

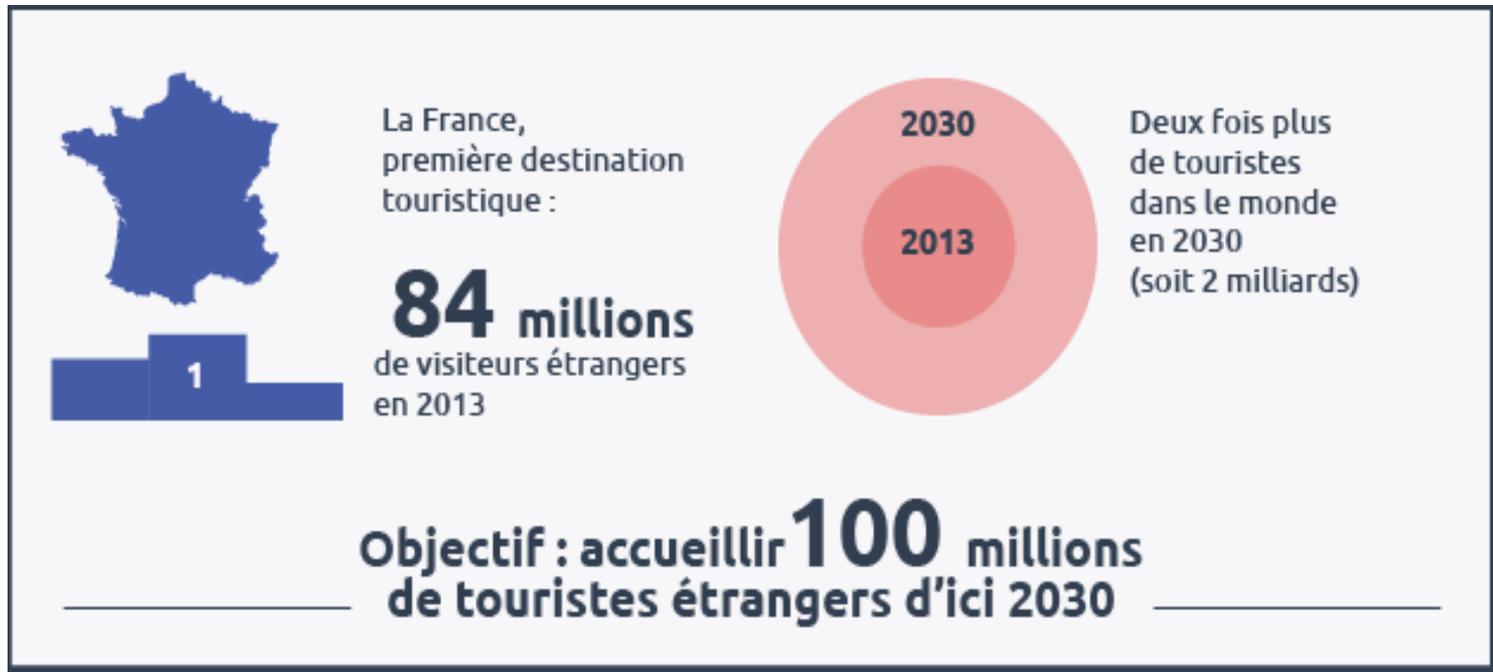
CONTRAT DE DESTINATION TOURISME DE MÉMOIRE & QUALITÉ TOURISME

31 MAI 2016



DIRECCTE NORMANDIE – S DROUET

OBJECTIF: RESTER LE LEADER MONDIAL



LES MOYENS POUR Y PARVENIR:

- **S'appuyer sur des destinations autour de marques visibles**
- **Etre en capacité de « bien » accueillir**

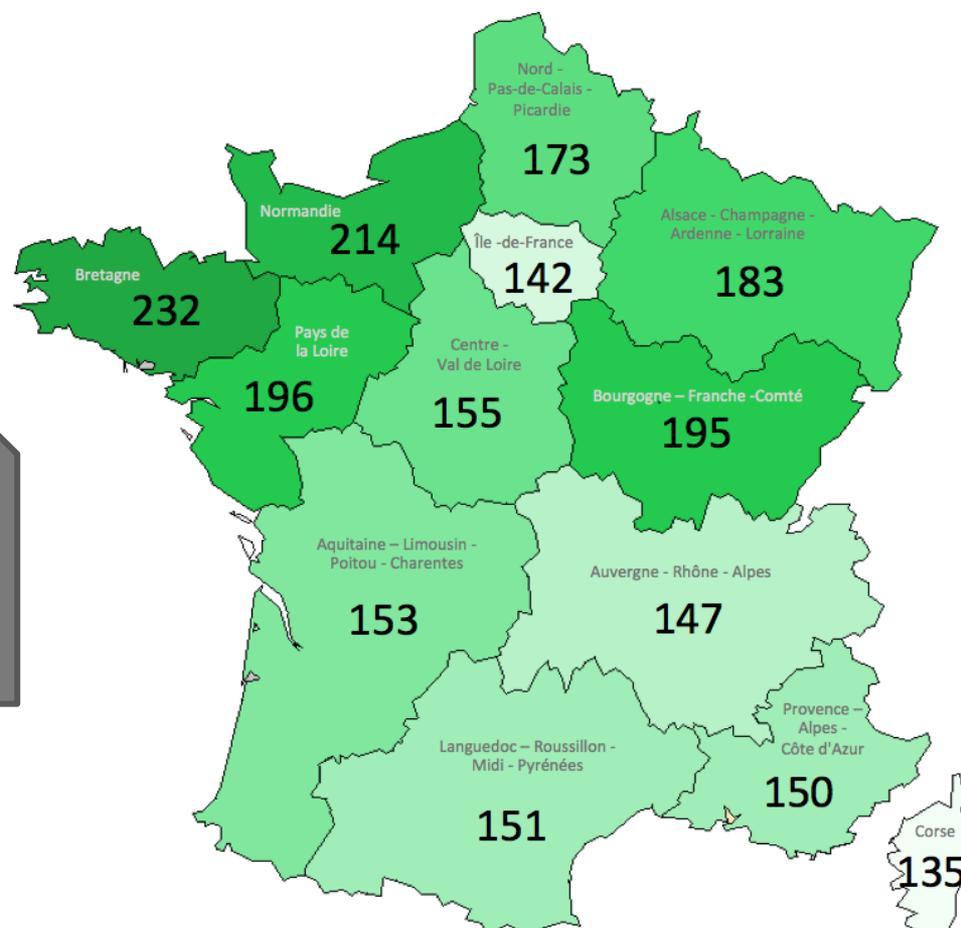
NÉCESSITE DE SE DÉMARQUER DE LA CONCURRENCE

- **Des destinations d'excellence**
 - 20 Contrats de destination
 - 5 Pôles d'Excellence Touristique
- **Des destinations organisées autour d'un territoire ou d'une thématique identitaire**
 - 11 SPOTT
- **Des destinations constituées**
 - 180 Stations de tourisme

**Avec un seul mot d'ordre :
la QUALITE DE L'EXPERIENCE**

LES ENJEUX DE LA COMPÉTITIVITÉ « QUALITE »

40% du choix d'une destination se fonde sur la recommandation de l'entourage



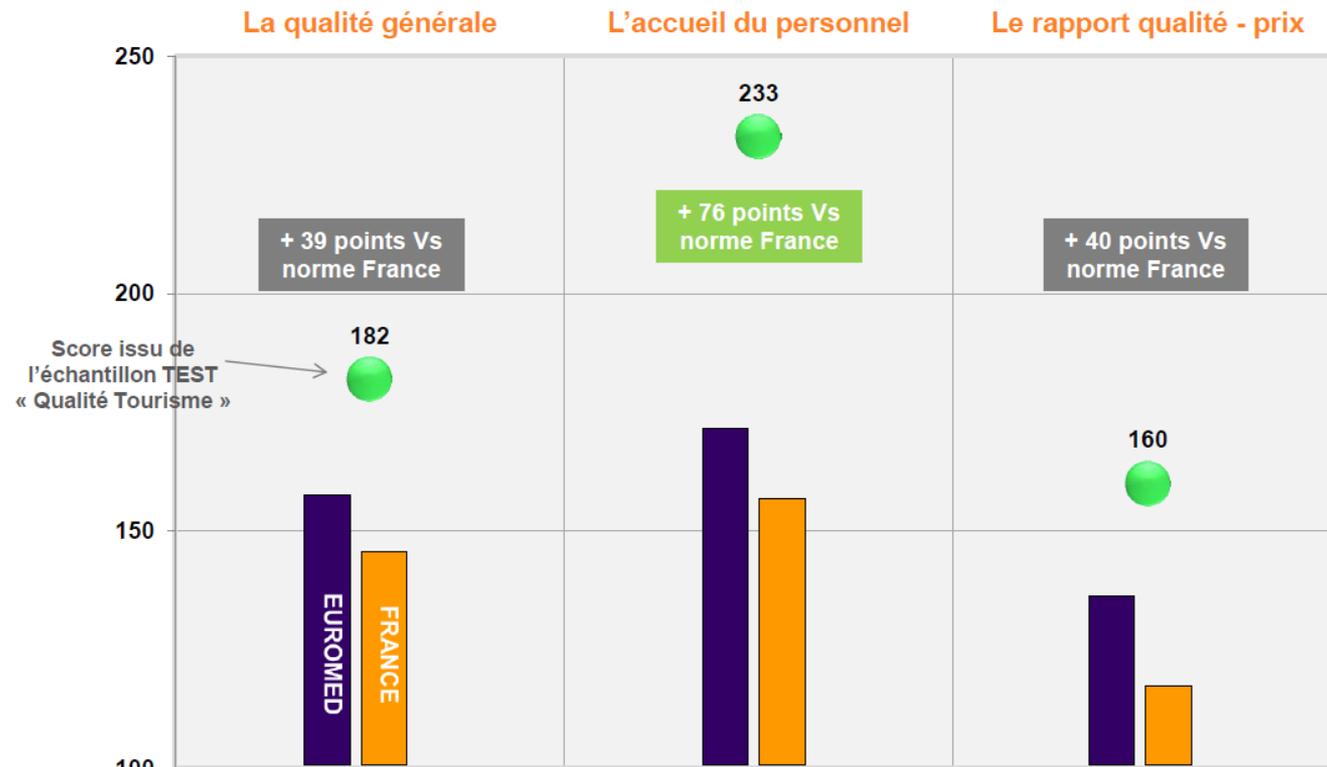
Enquête de compétitivité – qualité des régions Travelsat – accueil par la population locale - 2015

Renforcer la qualité d'expérience des visiteurs c'est agir sur le 1^{er} vecteur de recrutement pour les destinations touristiques

LES ENJEUX DE LA COMPETITIVITE

« QUALITE »

L'impact du plan Qualité Tourisme™ dans les hébergements



Indices de satisfaction à l'égard des établissements QT Vs Norme France et Euromed

QUALITÉ TOURISME™

UN ACCUEIL ET DES PRESTATIONS DE QUALITÉ GARANTIS PAR L'ETAT

Les garanties de la marque QT™ sont:

- **Le respect des engagements qualité propres à l'activité concernée**
- **La mise en place effective d'un système écoute client et une analyse des retours clients**
- **un contrôle indépendant au moins tous les 3 ans sous forme de visite mystère.**

A quoi s'engagent les professionnels du tourisme français ?

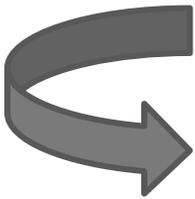
- **Un accueil chaleureux**
- **Un personnel attentif**
- **La maîtrise des langues étrangères**
- **Des prestations personnalisées**
- **Des informations claires et précises**
- **Une propreté et un confort assurés**
- **La découverte d'une destination**
- **La prise en compte des avis**

LA DÉMARCHE QUALITÉ

EN NORMANDIE

2 organismes accompagnent les prestataires:

- La CCIR Normandie et les 5 conseillers qualité
 - Offices de Tourisme et Territoires de Normandie
- + de 550 établissements labellisés**



DANS LE CONTRAT DE DESTINATION

TOURISME DE MÉMOIRE

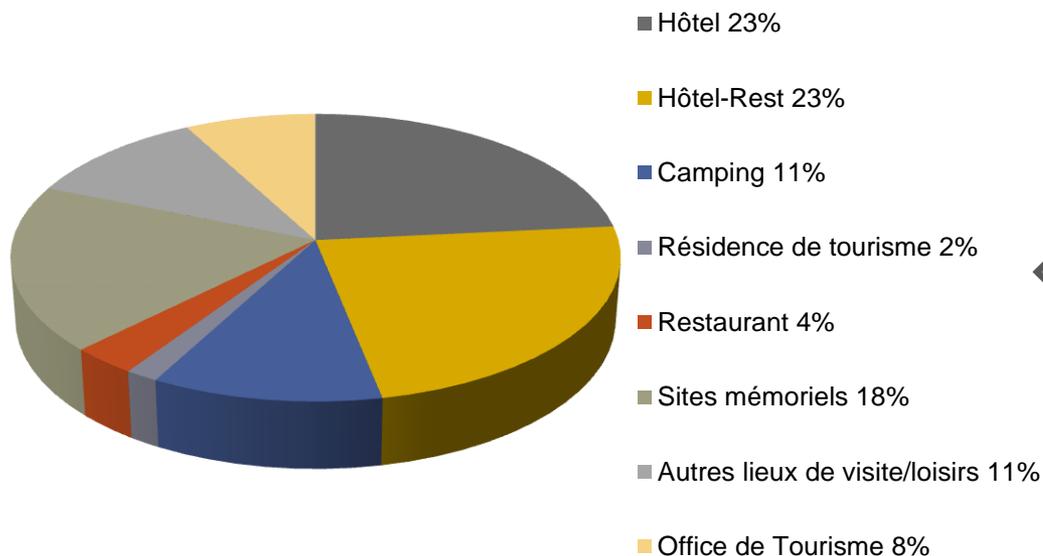
3 actions:

- II. Améliorer la qualité de l'accueil dans les OT
- III.1. Qualifier la chaîne de service
- III.2. Déploiement du référentiel QT – Sites de Mémoire
 - 2 outils spécifiques: un guide d'accompagnement et une charte éthique

QUALITE TOURISME ET CONTRAT DE DESTINATION AUJOURD'HUI

ESPACE LITTORAL DE LA BATAILLE DE NORMANDIE

Bilan 2015: 64 établissements labellisés



50% des sites
mémoriels
et 38% des
OT
de la zone
ELBN

**dont 3 nouveaux établissements marqués:
OT Bayeux – OT Cabalor et OT Ouistreham**

QUALITE TOURISME ET CONTRAT DE DESTINATION 2016

II. Améliorer la qualité de l'accueil dans les OT

- Evolution moindre du fait de l'impact de la loi NOTRe . Objectifs 2016-2017:
+ 4 OT

III.1. Qualifier la chaine de service

- Poursuite de la sensibilisation/accompagnement des prestataires dans l'espace ELBN - Objectif 2016 **+ 8 établissements toutes activités confondues**

III.2. Déploiement du référentiel QT – Sites de Mémoire

- Poursuite de la sensibilisation/accompagnement des sites mémoriels dans l'espace ELBN – lever les freins
- **Extension du périmètre à l'échelle de la Normandie**

Sensibilisation de l'ensemble des sites mémoriels normands potentiellement éligibles à la marque QT par l'envoi du guide d'accompagnement et coordonnées du conseiller QT référent