



MANUEL QUALITE ARDECHE HERMITAGE TOURISME

<u>REVISION</u>	<u>VERSION</u>	<u>DATE</u>
6	VERSION 13	FEVRIER 2024
5	VERSION 12	JUILLET 2023
4	VERSION 11	JUIN 2022
3	VERSION 10	JUIL 2021



BUREAUX D'ACCUEIL - OFFICE DE TOURISME

Accueil Tournon s/Rhône
Hôtel de la Tourette
07300 TOURNON SUR RHONE

Accueil Tain l'Hermitage
6, Place du 8 mai 45
26600 TAIN L'HERMITAGE

Accueil St Donat/Herbasse
32, Avenue Georges BERT
26260 SAINT-DONAT

Accueil St Félicien
Place de l'Hôtel de Ville
07410 SAINT FELICIEN

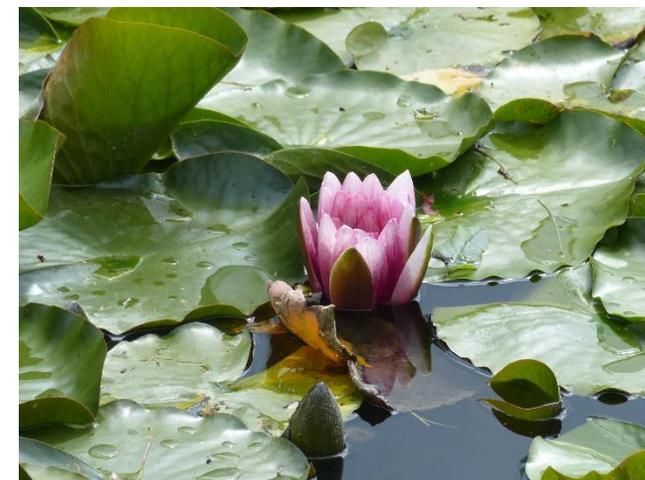


SOMMAIRE

Objet et domaine d'application	3
Présentation du territoire	4 –5
Les chiffres clés	6
Politique qualité de l'office du tourisme	7- 8
Gestion environnementale –Politique Eco-gestes	9
Organisation de l'office du tourisme	10
Cartographie des processus	11

Les activités de l'office du tourisme

Processus	Accueil - billetterie	12
Processus	Animation	13
Processus	Promotion	14
Processus	Lien avec les partenaires	15
Processus	Management	16
Processus	Ressources Humaines	17
Processus	Amélioration Continue	18



OBJET ET DOMAINE D'APPLICATION

Ce manuel qualité a pour objectif de présenter les actions et activités de l'office du tourisme à travers les processus et les outils nécessaires au suivi de la qualité.

Les critères mentionnés s'appuient sur les bases du Classement National et des critères requis dans le cadre de la norme NF

Plusieurs activités sont abordés à travers les processus :

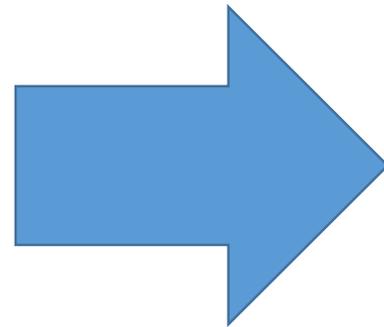
Accueil
Billetterie

Animation
Promotion

Management
Ressources Humaines

Lien avec les partenaires

Amélioration continue



Engagements envers les visiteurs

Engagements liés à la promotion

Engagements envers la collectivité
Engagements en interne à l'Office de Tourisme

Engagements envers les socio-professionnels

Maitrise du système de Management de la Qualité

UN TERRITOIRE « grandeur nature »

Depuis janvier 2017, l'**office de Tourisme couvre le territoire fusionné de la Communauté d'Agglomération Hermitage Tournonais—Herbasse—Pays de Saint Félicien**. Un regroupement qui s'est effectué en deux temps avec l'intégration du bureau de St-Donat au 1er Avril (personnel et gestion) et celui de St Félicien au 1er janvier 2018.

Le territoire **initialement** composé de 25 communes depuis 2014 (Hermitage Tournonais) **passé désormais** à 41 communes de part et d'autres du Rhône: 20 côté Ardèche et 21 côté Drôme - Les communes les plus peuplées sont Tournon sur Rhône, actuelle sous-préfecture de l'Ardèche (+ 10 600 ha) et Tain l'Hermitage (+ 6 000 ha) situé au pied du coteau célèbre portant son nom.

Le territoire possède de nombreux atouts tant au niveau gastronomique que patrimonial sans oublier le volet des activités de pleine nature : vignobles célèbres (Hermitage - St Joseph - Crozes) exploitations viti-vinicoles, arboriculture, vignes, fruits, truffes, fromages, chocolat (Cité du chocolat Valrhôna), Train de l'Ardèche et Vélorail, Château-musée de Tournon, palais Delphinal, jardins remarquables, Viarhônga le long du fleuve.

Idéalement situé au cœur de la Vallée du Rhône et au départ des Gorges du Doux, c'est un territoire fier de son Histoire qui en fait un lieu privilégié idéal pour une étape gourmande ou pour une découverte grandeur nature

Halte incontournable des bateaux de croisières qui sillonnent le Rhône, le territoire s'enorgueillit également de personnages célèbres (François 1er, Philippe le Bel, Charles V de Valois, Stéphane Mallarmé, le poète Aragon...). Nous retrouvons cette histoire à travers ses villes et villages de caractère.

C'est également entre Tournon et Tain que fût jeté le 1er pont suspendu sur le Rhône (1829) et que fût construit le plus vieux Lycée de France en Province toujours en fonction actuellement et ce depuis 1536.

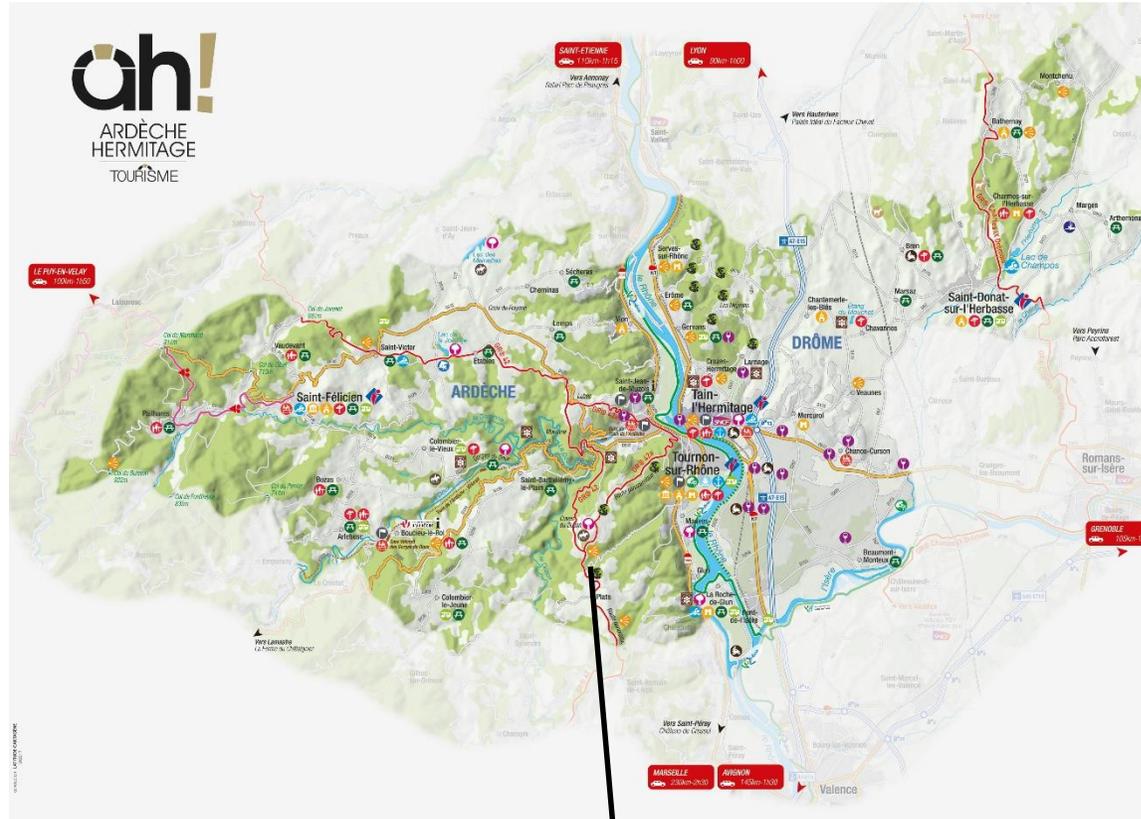
De nombreuses routes en balcon et belvédères ponctuent le territoire permettant ainsi d'apercevoir le massif des Alpes et le Vercors ainsi que les Monts du Vivarais lorsque l'on s'aventure sur les nombreux sentiers de randonnée pédestre ou voir même le long du parcours de « l'Ardéchoise permanente »

Ce territoire sauvage et authentique est également le cadre idéal pour les amateurs de cyclo ou de VTT ainsi que pour les amoureux de promenades douces le long de la Viarhônga ou dans les vignobles. A pied, à vélo, à cheval ou en pratiquant les activités nautiques (lac de Champos), ce territoire s'adapte à tous les goûts.

L'hébergement n'est pas en reste puisque le territoire est largement couvert en hôtels, Hôtellerie de plein Air, chambres d'hôtes et gîtes sans oublier le côté insolite. Les nombreuses fêtes, festivals et animations en font également un lieu de rencontres et d'échanges inoubliables.



LA DESTINATION ARDECHE HERMITAGE



LES CHIFFRES CLES du territoire

Plus de 24 212 visiteurs en 2023 sur les 4 points d'accueil

82% clientèle Française, dont 49% de clientèle locale
18% clientèle Etrangère (+ de 50 nationalités différentes)

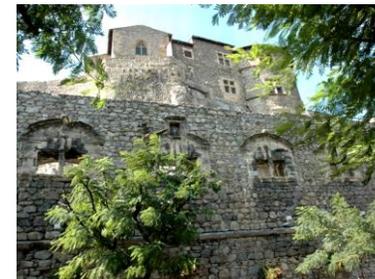
55% de visiteurs à Tournon
17% de visiteurs à Tain
13% de visiteurs à Saint Donat
15% de visiteurs à Saint Félicien

En 2023

435 514 sessions sur le site internet et 362 148 utilisateurs sur le site
Plus de 43 512 abonnés sur Facebook et 7 318 abonnés Instagram
40 845 Contacts Grand public (GRC)
3 000 appels téléphoniques
600 courriers postaux reçus
600 mails -administratifs et touristiques

Borne d'informations touristiques 24/24

Devant l'Office de Tourisme à Tournon



Autres chiffres (Schéma de Développement Touristique)

15 000 lits touristiques (dont 6 600 lits marchands et 7 400 lits en Résidences secondaires)

1 077 678 nuitées touristiques Françaises (hors parents ou amis)

50 Millions € de retombées économiques (Françaises)

73 Millions € de retombées économiques (Françaises + Etrangères)

18 hôtels

36 campings (+ aires de services)

200 meublés de tourisme

49 « propriétaires » de chambres d'hôtes

9 structures d'accueil d'hébergements collectifs

18 hébergements insolites

110 restaurants

81 labellisés Vignobles & Découvertes

35 structures labellisées Accueil Vélo

4 sites accueillants plus de 100 000 visiteurs/an (cité du Chocolat– Lac de Champos– Train de l'Ardèche– Cave de Tain)

398 escales sur Tournon et 202 escales sur Tain—22 bateaux différents

POLITIQUE QUALITE DE L'OFFICE DE TOURISME

NOTRE ENGAGEMENT : Devenir une destination d'excellence et accompagner les EQUIPES / PARTENAIRES/ELUS à une meilleure écoute client.

Depuis le 1^{er} janvier 2014, date de création de la SPL OFFICE DE TOURISME avec le 1^{er} regroupement des Offices de Tourisme du pays de l'Hermitage (26) et du Tournonais (07) puis l'agrandissement du territoire avec la création de la Communauté d'Agglomération Hermitage- Tournonais-Herbasse-Pays de St Félicien incluant le bureau d'accueil de ST DONAT (26) au 1^{er} avril 2017 et le bureau de ST FELICIEN (07) au 1^{er} janvier 2018, le territoire de compétence n'a cessé de s'agrandir et compte désormais 41 communes de part et d'autre du Rhône.

Ces changements ont nécessité de nombreux ajustements au niveau des équipes qui se composent dorénavant de 13 salariés permanents dont un directeur, une adjointe de direction, un service communication et un service accueil pouvant tourner sur plusieurs bureaux. L'équipe est complétée par des saisonniers en période estivale.

Parallèlement, et afin de définir les orientations et enjeux touristiques du territoire, la Communauté d'Agglomération a lancé un premier schéma de développement touristique de 2018 à 2021, suivi d'un avenant en 2022 et d'un nouveau schéma qui s'étend sur la période 2023-2027 (2023 étant une année de « préfiguration »)

Ce Schéma dresse les objectifs et la stratégie touristique de l'Office de Tourisme sur 3 ans, le tout décliné en plan d'actions.

Les missions confiées à l'Office de Tourisme conformément à ses statuts restent identiques, à savoir :

L'Accueil et l'information

La promotion du territoire

L'animation du territoire et la coordination des partenaires

L'observation touristique locale

La stratégie touristique issue du nouveau Schéma porte sur **3 axes majeurs** :

Devenir une destination touristique d'excellence en confortant les produits « portes d'entrée » du territoire et en soutenant la structuration d'une offre complémentaire:

Vin-terroir-gastronomie

Sport de pleine nature

Le fluvial et le Rhône

Le multimodal avec les déplacements doux

Qualification de l'offre

Mettre en œuvre une politique marketing performante en s'appuyant sur une marque territoriale partagée :

Identification et visibilité de la destination

Cohérence des actions avec le positionnement

Renforcer la présence sur les réseaux sociaux

Opérations de communication et d'image

Accompagner les professionnels et améliorer la mise en réseau

POLITIQUE QUALITE DE L'OFFICE DE TOURISME

Adapter l'organisation, les métiers et les outils d'intervention au nouveau projet touristique du territoire par la mise en place d'un SADI :

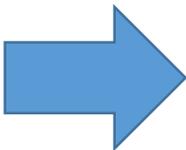
Conforter l'organisation des instances touristiques

Améliorer l'accueil et les services dans et hors les murs

Renforcer la collaboration avec les professionnels

Faire du territoire une destination identifiable et accueillante toute l'année

Pour réussir à mener à bien ses missions, **l'Office de Tourisme pourra s'appuyer sur la démarche qualité en place et s'attachera plus précisément à :**



Assurer une écoute active des clientèles et des professionnels par le biais de questionnaires de **satisfaction et d'enquêtes**.

Partager les résultats et analyses auprès du Comité Local Qualité et **travailler avec les équipes** pour une amélioration continue des performances

Communiquer sa stratégie et politique qualité auprès des clientèles, du personnel, partenaires et institutionnels.

Poursuivre la professionnalisation de son personnel par le biais de formations ou de visites terrain permettant une meilleure connaissance de l'offre touristique.

Accompagner les professionnels dans leurs démarches de progrès autour de certifications ou labels ainsi que dans **leurs recherches d'amélioration en lien avec les outils digitaux**.

Développer la mise en réseau des partenaires pour une meilleure communication entre acteurs.

L'office de Tourisme, acteur incontournable au service du territoire, de ses acteurs et partenaires met tout en œuvre pour améliorer la qualité de ses services, notamment grâce à des démarches de progrès :

La certification NF OFFICE DE TOURISME obtenu pour la 1^{ère} fois en Novembre 2016 et sans cesse renouvelée depuis. Ce précieux sésame récompense l'ensemble du personnel, direction, élus autour d'un engagement QUALITE de services.

Le classement catégorie I obtenu en 2019 et renouvelé en 2024 pour l'ensemble de ses bureaux (Tournon-Tain-St Donat-St Félicien)

Le Label « VIGNOBLES & DECOUVERTES » obtenu par l'Office de Tourisme en juillet 2011 et renouvelé sans cesse depuis. Ce label rassemble un ensemble de partenaires touristiques autour de l'œnotourisme tout en répondant aux exigences des critères Qualité demandés par ATOUT France.

Le Label « Accueil Vélo » obtenu pour la 1^{ère} fois en juillet 2015 et sans cesse renouvelé depuis pour l'ensemble des 4 bureaux. Ce label vise à améliorer les services et l'écoute client en matière de cyclotourisme et d'itinérance.

Sous la responsabilité du Président et du bureau de la SPL, la Direction et le personnel veillera à respecter ces engagements afin de pouvoir améliorer de façon continue les actions et services proposés par l'Office de Tourisme.

Tournon sur Rhône,

Le 31 janvier 2024

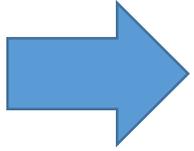
Le Président,

Bruno FAURE

Le Directeur

Nicolas RIDEAU

TRANSMISSION DES ENGAGEMENTS DE LA POLITIQUE QUALITE



Auprès des clients par le biais du site Internet AH dans la rubrique dédiée « Nos engagements qualité »

Des conseils personnalisés (personnel trilingue) - Un accueil toute l'année (7j/7 en saison) - Un service billetterie/spectacles/transports
Le wifi gratuit dans nos quatre bureaux-Un accès internet via des tablettes (Bureaux de Tain l'Hermitage, Tournon sur Rhône et Saint Donat sur L'Herbasse)- Borne d'accès 24/24 devant l'OT à Tournon- Des accueils hors les murs en saison- La vente de topoguides et ouvrages de patrimoine- L'organisation de visites guidées sur notre territoire

Par des actions concrètes pour améliorer la satisfaction

Assurer une écoute active des clientèles et des professionnels par le biais de questionnaires de satisfaction et d'enquêtes.

Partager les résultats et analyses auprès du Comité Local Qualité et travailler avec les équipes pour une amélioration continue des performances

Communiquer sa stratégie et politique qualité auprès des clientèles, du personnel, partenaires et institutionnels.

Poursuivre la professionnalisation de son personnel par le biais de formations ou de visites terrain permettant une meilleure connaissance de l'offre touristique.

Accompagner les professionnels dans leurs démarches de progrès autour de certifications ou labels ainsi que dans leurs recherches d'amélioration en lien avec les outils digitaux.

Développer la mise en réseau des partenaires pour une meilleure communication entre acteurs.

Dans les bureaux d'accueil avec l'affichage des informations sur le classement

Auprès des élus -institutionnels et professionnels avec la diffusion du MANUEL QUALITE lors des réunions de bureau et conseils d'Administration.

Auprès des partenaires dans l'espace PRO du site Internet par le biais d'informations sur les démarches de progrès –classement et labels

Auprès du personnel lors des réunions Equipes et Qualité

GESTION DE L'ENVIRONNEMENT : ECOGESTES

Ce manifeste décrit les actions menées par **ARDECHE HERMITAGE TOURISME** en faveur du **développement durable** (gestes simples en interne faisant appel au bon sens pour limiter l'impact sur l'environnement) ainsi que les actions en direction de nos **visiteurs/partenaires/fournisseurs**

En interne

GESTION DES SUPPORTS DE COMMUNICATION

- **Les documents édités** par l'office de tourisme sont **tous téléchargeables** sur le site internet de la structure pour inciter le public à préférer des numériques et n'imprimer que si nécessaire
- **Rationalisation du tirage de nos éditions**, afin de limiter le "gaspillage",
- **Envoi d'emails** sensibilisant nos visiteurs à l'impression raisonnée
- **Impression en « qualité brouillon » ou noir et blanc** pour le photocopieur et utilisation pour la partie « papeterie/bloc note »
- **Copies en recto verso** dès que possible
- **Utilisation du courriel** principalement (commandes/ comptes rendus /transfert d'informations)
- **Sensibilisation du personnel et stagiaires**

GESTION DES RESSOURCES

Gestion raisonnée des déplacements en privilégiant le covoiturage

- **Utilisation d'ampoules basse consommation**
- **Récupération des impressions recto** pour impression « brouillon »
- **Réutilisation** de la papeterie non abimée (pochette/ classeur)
- **Lumières et ordinateurs éteints** lorsque l'OT est fermé

GESTION DES DECHETS

- **Tri sélectif** (papier-verre-plastique)
- **Récupération** des cartouches d'imprimante pour recyclage
- **Compost alimentaire**

D'autres actions existes et sont menées en faveur du développement durable à l'encontre des **visiteurs/fournisseurs/Partenaires**



ORGANISATION DE LA SPL OFFICE DE TOURISME ARDÈCHE HERMITAGE

Bureau SPL
5 membres

1 Représentant de chaque actionnaire

Bruno Faure
Président Directeur
Général

Conseil d'Administration SPL
16 membres
12 com. Agglo + 1 Tain + 1 St Donat +
1 Tournon + 1 St Félicien

Direction & Responsables de Services



Nicolas RIDEAU

Directeur
opérationnel

n.rideau@ah-tourisme.com



Marie-Laure IAPTEFF

Adjointe de
direction

ml.iapteff@ah-tourisme.com



Sidonie MONNERON

Responsable
Communication

s.monneron@ah-tourisme.com



Catherine MAILLET

Responsable
Gestion
Comptabilité
(1/2 poste)

c.maillet@ah-tourisme.com

Pôle Accueil & Informations



Margot PIOTTI

Conseiller en séjours
Guidage
Coordinatrice Accueil
Animations
Partenariat

m.piotti@ah-tourisme.com

Référente Accueil de Saint-Donat



Perrine BORIONE

Conseiller en
séjours
Guidage

p.borione@ah-tourisme.com

Référente Accueil de Saint-Félicien



Chloé DIANIN

Conseiller en
séjours
(1/2 poste)

c.dianin@ah-tourisme.com

Référente Accueil de Tain l'Hermitage



Juliette
MARTINOD

Conseiller en
séjours
Guidage

j.martinod@ah-tourisme.com

Référent Accueil de Tournon



Alexis TOROK

Conseiller en
séjours

a.torok@ah-tourisme.com



Catherine
MAILLET

Conseiller en
séjours
(1/2 poste)

c.maillet@ah-tourisme.com



Lola ROY

Conseiller en
séjours
(alternance)

l.roy@ah-tourisme.com



Delphine BEGUE

Conseiller en
séjours

d.begue@ah-tourisme.com

Pôle Communication



Léa FARGE

Chargée de
Communication
digitale
(Réseaux Sociaux Gestion
Relation Client)

l.farge@ah-tourisme.com



Maeliss CARLONI

Animatrice
stratégie digitale.
(Web)

m.carloni@ah-tourisme.com



Chloé DIANIN

Chargée de Com
Editions
(1/2 poste)

c.dianin@ah-tourisme.com

ORGANISATION DE L'OFFICE DE TOURISME

Bureau : 6 membres

Président Directeur Général : Bruno FAURE

Conseil d'Administration : 16 membres

+ **Conseil Consultatif Stratégique de Professionnels** : 16 membres

ASSEMBLEE GENERALE avec les membres actionnaires uniquement

Comité de Contrôle Analogique : 5 membres

Comité Local Qualité : 9 membres

Président JL BONNET

1 réunion / mois sauf en été

3 réunions par an

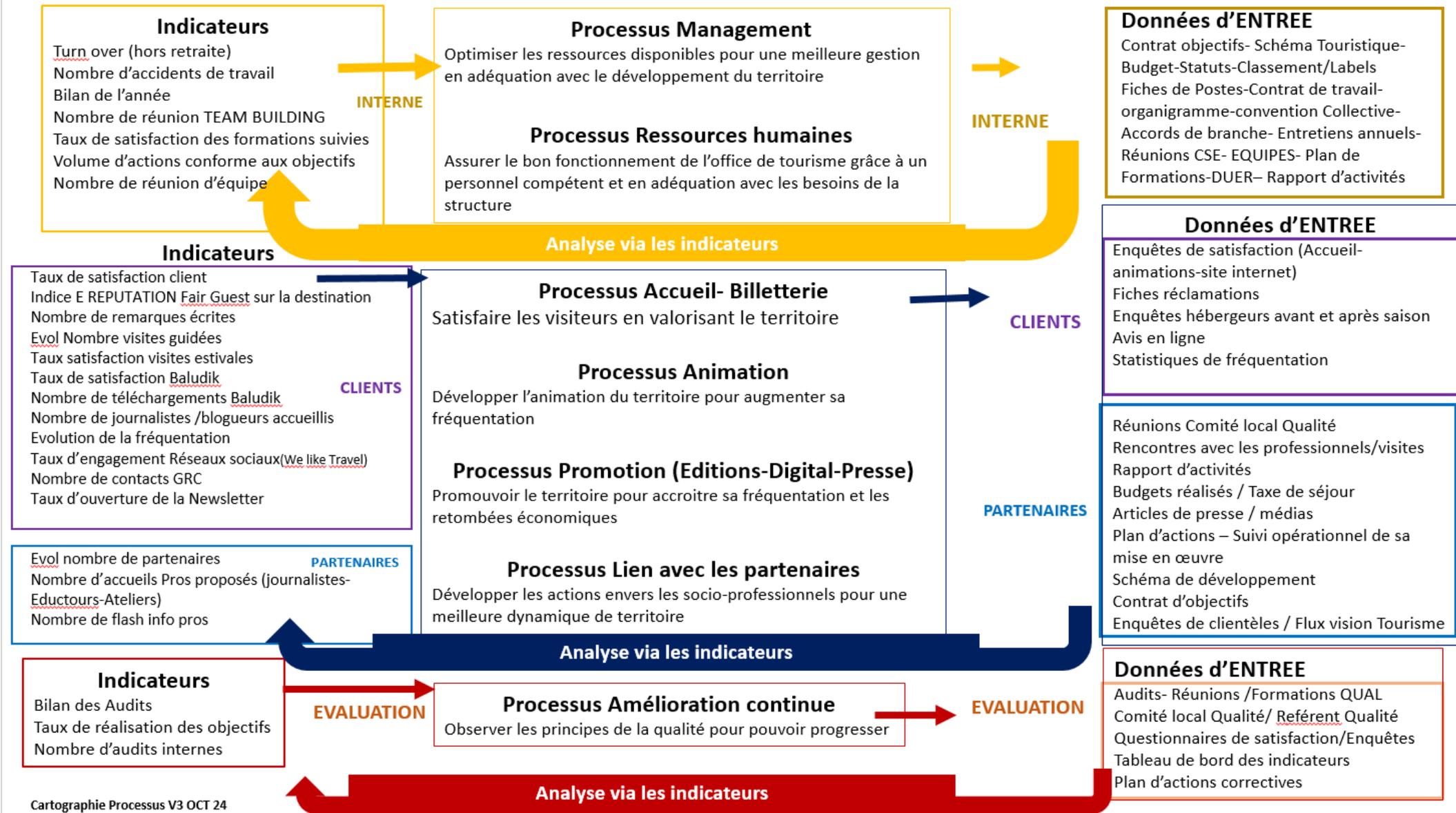
1 Assemblée Générale

2 réunions par an

2 réunions par an



CARTOGRAPHIE DES PROCESSUS



PROCESSUS ACCUEIL/BILLETTERIE: Engagements envers les visiteurs

Finalité : Satisfaire les visiteurs en valorisant la destination

Moyens : Enquêtes de satisfaction (accueil / Internet) - Fiches réclamation - Réunions Groupe de travail local Qualité- Enquêtes hébergeurs
Avis en ligne– Statistiques de fréquentation

Indicateurs : Taux de satisfaction client (impression générale)
Indice E reputation Fair Guest sur la destination
Nombre de remarques (écrites)

A surveiller : Variation taxe de séjour - lits touristiques- nbre de nuitées
Avis clients Web (sur OT)

Documents associés : Processus ACCUEIL // LOGIGRAMME ACCUEIL + LOGIGRAMME BILLETTERIE

Guide de bonnes pratiques

- Gestion billetterie
- Gestion des documentations*
- Note de comportement
- Gestion de l'affichage*
- Ouverture et fermeture OT*
- Accueil Téléphonique
- Déroulement de la journée*

GBP « Inventaire des domaines d'informations à gérer »

** GBP différents selon les bureaux*

Modèles ACCUEIL (Fiches MOD)

+ TUTOS/mode d'emploi



- Gestion des remarques
- Accueil comptoir
- Contacts à distance
- Gestion des statistiques
- Gestion boîte info
- Saisie APIDAE
- Gestion Revue de Presse
- ECOGESTES
- Accueil Hors les Murs
- Accueil stagiaires – saisonniers
- Location Tennis (Saint Félicien)

PROCESSUS ANIMATION: Engagements liés à la promotion

Finalité : Développer l'animation du territoire pour augmenter sa fréquentation

Moyens : Enquêtes de satisfaction des animations - Bilan des questionnaires et rencontres avec les professionnels - Rapport d'activités - Budget réalisé

Indicateurs : Evolution du nombre de visites guidées (*globale avec les visites guidées partenaires*)
Taux de satisfaction des visites estivales
Evolution de la fréquentation (*globale mais connaissance par secteur*)
Taux de satisfaction Baludik
Nombre de téléchargement Baludik (nouveau)
Evolution nombre de vélos loués (ST FELICIEN)

A surveiller : Evolution des attentes des clientèles, croisiéristes et des professionnels
Météo - annulations (attentats crise)- Nouvelles animations concurrentes
Changements d'URL pour le site - Accueil hors les murs - changements de comportement-
Développement de la billetterie en ligne- Evolution du nombre de bateaux et du nombre d'escales
Connections internet /utilisateurs (RGPD !)- Evolution des recettes (ppts visites)
Evolution du nombre de visiteurs (animations OT estivales)

Documents associés : Processus ANIMATION + LOGIGRAMME

Guides de bonnes pratiques (GBP) : - Gestion des visites guidées groupes
- Gestion saisie évènement Apidae
- Animation Baludik

Bilans et synthèses : - Tableau de bord des animations - Rapport d'activités -Bilan des animations
- Tableau de bord des visites guidées (groupes et croisiéristes)
- Questionnaires partenaires / Clientèles

Modèles ANIMATIONS (Fiches MOD) + TUTOS / mode d'emploi



PROCESSUS PROMOTION (Editions, digital, presse): Engagements liés à la promotion

Finalité : Promouvoir le territoire pour accroître sa fréquentation et les retombées économiques

Moyens : Enquêtes de clientèles ADT—Flux vision Tourisme - Retours des professionnels - Fréquentation (stats)- Articles de presse et médias
Bilan des actions –Rapport d’activités- Suivi opérationnel (MO plan d’actions)– Plan d’édition et de diffusion-Schéma de développement et Contrat d’objectifs
Taxe de séjours - Budget

Indicateurs : Nombre de journalistes/bloggeurs accueillis
Evolution de la fréquentation (*globale mais connaissance par secteur*)
Taux d’engagement (*réseaux sociaux WLT*)
Taux d’ouverture Newsletters
Nombre de contacts « grand public »/GRC

A surveiller : L’évolution des outils numériques ou embarqués- Le contexte géopolitique et climatique - Politique promotionnelle des ADT
L’évolution du nombre de créations (hébergeurs) - Variation taxe de séjour - Nbre de Fan réseaux sociaux
Nombre de salons (GP ou Pro) - Evolution du taux réactivité (clic moyen d’ouverture)

Documents associés : Processus PROMOTION + LOGIGRAMME

Guides de bonnes pratiques (GBP):

- EDITIONS/PRINT
- Gestion REVUE PRESSE
- Réseaux sociaux
- Agenda FB
- Newsletters/actus pour les pros
- Site Internet
- Photothèque
- Campaign
- Apimill
- Dahub

Modèles PROMOTION (Fiches MOD)

+ TUTOS / Mode d’emploi



PROCESSUS LIENS AVEC LES PARTENAIRES:

Engagements envers les institutionnels et le socio-professionnels

Finalité : Développer des actions envers les socio-professionnels pour une meilleure dynamique de territoire

Moyens : Budget - Contrats d'objectifs/Schéma de développement—Politique partenariat— plan d'actions- articles de Presse— Newsletters/Flash info

Indicateurs : Evolution du nombre de partenaires (avec partenaires produits)
Nombre de réunions/formations/Eductours/Ateliers pros/Petit dèj pro proposés (même si non réalisés)
Nombre de remarques (écrites)
Nombre de Flash-info Pros

A surveiller : Nombre de projets de création ou arrêts activité
Développement du FB pour les pros
Nombre de visites terrain réalisées par OT
Evolution du nombre de labels acc vélo- V& D - CH REF

Documents associés :

Processus LIEN AVEC LES PARTENAIRES + LOGIGRAMME

- Comptes rendus de réunions (Professionnels/SPL)
- MO opérationnelle (plan d'actions)
- Rapport d'activités (bilan actions - Fréquentation)
- Guide du partenariat
- Actus pour les PROS – Facebook Pros

Guides de bonnes pratiques (GBP) : Enregistrement nouvel hébergeur

Modèles LIEN PARTENAIRES (Fiches MOD)



PROCESSUS MANAGEMENT: Engagements envers la collectivité

Finalité : Optimiser les ressources disponibles pour une meilleure gestion en adéquation avec le développement du territoire

Moyens : Schéma de développement - Contrats d'objectifs - Statuts—Convention collective et accords—Rapport d'activités—Budget— Enquêtes de satisfaction— Formations du personnel - Entretiens

Indicateurs : Nombre de réunions d'équipes
Volume d'actions (en €) conforme à la convention d'objectifs

A surveiller : Evolution des territoires et des attentes (clients / personnel)
Taux de réalisation des formations
Variation de la taxe de séjour

Documents associés : Processus MANAGEMENT + LOGIGRAMME// Logigrammes SPL

- Comptes rendus de réunions
- Evaluation des fournisseurs
- Bilan des enquêtes saison + Professionnels
- Bilans financiers et suivi opérationnel (plan d'actions)
- Bilan des entretiens et fiches de suivie Formations

Modèles MANAGEMENT (Fiches MOD)



PROCESSUS RESSOURCES HUMAINES: Engagements en interne à l'Office de Tourisme

Finalité : Assurer le bon fonctionnement de l'office du tourisme grâce à un personnel compétent et en adéquation avec les besoins de la structure

Moyens : Contrat de travail et Fiches de Poste / Organigramme / Convention collective et Accords / Schéma de développement / Budget/ Formations / Entretiens annuels / Satisfaction client—personnel / DUER (document unique évaluation des risques)

Indicateurs : Turn over (hors retraite)
Nombre d'accidents du travail
Nombre d'arrêt de travail (hors maternité)
Motivation équipes (notations entretiens)
Taux de satisfaction des formations suivies Nouveau
Nombre de réunion Team Building

A surveiller : Taux de satisfaction Client—Réorganisation territoriale— Nouveaux outils—
Taux de réalisation des formations - Crise sanitaire—réorganisation télétravail

Documents associés : Processus RH + LOGIGRAMMES RH// LOG FORMATIONS -LOG RECRUTEMENT

Guides de bonnes pratiques (GBP) : Recrutement Nouveaux candidats, Saisonniers, Stagiaires
Guide du nouvel arrivant + fiche intégration + rapport étonnement
Plan de formation et suivi sur 3 ans
Bilan des entretiens

Modèles RH (Fiches MOD)



PROCESSUS AMELIORATION CONTINUE: Engagements qualité

Finalité : Observer les principes de la QUALITE pour pouvoir progresser

Moyens : Système de Management de la Qualité—Audits—Formations—Groupe de travail Local Qualité—réunions Qualité OT –Questionnaires de satisfaction

Indicateurs : Bilan des audits

Taux de réalisation des objectifs (indicateurs)

Nombre d’audits internes

Nombre de réunions / formation Qualité

A surveiller Contexte général Ext (épidémies)

Documents associés : Processus A CONTINUE + LOGIGRAMME

Guides de bonnes pratiques (GBP) : Auto evaluation

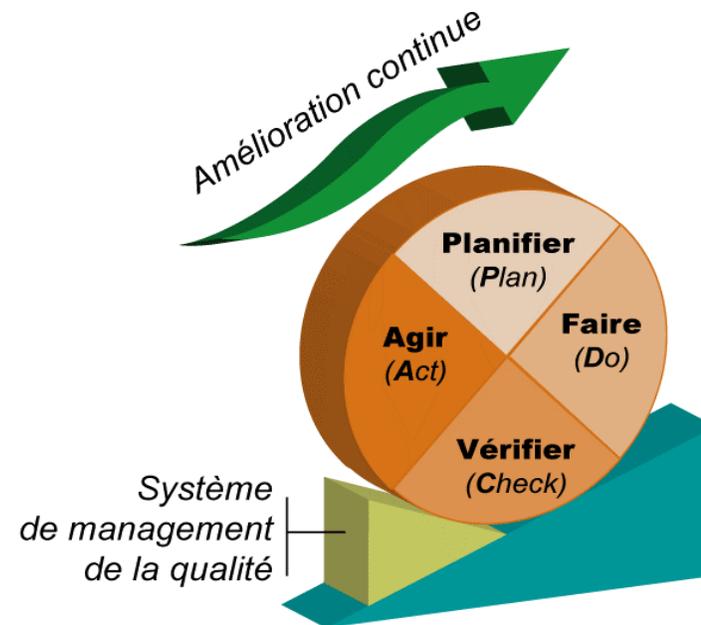
Bilan des audits - Bilan des entretiens

CR réunions Qualité ou Comité Local Qualité

Tableau de bord des indicateurs

Liste des enregistrements

Plan d’actions correctives





	TOURNON	TAIN	ST DO	ST FE
Novembre à Mars	Du lundi après-midi au samedi 10h00 – 12h00 14h00 – 18h00 Samedi fermeture à 17h00	Du mercredi au vendredi 10h00 – 12h00 14h00 – 17h00	Du mercredi au vendredi 9h30 – 12h00 14h00 – 17h30	FERME
Avril à Juin + septembre	Du lundi au samedi 9h30 – 12h00 14h00 – 18h00	Du mardi au samedi matin 9h30 – 12h00 14h00 – 18h00	Du mardi au samedi matin 9h30 – 12h00 14h00 – 18h00 (au lieu du lundi au samedi matin)	Du mardi au samedi matin 9h30 – 12h00 14h00 – 18h00
Juillet et Aout Du 15/06 à fin Aout (trn)	Du lundi au samedi 9h30 – 13h00 14h00 – 18h00 Le dimanche et jours fériés 9h00 – 13h00	Du lundi au samedi 9h30 – 13h00 14h00 – 18h00 Le dimanche et jours fériés 9h00 – 13h00	Du lundi au samedi 9h30 – 12h30 13h30 – 18h00 Le dimanche et jours fériés 9h30 – 12h30	Du lundi au samedi 9h30 – 12h30 13h30 – 18h00 Le dimanche et jours fériés 9h30 – 12h30 + semaine de l'Ardéchoise
Octobre	Du lundi après-midi au samedi 10h00 – 12h00 14h00 – 18h00 Samedi fermeture à 17h00	Du mardi au vendredi 10h00 – 12h00 14h00 – 17h00	Du mardi au vendredi 9h30 – 12h00 14h00 – 17h30 (au lieu du lundi au vendredi, fermé mardi)	Du mardi au vendredi 9h30 – 12h00 14h00 – 17h30 (au lieu du mercredi au vendredi)

NOS ENGAGEMENTS QUALITE Office de tourisme classé CAT I et certifié AFNOR



Cette marque prouve la conformité à la norme NF X 50-730 et aux règles de certification NF 237. Elle garantit que les activités d'accueil, d'information, de promotion/communication, l'évaluation et l'amélioration de la qualité de service sont contrôlés régulièrement par AFNOR Certification – 11, rue Francis de Pressensé – 93571 LA PLAINE SAINT DENIS Cedex –France-
www.marque-nf.com

