE RENOUVELLEMENT DE LA MARQUE QUALITE TOURISME™

### ■ 1. L'inscription de l'Office à une commission de la Direction Générale des Entreprises

L'office de Tourisme (et le Relais Territorial et/ou ADN Tourisme en copie) sont informés par un mail de la DGE de la finalisation du rapport.

Le Relais Territorial ou ADN Tourisme pour les Offices en « zone blanche » inscrivent l'Office à l'une des commissions mensuelles de la DGE (cf précisions au pt 3 du tableau en page 14).

Les modalités de suivi intermédiaire sont précisées par le Relais Territorial. Dans le cadre de ces modalités de suivi, il convient de rappeler l'importance de la définition par l'Office d'un plan d'actions sur les critères ou familles de critères (par ex famille ou chapitre inférieur à 85%) appelant une vigilance particulière et de préciser la prochaine échéance (visite mystère et audit complet).

Un tutoriel est à disposition des Relais Territoriaux sur l'espace adhérent du site ADN Tourisme afin de les aider lors de cette inscription.

### ■ 2. Les décisions de la commission de la Direction Générale des Entreprises

- En adhésion, le principe est l'examen des rapports de la visite mystère et de l'audit complet.
- En renouvellement, le principe est l'examen du rapport à la suite de l'audit complet organisé à N+5 par rapport à la date de réalisation du précédent audit.

Il existe 3 types de décisions en fonction du type de candidature (cf Guide « [Les 6 étapes de la labellisation des professionnels accompagnés](#) » de la DGE)

Type de candidature	Types de décision
En adhésion	•«Favorable» avec ou sans recommandation •«Défavorable» si le taux de conformité est inférieur à 85% •«Ajournement »
En renouvellement	•«Favorable» avec ou sans recommandation •«Résiliation» si le taux de conformité est inférieur à 85% •«Ajournement»

2 raisons peuvent engendrer une décision d'ajournement de la DGE :

- Une des conditions d'éligibilité à la Marque n'est pas respectée (à l'exception du taux de conformité minimal de 85% qui entraîne une décision défavorable ou de résiliation).
- Des faiblesses sont constatées dans le dossier notamment après un examen au cas par cas lorsque les résultats d'audit sont compris entre 85 et 90%.

Une nouvelle inscription en commission sera alors nécessaire (dans le second cas, un plan d'actions sera défini avec le Relais Territorial).

# 5. LA COMMUNICATION ET LA PROMOTION SUR LA DEMARCHE QUALITE ET LA MARQUE QUALITE TOURISME™

## ■ 1. LA COMMUNICATION AUPRES DU GRAND PUBLIC

**Avant obtention de la Marque, l'Office communiquera sur sa démarche qualité selon les critères du chapitre « Promotion Qualité Tourisme »**

- cf n°143 : communication sur la démarche qualité de l'OT et ses engagements clients
- et n°145 : l'explication de la démarche Qualité Tourisme™ sur le site internet et/ou l'existence d'un lien vers le site de Qualité Tourisme™).

L'Office est autorisé à communiquer sur l'obtention de la labellisation Qualité Tourisme™ à compter de la décision favorable de la DGE. Il est informé de cette décision par un mail envoyé depuis le portail permettant de télécharger la notification et son annexe.

À la suite de cette obtention, **l'Office de Tourisme doit communiquer sur l'obtention de cette marque**, via au minimum :

- **l'affichage de la plaque** Qualité Tourisme™ à l'entrée de l'établissement et des BIT
- **la présence du logo** Qualité Tourisme™ sur les supports papier (notamment dans la signature aux réponses aux demandes d'informations par mail) et sur le site internet

Ces points seront audités lors de l'audit de renouvellement de la marque.

L'Office de Tourisme peut se procurer la ou les plaque(s) Qualité Tourisme™ auprès de la boutique signalétique d'ADN Tourisme (toutes les informations sur le site [www.adn-tourisme.fr](http://www.adn-tourisme.fr)).

Le logo et la charte d'utilisation de la marque Qualité Tourisme™ sont à télécharger sur [l'espace pro du site Qualité Tourisme™](#).

## ■ 2. LES MODIFICATIONS AU SEIN DE L'OFFICE DE TOURISME LABELLISE

Toutes les modifications importantes au sein de l'Office de Tourisme détenteur de la Marque (statut juridique, fusion, absorption, agrandissement du territoire de compétence, déménagement d'un bureau, etc.) devront être signalées au Relais Territorial et à ADN Tourisme.

Celles-ci n'entraîneront pas la perte de la marque Qualité Tourisme™.

L'Office de Tourisme devra se mettre en conformité avec les critères du Référentiel en fonction de sa nouvelle organisation, le plus rapidement possible, sans attendre l'échéance de validité de la marque Qualité Tourisme™.

Dans le cas de fusion ou d'absorption, seules les structures ayant déjà la marque Qualité Tourisme™ pourront continuer à l'afficher à l'intérieur et à l'extérieur des locaux. Les Bureaux d'Information Touristique qui seraient créés en remplacement d'un Office de Tourisme qui ne détenait pas cette marque, ne pourront l'afficher qu'à la suite de l'audit de renouvellement.

## ■ 3. LA PROMOTION/COMMUNICATION AUPRES DES SOCIO-PROFESSIONNELS DU TERRITOIRE

Certains critères du chapitre « Promotion Qualité Tourisme » précisent les engagements de l'Office de Tourisme afin de valoriser les prestataires titulaires de la marque Qualité Tourisme sur le territoire et de mener des actions de sensibilisation sur la marque Qualité Tourisme™ auprès des socio-professionnels.

## 6. LE SUIVI INTERMEDIAIRE SUR LE CYCLE DE LABELLISATION

Les modalités de suivi intermédiaire dans le cadre de la Marque Qualité Tourisme™ au sein de la filière des Offices de Tourisme ont été revues au sein de la Commission Qualité animée par ADN Tourisme à la suite du passage du cycle de labellisation de 3 à 5 ans, et précisent les engagements de chaque partie : Offices de Tourisme accompagnés, Offices de Tourisme non accompagnés, Relais Territoriaux et ADN Tourisme.

La formalisation de ces engagements donne lieu à la signature d'une convention entre:

- les Relais Territoriaux et ADN Tourisme,
- l'Office de Tourisme accompagné et son Relais Territorial ou ADN Tourisme uniquement (pour les OT en zone blanche ne disposant pas d'un Relais Territorial référent qualité sur son territoire ou à proximité).

### ■ 6.1. LES ENGAGEMENTS DE L'OFFICE DE TOURISME « ACCOMPAGNE » PAR ADN TOURISME OU UN RELAIS TERRITORIAL DU RESEAU

- **Un audit complet et une (ou des) visite(s) mystère tous les 5 ans**
- **Tronc commun sur le cycle de labellisation dans le cadre du suivi intermédiaire :**

Le Référent Qualité de l'Office de Tourisme suit **un minimum de 4 actions de professionnalisation liées à l'animation de la Qualité réparties sur la période des 5 ans.**

La professionnalisation peut être validée :

- par la participation à des journées/actions d'information / d'animation Qualité Tourisme départementales, régionales ou nationales (ex : webinaires, club qualité, rencontres réseaux)
  - Ou par toute action de formation entrant dans le champ de la formation professionnelle continue
- **Une auto-évaluation est réalisée par l'Office de Tourisme avec production d'un plan d'actions sur l'ensemble des BIT à minima une fois sur les 5 ans** avant l'audit à blanc ou journée d'accompagnement et de conseil. Un tutoriel personnalisé pour les Offices de Tourisme est disponible sur l'espace adhérent du site ADN Tourisme ou auprès du Relais Territorial.
  - **Une journée de préparation à l'audit, sous la forme d'un audit blanc / d'une journée d'accompagnement et de conseil est réalisée en N4 ou N5.**

Cette journée pourra être réalisée par un Relais Territorial ou par un prestataire extérieur, au choix de l'Office de Tourisme.

Cet audit à blanc ou journée d'accompagnement et de conseil a pour objectif de s'assurer de la conformité au référentiel et de vérifier la mise en œuvre du plan d'actions depuis le précédent audit et visite mystère. Un rapport de pré-audit avec points forts, pistes d'amélioration et plan d'actions est rédigé à l'issue à partir du portail de la DGE.

Conformément au chap. 6.4 du [règlement d'usage de la Marque Qualité Tourisme™](#)

l'application de ces engagements dans le cadre du suivi intermédiaire est une obligation, et leur non-respect entraîne une résiliation du droit d'usage de la Marque.

L'Office de Tourisme « accompagné » transmet à la structure qui l'accompagne (Relais Territorial ou à ADN Tourisme en zone blanche non couverte par un Relais Territorial), les documents témoignant du respect de ces différents engagements au fur et à mesure de leur réalisation.

## ■ 6.2. LES ENGAGEMENTS DE L'OFFICE DE TOURISME « AUTONOME »

L'Office de Tourisme « autonome », qui fait le choix de ne pas être accompagné par un Relais Territorial ou par ADN Tourisme (sur les zones « blanches » non couvertes par un Relais Territorial), s'engage à mettre en œuvre une démarche qualité conforme au Règlement d'usage de la Marque Qualité Tourisme™ et accepte une fréquence d'audit obligatoire supérieure à celle des établissements accompagnés : Un audit complet et une (ou des) visite(s) mystère tous les 3 ans.

Conformément au règlement d'usage de la Marque Qualité Tourisme™, l'Office de Tourisme autonome choisira pour réaliser l'audit complet et la/les visite(s) mystère des cabinets agréés parmi ceux accrédités par le COFRAC pour l'inspection du classement des hébergements 4 et 5 étoiles et référencés par la DGE.

## ■ 6.3. LES ENGAGEMENTS DU RELAIS TERRITORIAL

Le Relais Territorial assure **la promotion de la Marque Qualité Tourisme auprès des Offices de Tourisme de son territoire.**

Le Relais Territorial informe les Offices de Tourisme de son territoire **sur son offre d'accompagnement et de suivi :**

- Il suit chaque Office de Tourisme et l'accompagne pour valider tous les engagements de l'Office de Tourisme accompagné tels que définis ci-dessus.  
ADN Tourisme se réserve le droit de demander au Relais Territorial une synthèse des suivis et la traçabilité des échanges et des documents recueillis. Si pour des raisons diverses, le Relais territorial ne peut plus assurer de manière efficiente et efficace le suivi Qualité, alors il devra le signaler à ADN Tourisme ainsi qu'aux Offices de Tourisme pour qu'ils réorganisent leur suivi de la Marque Qualité Tourisme et puissent poursuivre leur accompagnement.
- Le RT **organise des actions d'animation de la qualité qui concourent à la professionnalisation du ou des référents qualité des OT**
- Selon la stratégie définie, et les ressources et moyens dont il dispose, **le Relais Territorial peut également proposer des actions de suivi personnalisées en concertation avec les Offices de Tourisme de son territoire tout au long du cycle afin d'aider au déploiement du plan d'actions qualité du ou des Offices de Tourisme, par exemple, journées ou demi-journées d'accompagnement individuel ou collectif, à distance ou en présentiel** pouvant notamment comprendre :
  - Etude documentaire (ex : analyse de l'écoute client, bilan des actions, comptes rendus GQD, plan d'actions, suivi des indicateurs, conventions d'objectifs, statuts, plan de formation)
  - Soutien personnalisé selon les besoins de l'Office de Tourisme (ex : gestion documentaire du système qualité de l'Office de Tourisme)
  - Test mystère
  - Organisation d'audits ou tests mystère croisés entre Offices de Tourisme
  - Ateliers ou réunions d'échanges collectifs

### Préparation, et suivi des audits ou visites mystère :

- Dans le cadre de la préparation des visites mystères ou audits complets, **le Relais Territorial peut proposer une consultation afin de sélectionner un/ des auditeurs-trices agréés-es ou un/des cabinets d'audit agréés sur son territoire.**  
Si le Relais Territorial coordonne la réalisation des audits complets ou visite mystère : Après signature du devis par l'Office de Tourisme, le Relais Territorial planifie les dates (audit complet) ou périodes (visite mystère) en direct avec l'auditeur-trice ou le cabinet d'audit en concertation avec l'Office de Tourisme.
- Sur le **portail Qualité Tourisme**, Le Relais Territorial :
  - crée la fiche de l'Office en cours de labellisation initiale
  - rattache les BIT secondaires intégrés au périmètre de labellisation à la fiche de l'OT
  - rattache les auditeurs-trices agréés-es ou les cabinets sélectionnés
  - prend connaissance des rapports d'audit et s'assure de leur complétude, inscrit les Offices de Tourisme aux commissions mensuelles d'attribution ou renouvellement de la Marque Qualité Tourisme™ et

donne un avis argumenté sur la labellisation (un tutoriel est à disposition des Relais Territoriaux sur l'espace adhérent du site ADN Tourisme).

- Le Relais Territorial **s'assure de la mise en œuvre du plan d'action initié à la suite de l'audit ou la visite mystère dans le délai imparti, à distance ou lors de l'audit blanc** (notamment levée des écarts constatés par l'auditeur-trice complet).  
Les pistes d'amélioration seront aussi utilisées pour déterminer la stratégie qualité de l'Office de Tourisme pour atteindre les objectifs qu'il s'est fixé.
- Le Relais Territorial assure **un suivi du calendrier des échéances de visite mystère et audit complet des Offices de Tourisme qu'il accompagne** (notamment rappel un an avant l'échéance et accompagnement dans l'organisation).
- Le Relais Territorial assure **une veille sur les situations de défaillance majeure qui pourraient survenir au sein des Offices de Tourisme dont il assure le suivi** (si l'Office ne respecte pas le règlement d'usage, le référentiel, le suivi ou les exigences de la Marque Qualité Tourisme <sup>TM</sup>, ou à la suite de réclamations, contestations ou litiges récurrents de la part des clients sur l'Office de Tourisme et/ou sur la destination n'ayant pas fait l'objet de prise en compte et d'amélioration).  
En cas de défaillance constatée, le Relais Territorial avertit l'Office de Tourisme par le moyen le plus approprié afin que l'Office de Tourisme puisse corriger cette défaillance et le Relais en informe ADN Tourisme.  
Si des actions correctives ne sont pas mises en place, un courrier recommandé avec accusé de réception, de mise en demeure de correction sera envoyé à l'Office de Tourisme par ADN Tourisme.  
Si l'Office de Tourisme ne répond pas dans un délai de 30 jours par la mise en place d'actions correctives, l'Office de Tourisme pourra faire l'objet d'un audit complémentaire à la demande d'ADN Tourisme, dont le coût sera à sa charge ou d'un retrait de la marque.

#### ■ 6.4. LES ENGAGEMENTS D'ADN TOURISME, PARTENAIRE NATIONAL DE LA MARQUE QUALITE TOURISME

ADN Tourisme :

- Assure la **promotion de la Marque Qualité Tourisme auprès du réseau des adhérents de la Fédération nationale ADN Tourisme (Offices de Tourisme et Relais Territoriaux)**
- Anime la **Commission nationale Qualité**
- Est **l'interlocuteur de la sous-direction du tourisme, de la Direction Générale des Entreprises, du Ministère de l'Economie et des Finances** (ex : Remontées du réseau, référentiel, procédure d'attribution de la Marque, évolutions du portail Qualité Tourisme) et membre du comité national de gestion de la marque (CNGM).
- Fournit **une information actualisée sur la Marque Qualité Tourisme sur l'espace adhérent du site [www.adn-tourisme.fr](http://www.adn-tourisme.fr)**
- Participe à la **formation et journées d'échange des Relais Territoriaux**
- **Facilite les échanges et partages d'expériences** des Offices de Tourisme (ex : administration Groupe Facebook "Qualité en Office de Tourisme") et Relais Territoriaux (ex : Communauté qualité sur Espace adhérent Fédération)
- Sélectionne et forme les auditeurs-trices et cabinets agréés, et fournit des listes au réseau
- Propose des **outils d'aide dans le cadre de la démarche qualité ou du suivi et de l'accompagnement de celle-ci** (ex : tutoriels, FAQ)
- Apporte **une aide de 1<sup>er</sup> niveau aux Offices de Tourisme et Relais Territoriaux concernant le portail Qualité Tourisme<sup>TM</sup>**
- Contribue à **la veille et au suivi et traitement des situations de défaillance majeure**, en concertation avec les Relais Territoriaux
- Communique annuellement **un état des lieux des offices de tourisme ayant obtenu ou renouvelé la marque Qualité Tourisme<sup>TM</sup> en France**
- Signale au Relais Territorial **toute demande de marque réceptionnée par ses services concernant un office de tourisme de son territoire**

## Pour les Offices de Tourisme accompagnés en zone blanche non suivis par un Relais Territorial, ADN Tourisme :

- **Organise des actions d'animation de la qualité qui concourent à la professionnalisation du ou des référents qualité des OT**
- **Sur le portail Qualité Tourisme :**
  - créé la fiche de l'Office en cours de labellisation initiale
  - rattache les BIT secondaires intégrés au périmètre de labellisation à la fiche de l'OT
  - rattache les auditeurs-trices agréé-es ou les cabinets sélectionnés par l'Office
  - prend connaissance des rapports d'audit, vérifie leur complétude, inscrit les OT aux commissions mensuelles d'attribution ou renouvellement de la Marque Qualité Tourisme <sup>TM</sup> et donne un avis argumenté sur la labellisation
- **Assure un suivi du calendrier des échéances de visite mystère et audit complet des Offices de Tourisme en « zone blanche » non couverte par un Relais Territorial** (notamment rappel un an avant l'échéance et accompagnement dans l'organisation)
- **Vérifie les documents de suivi de l'Office de Tourisme pour s'assurer du respect de ses engagements sur 5 ans** (participation actions de professionnalisation, rapports d'auto-évaluation et plan d'actions, et rapport de pré-audit).
- **Assure une veille sur les situations de défaillance majeure qui pourraient survenir au sein des Offices de Tourisme en zone blanche** dans les mêmes conditions que celles décrites au chapitre concernant les Relais Territoriaux.

Les annexes :

- **Annexe n°1** : Fiche d'information à destination des cabinets visite mystère lors de leur sélection.
- **Annexe n°2** : Tableau de réalisation des tests à distance en visite mystère et en audit complet.
- **Annexe n°3** : Tableau de suivi des écarts/plan d'actions lors des audits complets
- **Annexe n°4** : les sites internet de référence et ce que l'on y trouve (Qualité Tourisme <sup>TM</sup>, Portail de la DGE, espace adhérent ADN Tourisme)

### **Marque Qualité Tourisme<sup>TM</sup> : complémentarité des différents sites**

❑ **Le portail MQT** : <https://portail.questionnaire-qualite-tourisme.fr/>

**Outil de gestion** : Chaque OT dispose d'un nom d'utilisateur (= n°) lui permettant d'accéder à son dossier (auto-évaluation, consultation et téléchargement des rapports et notifications de décisions, avis clients concernant l'OT, QR code d'ES)

❑ **Le site de la MQT** <https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/fr/espace-pro/referentiels-qualite-tourisme>

**Espace pro** : Le règlement d'usage, les référentiels par filière, le guide méthodologique de l'audit et des filières, le guide de calcul, des tutoriels, le logo QT sous différents formats et la charte d'utilisation de la Marque)

+ **Colloque du 16 octobre 2020 de la DGE « Destination France : Accueil et satisfaction des clientèles touristiques »**

**Etude TCI Research « Accueil et satisfaction des clientèles touristiques en France » et Trophées du Tourisme accessible**

<https://www.entreprises.gouv.fr/fr/evenements/tourisme/destination-france-accueil-et-satisfaction-des-clienteles-touristiques>

## **Marque Qualité Tourisme™ : complémentarité des différents sites**

- ❑ **L'espace adhérent OTF du site ADN Tourisme** : <https://www.adn-tourisme.fr/espace-adherents/>
  - La rubrique « démarche de progrès/MQT » : Modalités d'audit, listes des auditeurs et cabinets, tutoriels (ex : auto-évaluation)
  - Dossier de candidature en ligne pour les OT (en cours de révision)
- 
- ❑ **Le Groupe Facebook « Qualité en office de tourisme »**