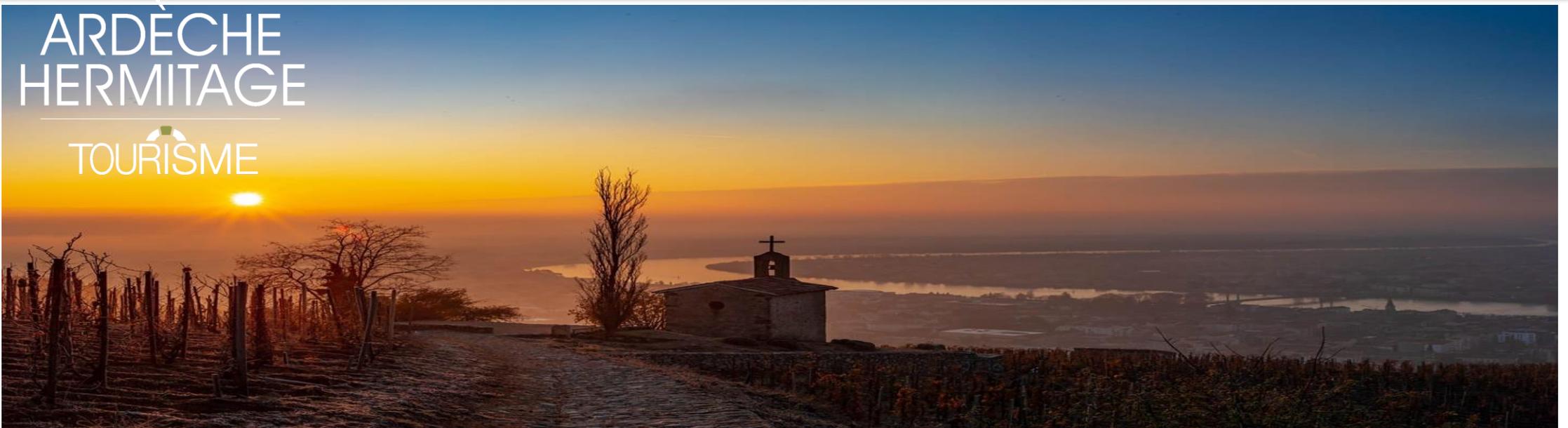




MANUEL QUALITE ARDECHE HERMITAGE TOURISME

| <u>REVISION</u> | <u>VERSION</u> | <u>DATE</u> |
|-----------------|----------------|--------------|
| 5 | VERSION 12 | JUILLET 2023 |
| 4 | VERSION 11 | JUN 2022 |
| 3 | VERSION 10 | JUIL 2021 |
| 2 | VERSION 9 | AOUT 2020 |



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



Tel : +33 (0)4 75 08 10 23/ **Fax** +33 (0)4 75 08 41 28

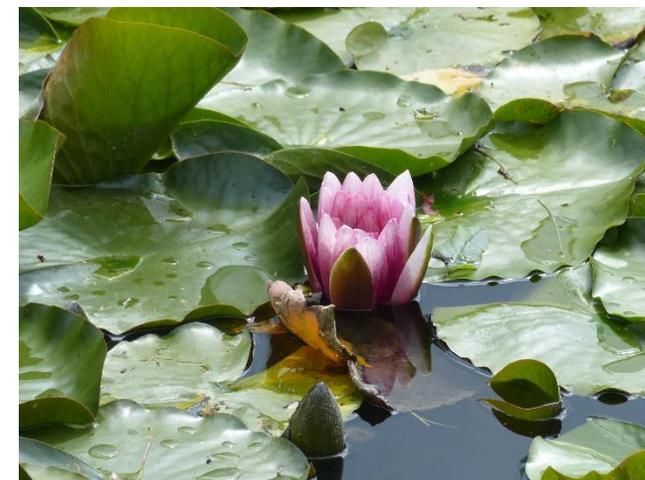
Mail : info@ah-tourisme.com - **Site Internet :** www.ardeche-hermitage.com

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 :

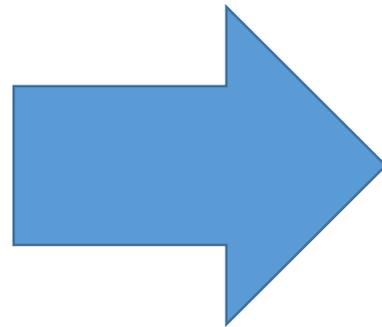
Accueil
Billetterie

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.

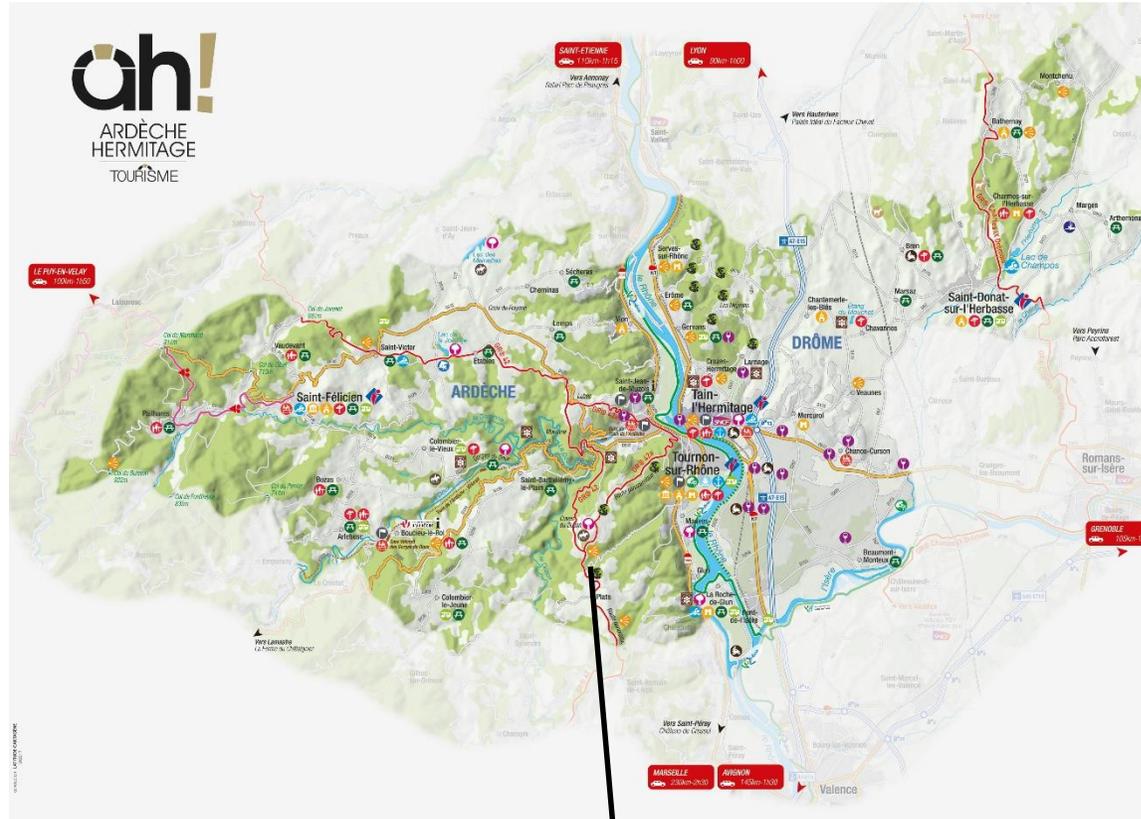
De nombreuses routes en balcon et belvédères ponctuent le territoire permettant ainsi d'apercevoir le massif des Alpes et le Vercors ainsi que les Monts du Vivarais lorsque l'on s'aventure sur les nombreux sentiers de randonnée pédestre ou voir même le long du parcours de « l'Ardéchoise permanente »

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 23 480 visiteurs en 2022 sur les 4 points d'accueil

84% clientèle Française, dont 49% de clientèle locale
16% clientèle Etrangère (+ de 50 nationalités différentes)

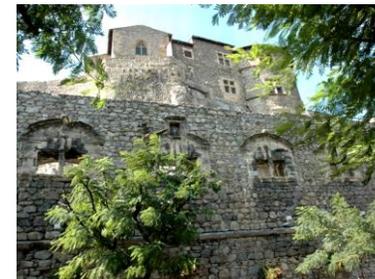
54% de visiteurs à Tournon
16% de visiteurs à Tain
13% de visiteurs à Saint Donat
17% de visiteurs à Saint Félicien

En 2022

338 958 sessions sur le site internet et 268 181 utilisateurs sur le site
Plus de 42 510 abonnés sur Facebook et 6 440 abonnés Instagram
40 551 Contacts Grand public (GRC)
3 893 appels téléphoniques
728 courriers postaux reçus
658 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)

1 023 832 nuitées touristiques Françaises (hors parents ou amis)

50 Millions € de retombées économiques (Françaises)

70 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

84 labellisés Vignobles & Découvertes

38 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)

369 escales sur Tournon et 227 escales sur Tain—20 bateaux différents

POLITIQUE QUALITE DE L'OFFICE DE TOURISME

NOTRE ENGAGEMENT : une satisfaction partagée par tous EQUIPES / CLIENTS/ PARTENAIRES/ELUS

Au 1^{er} janvier 2014, la SPL OFFICE DE TOURISME du pays de l'Hermitage et du Tournonais a vu le jour regroupant ainsi les Offices de Tourisme du Tournonais (07) et du pays de l'Hermitage (26) avec des bureaux situés de part et d'autre du Rhône à cheval sur 2 départements. Cette fusion a nécessité l'embauche d'un directeur pour mener à bien l'organisation de ce rapprochement des équipes et des services.

Au 1^{er} janvier 2017, le territoire de compétences de l'Office de Tourisme s'est encore agrandi afin de cadrer avec le nouveau territoire de la Communauté d'Agglomération Hermitage- Tournonais-Herbasse-Pays de St Félicien en incluant le bureau d'accueil de ST DONAT au 1^{er} avril 2017 ; Enfin le bureau d'accueil de ST FELICIEN nous a rejoints au 1^{er} janvier 2018.

Désormais, l'équipe compte 12 salariés permanents et de 4 saisonniers recrutés pour la période estivale.

Parallèlement, et afin de définir les orientations et enjeux touristiques du territoire fusionné, la Communauté d'Agglomération a lancé un nouveau schéma de développement touristique pour la période 2018-2021. 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 4 axes majeurs :

Devenir une destination touristique d'excellence en soutenant :

L'œno-gastronomie

Le vélo et la via Rhôna

Le fluvial et le Rhône

Soutenir la structuration d'une offre complémentaire :

Randonnée pédestre

Activités de loisirs ludiques et liés à l'eau

Hébergement marchand

Mettre en œuvre une politique marketing performante :

En s'appuyant sur la nouvelle marque de TERRITOIRE « AH ARDECHE HERMITAGE TOURISME »

Adapter l'organisation et les métiers au nouveau projet touristique :

A l'échelle du nouveau territoire

POLITIQUE QUALITE DE L'OFFICE DE TOURISME A REFAIRE MI + AJOUT TRANSMISSION pol qualité

Pour réussir dans tous ces domaines, l'Office de Tourisme s'attachera à :

- Assurer une écoute active des clientèles et des professionnels en mesurant la satisfaction**
- Communiquer sa stratégie et politique qualité auprès de son personnel, partenaires institutionnels ou privés**
- Evaluer l'efficacité de ses actions et le cas échéant, mettre en place des actions visant à améliorer les résultats**
- Poursuivre la professionnalisation de son personnel par le biais de formations ou de visites terrain permettant une meilleure connaissance de l'offre des partenaires**
- Soutenir les professionnels souhaitant s'engager dans des démarches de progrès (Label V&D Référentiel National des Chambres d'hôtes)**

Pour cela des moyens humains, matériels, financiers sont nécessaires et devront évoluer en fonction des nouvelles attentes et des besoins du nouveau Schéma de développement Touristique.

D'autres actions permettent également de développer et de maintenir un niveau de prestations de qualité :

La certification NF OFFICE DE TOURISME obtenu en Novembre 2016, et renouvelé chaque année depuis Précieux sésame qui récompense l'ensemble du personnel, direction, élus autour d'un engagement QUALITE. Les efforts sont récompensés mais nécessitent une rigueur et un maintien des objectifs dans le temps et sur l'ensemble des prestations et services de l'Office de Tourisme.

Avec l'arrivée de nouveaux collaborateurs et de nouveaux élus, la démarche Qualité prend toute sa place et facilite la réorganisation des services et du territoire. La certification NF permet également de communiquer plus largement auprès des clientèles, partenaires et des professionnels.

Le classement catégorie II obtenu en 2014 pour Tain et Tournon et Saint-Félicien - Afin de pouvoir continuer à améliorer ses services et prestations (*l'Office de Tourisme souhaite également demander un nouveau classement à l'horizon 2019, et ce pour l'ensemble de ces 4 bureaux d'Informations touristiques*)

Le **Label « VIGNOBLES & DECOUVERTES » obtenu par l'Office de Tourisme en juillet 2011** et renouvelé 2 fois depuis (*dernièrement en décembre 2017*). Ce label rassemble un ensemble de partenaires touristiques autour d'un thème « l'oenotourisme » et répondant aux exigences des critères Qualité demandés par ATOUT France.

Le Label « Accueil Vélo » obtenu en juillet 2015 et renouvelé en 2018 pour Tain et Tournon et Saint-Félicien. Ce label vise à améliorer les services et l'écoute client en matière de cyclotourisme et en lien avec la VIA RHONA.

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 1^{er} septembre 2018**

Le Président,

Bruno FAURE

Le Directeur

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

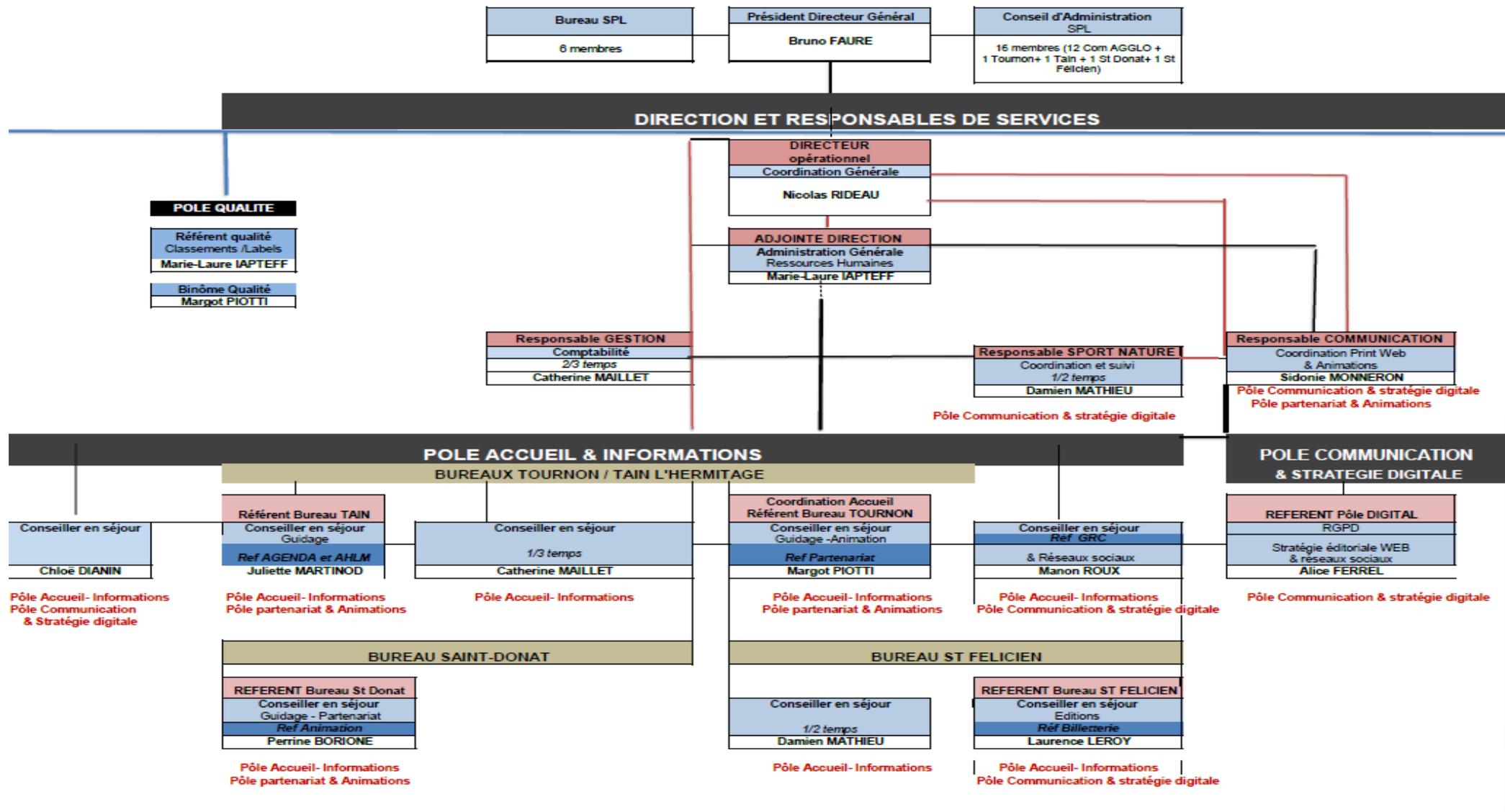
- **Tri sélectif** (papier-verre-plastique)
- **Récupération** des cartouches d'imprimante pour recyclage

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

ORGANISATION DE L'OFFICE DE TOURISME

ORGANIGRAMME DE LA SPL OFFICE DE TOURISME ARDECHE HERITAGE

Mise à jour : NOV 2022 BIS



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

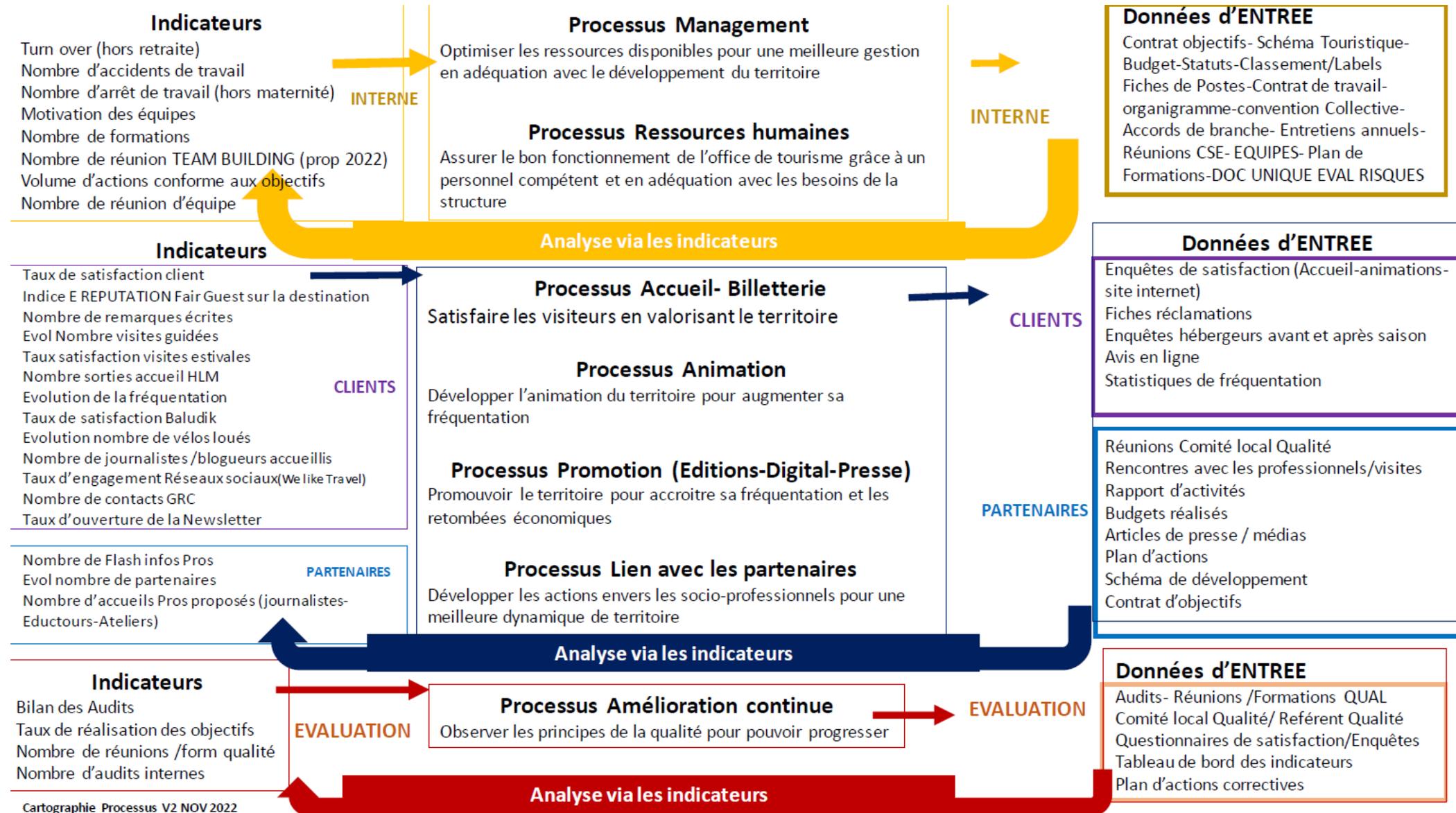
1 Assemblée Générale

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
- Locations VAE (St Félicien)
- Locations Tennis (St Félicien)
- Affichage Dispos du jour (site)
- Accueil Hors les Murs
- Accueil stagiaires - saisonniers

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

Connexions internet /utilisateurs (RGPD !)- Evolution des recettes (pds 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 (indic 18) - Nbre de Fan réseaux sociaux (indic 18)
Nombre de salons (GP ou Pro) indic 18 - Evolution du taux réactivité (clic moyen d’ouverture)

Documents associés : Processus PROMOTION + LOGIGRAMME

Guides de bonnes pratiques (GBP): - GBP EDITIONS/PRINT
- GBP Gestion REVUE PRESSE
- GBP Réseaux sociaux
- GBP Agenda FB
- GBP Newsletters/Flash Info
- GBP Site Internet
- GBP Photothèque
- GBP Campaign
- GBP Apimill
- GBP 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—Guide du 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 (indic 18)
Evolution du nombre de labels acc vélo- V& D - CH REF (indic 18)

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
- Flash-info 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 Nouveau candidat, Saisonnier

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

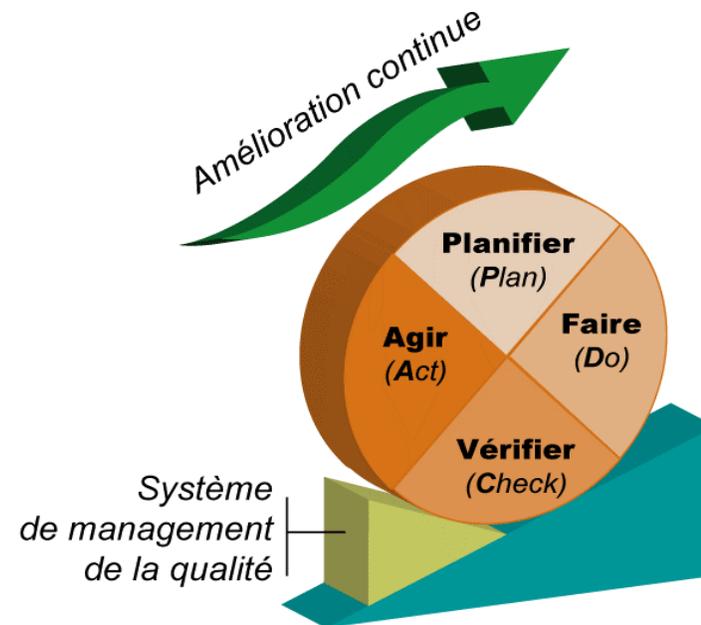
Bilan des audits - Bilan des entretiens

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

