

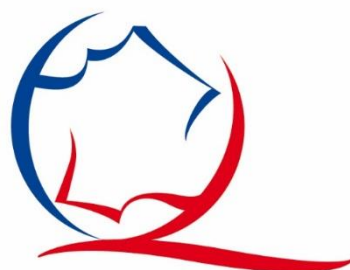


CCI NICE  
CÔTE D'AZUR

# DEMARCHE QUALITE TOURISME 2022

*La démarche Qualité est un processus de réflexion volontaire qui vise à orienter les moyens d'une structure vers l'expérience et la satisfaction client. Elle permet à une entreprise d'améliorer ses pratiques professionnelles grâce au développement d'une dynamique d'amélioration continue.*

## LIVRET D'ACCUEIL



QUALITÉ  
TOURISME



## *Bienvenue dans la dynamique régionale Qualité Tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur !*

*Vous rejoignez les*



250  
Hôtels



90  
restaurants



21  
restaurants  
de plage



123  
campings



12  
résidences  
de tourisme



13  
chambres  
d'hôtes

### *Déjà labellisés Qualité Tourisme*

Suite à la mise en place de cette démarche dans votre entreprise, votre CCI présentera votre dossier de candidature à l'obtention de la marque Qualité Tourisme.

Pour vous aider vous trouverez dans ce livret les étapes décisives de votre engagement dans la qualité ainsi que les modalités à suivre, informations et conseils pour mener à bien votre démarche.

**Ce livret d'accueil est complété du Kit PACA et de ses annexes.**

# Sommaire

I.	<u>PARCOURS D'OBTENTION DE LA MARQUE QUALITE TOURISME</u>	<b>4</b>
II.	<u>LE DIAGNOSTIC QUALITE TOURISME</u>	<b>5</b>
A.	SUR QUELLE BASE SUIS-JE AUDITE ?	<b>5</b>
B.	L'AUTO-EVALUATION EN LIGNE	<b>6</b>
C.	LE DEROULE DE L'AUDIT CLIENT-MYSTERE	<b>7</b>
D.	L'ACCOMPAGNEMENT DE LA CCI	<b>9</b>
III.	<u>LES CONDITIONS DE CANDIDATURE</u>	<b>10</b>
A.	LES CONDITIONS DE CANDIDATURE A LA MARQUE QUALITE TOURISME	<b>10</b>
B.	LES CONDITIONS D'OBTENTION DE LA MARQUE QUALITE TOURISME	<b>10</b>
IV.	<u>LES SPECIFICITES PAR SECTEUR D'ACTIVITE</u>	<b>14</b>
A.	HOTELLERIE & HOTELLERIE-RESTAURATION	<b>14</b>
B.	CHAMBRES D'HOTES	<b>15</b>
C.	RESIDENCES DE TOURISME & VILLAGES DE VACANCES	<b>15</b>
D.	LES CAMPINGS	<b>16</b>
E.	LA RESTAURATION	<b>16</b>
F.	LES CAFES BARS BRASSERIES SALONS DE THE	<b>17</b>
G.	LES PLAGES RESTAURANTS	<b>17</b>
V.	<u>LES OUTILS DE COMMUNICATION ET DE VALORISATION</u>	<b>18</b>
A.	UNE CHARTE GRAPHIQUE NATIONALE	<b>18</b>
B.	L'IMPACT DE LA MARQUE QUALITE TOURISME SUR LA QUALITE DE L'ACCUEIL	<b>18</b>
C.	UN PLAN DE COMMUNICATION DIGITAL	<b>18</b>
D.	UN SITE INTERNET GRAND PUBLIC EN EVOLUTION	<b>18</b>
E.	VALORISER SON ENGAGEMENT DANS LA QUALITE SPECIAL VAR	<b>18</b>

ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

# I. PARCOURS D'OBTENTION DE LA MARQUE QUALITE TOURISME

---

## Les différentes étapes



## Félicitations !

Vous avez obtenu plus de 85% de taux de conformité  
Vous êtes labellisé Qualité Tourisme

## II. LE DIAGNOSTIC QUALITE TOURISME

---

### A. SUR QUELLE BASE SUIS-JE AUDITE ?

Une grille de contrôle est établie pour chaque secteur d'activité. Elle permet à un auditeur de vérifier la conformité de l'établissement avec les engagements Qualité Tourisme.

Les secteurs d'activités sont les suivants :

- |                                               |                                      |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Hôtellerie                                 | 7. Plages-restaurants                |
| 2. Restauration                               | 8. Gîtes d'étape et de séjour        |
| 3. Hôtellerie restauration                    | 9. Lieux de visite                   |
| 4. Café bar brasserie salon de thé            | 10. Activité de sports et de loisirs |
| 5. Chambres d'hôtes                           | 11. Campings                         |
| 6. Résidences de tourisme / Villages vacances |                                      |

Il est possible de vous procurer ces référentiels sur le site Internet :

[www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme/documents-a-telecharger-1](http://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme/documents-a-telecharger-1)

#### ▪ 2 PRINCIPES DE NOTATION DE CRITERES

##### Les critères avec une validation binaire par OUI ou NON

- Oui : le critère est totalement conforme à la demande
- Non : le critère n'est pas rempli, ou il ne l'est que partiellement
- Non mesuré : point non concerné (ne correspond pas à l'établissement) ou non observé (l'auditeur n'a pu le tester pour des raisons X ou Y)

##### Les critères avec une validation modulée sur des niveaux d'appréciation

- Très Satisfaisant : excellent
- Satisfaisant : bon niveau avec des améliorations marginales. L'impression générale demeure positive.
- Insatisfaisant : ce qui laisse une impression négligée ou ce qui est trop usé, usagé. L'impression générale est négative.
- Très Insatisfaisant : ce qui n'est pas acceptable

## B. L'AUTO-EVALUATION EN LIGNE

### COMMENCEZ VOTRE AUTO-EVALUATION !

<http://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme/auto-evaluation-qualite-tourisme>

Enregistrez-vous (nom, prénom, mail et activité) et répondez à l'ensemble des questions posées.

*NB : il est possible de remplir le questionnaire en plusieurs fois, en le sauvegardant*

Flux RSS Google Recherche personnalisée

Logo République Française  
Logo Ministère de l'Économie et des Finances  
DGE Les marques nationales du tourisme  
DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES

Accueil **Qualité Tourisme™** Tourisme et Handicap Destination pour tous

Fonctionnement | Devenir adhérent | Partenaires | **Évaluez-vous** | Communication | Téléchargements | Événements | FAQ

Bienvenue sur l'évaluateur Qualité Tourisme™

Cet évaluateur vous permet d'estimer votre taux de conformité dans le but d'obtenir la marque Qualité Tourisme™.

Pour mémoire, un résultat de 85% est une condition nécessaire mais pas suffisante pour obtenir la marque Qualité Tourisme™, la décision finale relevant du comité d'attribution du Partenaire Qualité Tourisme™.

Reprendre l'évaluation Démarrer une nouvelle évaluation



Pensez à associer votre équipe à cette auto-évaluation afin que chacun de vos collaborateurs se sentent concernés par la démarche et fournisse les efforts nécessaires pour atteindre votre objectif qualité.

## C. LE DEROULE DE L'AUDIT CLIENT-MYSTERE

La méthodologie d'audit est identique pour l'ensemble des activités.

Pour être représentatifs, les audits devront être réalisés :

- en saison (hiver ou été selon la zone géographique)
- et au minimum tous les 5 ans

Le consultant "audite" les établissements en venant tester les prestations en « **client mystère** », **sur la base du référentiel concerné.**

Il passe **obligatoirement une nuit** sur place pour les hébergements.



Conformément à votre engagement, nous vous rappelons que **l'étape de l'auditeur client-mystère est à votre charge financière** (nuitée, petit-déjeuner et/ou repas, location de matelas, de cabine). Si l'auditeur se présente avec une autre personne, **la personne supplémentaire sera à sa charge.**

### ▪ LES PHASES DE L'AUDIT CLIENT-MYSTERE

#### L'évaluation en amont de la prestation

- Site internet
- Test téléphonique - Répondeur
- Réservation téléphonique (sauf pour les bars)
- Demande d'informations par mail en langue étrangère

#### L'évaluation pendant la prestation

- Abords et extérieurs sous la responsabilité du professionnel
- Demande de renseignement touristique
- Consommation de la prestation dans sa globalité (produit ou service principal et services complémentaires si existants)
- Règlement (remboursé lors du débriefing sur la base d'une seule personne)

#### L'évaluation en aval de la prestation

Après avoir "consommé" la prestation, le consultant se présente au responsable afin de réaliser le débriefing. Si le responsable de l'établissement ou son représentant ne sont pas disponibles ou absents, ils conviennent ensemble d'une date de rendez-vous pour organiser rapidement la restitution de la présente visite et la mise en place d'un plan d'actions. Toutefois, dans l'idéal, ce débriefing doit pouvoir être réalisé le jour même de l'audit.

Lors de ce débriefing, l'auditeur rend compte « à chaud » de son expérience client. Il l'informe de ses observations. C'est une étape **essentielle et incontournable** qui permet un échange entre les deux parties afin de trouver des pistes d'amélioration.

**Lors du débriefing**, l'auditeur en profite pour compléter les points non observés lors de la visite.

- Chambres complémentaires pour les hébergements : faire une visite dans chaque bâtiment, dans différentes catégories de confort et de prix ; sur divers étages. La visite du plus petit logement proposé est obligatoire ;
- Prestation enfant : services, équipements ;
- Suivi de la qualité et de la satisfaction client : questionnaire, réponse aux réclamations avec procédure écrite, analyse de l'écoute client ;
- Développement durable : thématique validée si l'établissement dispose de l'écolabel européen ;
- Dispositions de management : uniquement pour les établissements de plus de 5 employés.

Pour valider ces critères, **des preuves documentaires** vous seront demandées. Pour vous y aider, le **Kit Qualité Tourisme** vous est fourni (cf sous partie D).



**Ne négligez pas votre débriefing !**

Le temps de débriefing varie de 2h à 4h, 4h étant le maximum à prévoir pour les hébergements, du fait des chambres complémentaires à visiter.

**Suite à l'audit**, vous recevez votre rapport qui reprend :

- L'intégralité de la grille d'évaluation contenant pour chaque rubrique la notation et le commentaire éventuel se rapportant à chacun des critères de la rubrique, ainsi que les taux intermédiaires et le taux de conformité global de l'établissement,
- Un plan d'actions correctives pour accompagner l'établissement dans sa progression.



## D. L'ACCOMPAGNEMENT DE LA CCI

Notre service **Tourisme** est là pour vous accompagner avant la venue du client mystère et **le cabinet d'audit** vous suivra jusqu'au CNGM <sup>1</sup> pour noter sur votre rapport toutes les améliorations possibles que vous avez mises en place afin de vous permettre d'obtenir la marque **Qualité Tourisme** (améliorations acceptées uniquement sur preuve).



### **Mettez toutes les chances de votre côté !**

Participez à **la réunion de préparation à l'audit** animée par le cabinet conseil en charge de la réalisation des audits. Destinée au gestionnaire de l'établissement et/ou à son collaborateur en charge du suivi de la démarche au sein de celui-ci, cette réunion vous fera gagner du temps en amont de l'audit, en optimisant la mise en place des outils pour la réussite de votre audit.

Dans cette perspective, nous avons créé « **Kit Qualité Tourisme** » pour la mise en place des éléments les plus « administratifs » :

- Le suivi de la qualité et la fidélisation des clients : e-réputation, questionnaires de satisfaction, traitement des réclamations...
- Le développement durable : sensibilisation du personnel et des clients, mises en place possibles par l'établissement...
- Les dispositions de management : exemple de fiche de poste, de plan de formation...
- Et enfin tous les éléments à connaître, selon votre activité, sur la marque Qualité Tourisme : informations générales, charte, licence de marque et annexes, dossier de candidature...



**Préparez ces documents avant l'audit.  
Ils vous seront demandés lors du débriefing.**

---

<sup>1</sup> Comité National de Gestion de la Marque

### III. LES CONDITIONS DE CANDIDATURE

---

#### A. LES CONDITIONS DE CANDIDATURE A LA MARQUE QUALITE TOURISME

Pour candidater à la marque, vous vous devez :

- De respecter les normes règlementaires de votre activité ;
- De respecter les normes d'hygiène ;
- Pour les hébergements, le nouveau classement est obligatoire.



Tous les nouveaux établissements candidats doivent respecter et signer **l'engagement sur l'honneur** qui est joint au dossier de candidature.

Tous les éléments cités dans cet engagement sur l'honneur sont téléchargeables [ici](#) et vous seront remis dans un second temps.

#### B. LES CONDITIONS D'OBTENTION DE LA MARQUE QUALITE TOURISME

##### ■ VOUS CANDIDATEZ POUR LA PREMIERE FOIS

Vous devez obtenir un taux de conformité supérieur ou égal à 85% et constituer un dossier de candidature qui sera présenté lors du CNGM qui se réunit tous les mois

**Avant la venue de l'auditeur** vous devez préparer les documents suivants :

- Une copie de l'arrêté de classement de l'établissement (pour activités hébergement seulement)
- Une photo qualitative, représentative de votre établissement pour le site Internet Qualité Tourisme.

**Suite au débriefing**, le consultant vous aidera à remplir les derniers documents de candidature, à savoir :

- La signature de l'engagement sur l'honneur ;
- Le formulaire de candidature de votre établissement ;
- Le contrat de licence de marque ;
- L'autorisation d'utilisation de l'image (image que vous nous aurez fournie).

▪ **VOUS RENOUVELEZ VOTRE MARQUE**

Vous devez vous engager sur 4 autres points :

**L'analyse de l'écoute client (questionnaire et e-réputation)**

L'établissement organise et analyse une enquête de satisfaction. L'établissement organise également une veille sur les sites d'avis consommateurs afin de pouvoir user de son droit de réponse en cas d'avis négatif.

Vous devez justifier auprès de l'auditeur de l'analyse du suivi satisfaction de votre établissement.

La Marque Qualité Tourisme vous met à disposition un questionnaire de satisfaction en ligne sur le site <http://www.entreprises.gouv.fr/qualite-tourisme>. Rendez-vous sur votre fiche entreprise pour trouver votre questionnaire.



Reportez-vous au **Kit Qualité Tourisme** (p.7) et découvrez la méthodologie pour retrouver votre questionnaire et le diffuser auprès de vos clients.

**Le traitement des réclamations**

À réception d'un courrier de réclamation, l'exploitant s'engage, quel que soit le contenu de celle-ci, à :

- Accuser réception de la réclamation dans un délai de 72h
- Répondre dans un délai de 15 jours
- Apporter une réponse personnalisée et constructive.

Si la réclamation est justifiée, l'exploitant s'engage à proposer une compensation et des excuses pour le désagrément occasionné.

Si la réclamation n'est pas justifiée, l'exploitant s'engage à expliquer les raisons du refus de prise en compte de celle-ci.

En cas de litige persistant, le client pourra poursuivre sa démarche auprès de la CCIR.



Reportez-vous au Kit Engagement Qualité PACA (p.8) pour mettre en place votre procédure de gestion des réclamations !

### L'affichage de votre engagement dans la démarche

Les établissements affichent clairement leur appartenance à la démarche qualité territoriale Engagement Qualité PACA en informant la clientèle sur les conditions de prise en charge de leurs éventuelles réclamations.



Reportez-vous au Kit Engagement Qualité PACA (p.9) pour obtenir l'affiche !

### La mise en place du plan d'action

Dans le rapport d'audit que vous recevrez, un plan d'action reprenant les points à améliorer vous sera remis. Vous devrez le présenter lors du contrôle intermédiaire, soit 3 ans plus tard. Ce plan devra présenter toutes les améliorations mises en place au cours des 2 dernières années et celles à mettre en place pour les 3 prochaines années (avant le prochain audit Qualité Tourisme).

**NOUVEAUTE !** Lors du renouvellement de la marque (5 ans plus tard) le dossier de candidature n'est plus à fournir.

- VOUS N'AVEZ PAS OBTENU CE MINIMUM DE 85%

Pour les professionnels n'ayant pas obtenu le taux de conformité requis, le dispositif propose un système de rattrapage sous les formes suivantes :

#### Rattrapage sur justification

Un plan d'action vous sera transmis dans le rapport d'audit. Il reprendra l'ensemble des points à améliorer et indiquera les critères rattrapables plus facilement à court terme.

Si ces critères rattrapables relèvent d'aspects techniques, administratifs ou d'éléments ne nécessitant pas de contre visite, le professionnel adressera, dans le mois qui suit l'audit, les preuves (photos, factures, procédures etc.) de réalisation des actions demandées. La CCI du Var intégrera ces éléments au dossier qui sera présenté au CRGM.

### Audit de renouvellement :

Pour conserver la marque, l'établissement devra faire procéder à un nouvel audit client-mystère au minimum tous les 5 ans.

- POINT SUR LE CONTRAT DE LICENCE DE MARQUE

Ce contrat de licence prévoit les contrôles, obligations et engagements de l'établissement ainsi que les engagements de l'Etat.

Il est d'ailleurs fait mention Article 7 alinéa 3 :

*« L'établissement s'engage à : respecter les règles relatives à la qualité fixées dans les documents contractuels, et à se conformer à la démarche qualité du dispositif qualité territorial reconnu présentée au comité national de sélection et reconnue conforme aux conditions de base de plan Qualité Tourisme, en maintenant un niveau de qualité au moins égal à celui qui était le sien au moment de la signature du présent contrat »*

Une fois ce contrat signé par la commission d'attribution, un exemplaire vous sera transmis et un panneau d'identification « Qualité Tourisme » vous sera remis. Vous devrez, alors, le disposer sur votre façade, visible de la clientèle.

Cependant et tel que prévu dans l'article 17 alinéa 1 :

*« En cas de cessation du présent contrat, y compris l'arrivée du terme, l'établissement procède au retrait **immédiat** du panneau Qualité Tourisme™ apposé sur sa façade. »*

## IV. LES SPECIFICITES PAR SECTEUR D'ACTIVITE

---

Bien que les audits suivent tous le même principe méthodologique, quelques spécificités sont à souligner.

Vous trouverez donc ci-dessous ces quelques spécificités ainsi que le nombre de critères et de chapitre par référentiel selon le type d'activité.

### A. HOTELLERIE & HOTELLERIE-RESTAURATION

#### 356 points de contrôle répartis en 13 rubriques

- |                                                        |                                                       |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| 1. Promotion et communication                          | 7. Salle de bains                                     |
| 2. Réservation téléphonique - demande d'informations   | 8. Chambres supplémentaires                           |
| 3. Acheminement – extérieur – signalisation - terrasse | 9. Bar (si existant)                                  |
| 4. Accueil et prise en charge du client                | 10. Petit-déjeuner                                    |
| 5. Espaces communs                                     | 11. Suivi qualité et fidélisation client              |
| 6. Chambres                                            | 12. Développement durable                             |
|                                                        | 13. Disposition de management (si plus de 5 employés) |

#### Spécificités partie hébergement

- Une nuit sur place
- Visite de 5 chambres lors du débriefing de catégories différentes si possible
- Si bar : consommation
- PDJ pris en salle (PDJ en chambre noté lors du débriefing)
- Si équipements ludiques : service testé dans la mesure du possible
- Contacter la réception après 22h pour faire une demande lambda

#### Spécificités partie restaurant :

##### 1 rubrique Restaurant comprenant 73 critères supplémentaires

- Apéritif : il est soit observé à une table voisine, soit pris. Un verre de vin peut suffire.
- Repas : consommation de 3 plats

## B. CHAMBRES D'HOTES

### 262 points de contrôle, répartis en 11 rubriques :

- |                                                                      |                                            |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 1. Promotion et communication                                        | 5. Espaces communs                         |
| 2. Réservation téléphonique -<br>demande d'informations              | 6. Chambres                                |
| 3. Acheminement – extérieur –<br>signalisation - terrasse            | 7. Salle de bains                          |
| 4. Accueil du client – prise en charge<br>pendant le séjour - départ | 8. Chambres supplémentaires                |
|                                                                      | 9. Restauration                            |
|                                                                      | 10. . Suivi qualité et fidélisation client |
|                                                                      | 11. Développement durable                  |

### Spécificités

- Une nuit sur place
- Définition des espaces communs : accueil, couloir, escalier, espaces intérieurs divers
- Visite de 2 chambres lors du débriefing
- Si table d'hôtes : son évaluation se fait avec le petit-déjeuner compris
- Si équipements ludiques : service testé dans la mesure du possible

## C. RESIDENCES DE TOURISME & VILLAGES DE VACANCES

### 555 points de contrôle, répartis en 15 rubriques

- |                             |                               |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1. Réservation              | 9. Petit déjeuner             |
| 2. Abords et signalisations | 10. Salons / salle de réunion |
| 3. Aspects techniques       | 11. Bar                       |
| 4. Accueil réception hall   | 12. Accueil des enfants       |
| 5. Services                 | 13. Promotion touristique     |
| 6. Couloirs                 | 14. Animation                 |
| 7. Appartements             | 15. Environnement             |
| 8. Restauration             |                               |

### Spécificités

- Une nuit sur place
- Visite de 5 chambres ou appartements lors du débriefing de catégories différentes si possible
- Si bar : consommation
- Si restaurant : consommation de 3 plats
- PDJ pris en salle (PDJ en chambre noté lors du débriefing)
- Si équipements ludiques : service testé dans la mesure du possible
- Contact de la réception après 22h pour faire une demande lambda

## D. LES CAMPINGS

### 370 points de contrôle, répartis en 14 rubriques

1. Promotion et communication
2. La réservation téléphonique - la demande d'informations
3. L'acheminement sur le lieu – les extérieurs – la signalisation
4. Le bâtiment d'accueil
5. L'accueil du client – la prise en charge durant le séjour – le départ
6. L'hébergement
7. Les blocs sanitaires
8. Les espaces équipements communs : sanitaires, salles communes
9. L'espace bar – petite restauration – snacking (si existant)
10. La restauration traditionnelle du site (si existante)
11. La superette (si existante°)
12. Le suivi de la qualité et la fidélisation du client
13. Le développement durable
14. Les dispositions de management (si plus de 5 employés)

### Spécificités

- Une nuitée sur place
- -visite lors du débriefing d'une unité de chaque solution d'hébergement proposée par le camping (ex: mobil home, chalet, hutte,...)
- -visite des équipements ludiques et test de ces équipements dans la mesure du possible
- -lors du séjour, contact avec la réception après 22H pour évaluation de l'accueil de nuit (ex: demande de réveil,..)

## E. LA RESTAURATION

### 237 points de contrôle, répartis en 11 rubriques

1. Promotion et communication
2. Réservation téléphonique - demande d'information
3. Acheminement – extérieur – signalisation - terrasse
4. Accueil du client – prise de commande - service - départ
5. Salle de restaurant
6. Produits de la table
7. Espaces et services communs
8. Bar (si existant)
9. Suivi qualité et fidélisation client
10. Développement durable
11. Disposition de management (si plus de 5 employés)

### Spécificités

- Apéritif : il est soit observé à une table voisine, soit pris. Un verre de vin peut suffire.
- Repas : consommation de 3 plats



## F. LES CAFES BARS BRASSERIES SALONS DE THE

### 224 points de contrôle, répartis en 10 rubriques

1. Promotion et communication
2. Réservation téléphonique - demande d'informations
3. Acheminement – extérieur – signalisation - terrasse
4. Accueil du client – prise de commande - service - départ
5. Salle de restaurant
6. Produits de la table
7. Espaces et services communs
8. Suivi qualité et fidélisation client
9. Développement durable
10. Disposition de management (si plus de 5 employés)

### Spécificités

- Prise d'au moins 2 boissons, une chaude et une froide
- Consommation d'un repas si existant
- Réservation téléphonique : cette réservation n'a pas lieu d'être mais une demande d'information sera faite à la place.

## G. LES PLAGES RESTAURANTS

### 331 points de contrôle, répartis en 12 rubriques

1. Promotion et communication
2. La réservation téléphonique la demande d'informations
3. L'acheminement sur le lieu, les extérieurs, la signalisation, la terrasse
4. L'accueil du client, la prise de commande - le service, le départ
5. La salle de restaurant
6. Les produits de la table
7. Les espaces et services communs
8. Le bar (si existant)
9. La plage
10. Le suivi de la qualité et la fidélisation du client
11. Le développement durable
12. Les dispositions de management

### Spécificités

- Test de la prestation matelas avec parasol
- Si service au matelas : une boisson chaude ou froide sera prise
- Si bar : une consommation (cocktail) y sera prise
- Apéritif : il est soit observé à une table voisine, soit pris. Un verre de vin peut suffire.
- Repas : consommation 3 plats
- Si équipements ludiques : service testé dans la mesure du possible
- Si équipements enfants : service testé dans la mesure du possible
- Si services complémentaires : service testé dans la mesure du possible

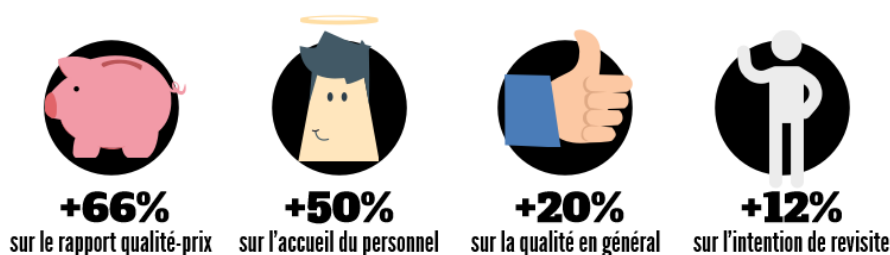
## V. LES OUTILS DE COMMUNICATION ET DE VALORISATION



### A. UNE CHARTE GRAPHIQUE NATIONALE

La charte graphique est clairement définie et reprise dans un guide accessible sur le site <http://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme/documents-a-telecharger-1>

### B. L'IMPACT DE LA MARQUE QUALITE TOURISME SUR LA QUALITE DE L'ACCUEIL



Près de 5300 établissements labellisés Qualité Tourisme en janvier 2016

Téléchargez l'étude complète [ici](#).

### C – UN PLAN DE COMMUNICATION DIGITAL

La DGE lance une campagne de communication annuelle de la marque Qualité Tourisme™ afin de développer sa notoriété et de mettre en valeur les professionnels qui s'engagent pour garantir la qualité de l'accueil pour les touristes français et étrangers.

Celle-ci a pour exemple été diffusée au mois de mai sur les sites TripAdvisor et Voyages-sncf.



Retrouvez l'ensemble du kit de communication mis à votre disposition [ici](#)

### D – UN SITE INTERNET GRAND PUBLIC EN EVOLUTION

Le site QT s'est enrichi de nouvelles fonctionnalités :

- Un site multilingue (français, anglais, espagnol)
- Un univers graphique représentatif de la diversité des filières couvertes
- Une valorisation des professionnels engagés à travers des témoignages
- Un moteur de recherche optimisé (graphisme, géolocalisation, fiches détaillées, classement, labels...)
- La possibilité pour les clientèles de répondre à un questionnaire de satisfaction en ligne (bientôt disponible en version anglaise et au format papier)



Si vous avez la moindre question, n'hésitez pas à nous interroger.

Notre équipe est à votre service !



**Audrey BIANCHI**

Chargée de Développement Filière Tourisme

Tél. 04 93 13 75 21

[audrey.bianchi@cote-azur.cci.fr](mailto:audrey.bianchi@cote-azur.cci.fr)



**Marina GIARDINA**

Responsable Filière Tourisme

Tél. 04 93 13 74 38

[marina.giardina@cote-azur.cci.fr](mailto:marina.giardina@cote-azur.cci.fr)

[Avec le soutien du partenaire de la #FilièreTourisme06](#)



