

Guide des audits en client mystère dans le cadre de la marque QUALITE TOURISME™ pour la filière des Offices de Tourisme

Sommaire

1. Les objectifs du Guide (p.1/11)
2. Les missions et les particularités des Offices de Tourisme (p.2/11)
3. Le contexte de la démarche qualité au sein des Offices de Tourisme (p.2/11)
4. Les prérequis liés à l'attribution ou au renouvellement de la Marque Qualité Tourisme™ pour la filière (p.4/11)
5. Les modalités de réalisation des audits Visite en « client mystère » (p.4/11)

1. Objectifs du Guide :

Ce guide destiné aux Offices de Tourisme, Relais Territoriaux, Cabinets agréés pour les visites mystère et Auditeurs agréés, a pour objectif de détailler les modalités de mise en œuvre des audits en client-mystère au sein des Offices de Tourisme dans le cadre de l'attribution ou du renouvellement de la marque QUALITE TOURISME™.

Il apporte ainsi des précisions concernant :

- Le contexte de la démarche qualité au sein des Offices de Tourisme : historique et évolutions à compter du 1^{er} octobre 2019
- Les missions et les particularités des Offices de Tourisme
- Les prérequis liés à l'attribution ou au renouvellement de la Marque Qualité Tourisme™
- Les modalités de réalisation des audits (de leur préparation à la finalisation du rapport) et de prise de décision.

Ce guide est complémentaire des guides relatifs aux audits et référentiels édités par la Direction Générale des Entreprises et n'a pas vocation à se substituer à ces documents de référence :

- Le Guide méthodologique des audits et des filières dans le cadre des audits réalisés pour Qualité Tourisme™

<https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/sites/www.qualite-tourisme.gouv.fr/files/files/espace-pro/guide-methodologique-audits-filieres-qualite-tourisme.pdf>

- Le Guide de calcul des audits Qualité Tourisme™

<https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/sites/www.qualite-tourisme.gouv.fr/files/files/espace-pro/guide-calcul-audits-qualite-tourisme.pdf>

2. Missions et Particularités des Offices de Tourisme

En fonction des spécificités et de la notoriété touristique des territoires et des destinations, les Offices de Tourisme remplissent plusieurs missions de proximité au service des visiteurs et de la population locale, en collaboration étroite avec la collectivité locale et les socio-professionnels du tourisme.

Leurs missions sont détaillées sur le site de la Fédération Offices de Tourisme de France : <https://www.offices-de-tourisme-de-france.org/les-offices-de-tourisme/les-missions-des-offices-de-tourisme>

Leur gouvernance et leur organisation ont été profondément impactées par la loi n° 2015-991 du 7 août 2015 *portant nouvelle organisation territoriale de la République* (dite « loi NOTRe ») et sa réforme quant aux compétences territoriales en matière de tourisme.

Ils peuvent avoir différents statuts juridiques (association, régie, EPIC, Société Publique Locale...).

3. Contexte de la démarche qualité au sein des Offices de Tourisme

a) Historique :

Les offices de Tourisme sont « pionniers » parmi les métiers de « service » engagés dans une démarche d'amélioration de la qualité de leur accueil.

La 1^{ère} norme française NF X 50-730 portant sur l'accueil-Information et la promotion-communication au sein des Offices et Syndicats d'Initiative remonte à 1997 et a été révisée en 2009 afin d'être actualisée en réponse aux nouvelles attentes des clients. Elle a également été étendue à l'ensemble de leurs missions : boutique, production et commercialisation de produits et prestations touristiques, activités événementielles.

Dans le cadre du Plan Qualité Tourisme décidé lors du comité interministériel du 9 septembre 2003, visant à améliorer l'offre touristique française et sa lisibilité, le Ministère du tourisme a déposé en 2005 à l'INPI la marque collective « Qualité Tourisme »TM.

La Direction Générale des Entreprises (DGE) anime et développe régulièrement ce dispositif, seule marque d'État attribuée aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations.

Offices de Tourisme de France, Fédération Nationale des Offices de Tourisme et syndicats d'initiative, est Partenaire national de la Direction Générale des Entreprises conformément au Règlement d'usage en vigueur, et a développé en concertation avec la DGE un référentiel propre à la filière.

La fédération a ainsi pour objectif de promouvoir la Marque Qualité TourismeTM et de coordonner la mise en œuvre et le suivi de la labellisation au sein du réseau des Offices de Tourisme et Relais Territoriaux.

L'accompagnement des professionnels en amont de la labellisation et lors du suivi intermédiaire est majoritairement réalisé par les Relais Territoriaux répartis sur le tout le territoire national (Fédération départementales ou régionales des Offices de Tourisme, Comités Départementaux du Tourisme ou Agences de Développement Touristique, Comité Régionaux du Tourisme), et à défaut de relais local, par Offices de Tourisme de France.

400 Offices de Tourisme sont titulaires de la Marque Qualité Tourisme™ au 30/12/2019 et environ une centaine d'audits externes sont réalisés annuellement.

La démarche des Offices vise en premier lieu à garantir la satisfaction des personnes accueillies et en 2^{ème} lieu des socio-professionnels, en disposant d'un signe de reconnaissance national reconnu.

Elle a également pour objectif d'améliorer l'organisation interne avec notamment des outils de pilotage et d'écoute client adaptés, de favoriser la transversalité des échanges et la communication interne, de mobiliser les équipes autour de l'axe client et de favoriser l'intégration des nouveaux collaborateurs ou saisonniers.

b) Principales évolutions de la Marque Qualité Tourisme™ applicable à la filière des Offices à compter du 1^{er} octobre 2019 :

A compter du 1^{er} octobre 2019, la Marque Qualité Tourisme™ applicable à la filière des Offices a connu des évolutions importantes portant sur :

o Les modalités d'audit :

Jusqu'au 1^{er} octobre 2019, la conformité aux critères était contrôlée **lors d'un audit planifié** réalisé par des auditeurs agréés par Office de Tourisme de France selon le référentiel national d'Offices de Tourisme de France ou par Afnor Certification (Marque Qualité Tourisme™ en équivalence avec la Certification de service sur la base du référentiel NF Service 237 Offices de Tourisme).

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 DGE 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 Offices de Tourisme de France.
- 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 Offices de Tourisme de France ; ou par Afnor Certification.

Compte tenu du délai nécessaire à la sélection des cabinets indépendants, les visites mystères débuteront à partir de janvier 2020.

o Le référentiel :

Depuis le 1^{er} octobre 2019, un nouveau référentiel est applicable à la filière des Offices de Tourisme. <https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/fr/espace-pro/referentiels-qualite-tourisme>
Les critères de ce référentiel sont répartis en 2 grilles d'audit (Audit complet et Visite mystère).
Les modalités de sélection des critères selon l'audit à réaliser sont décrites en partie 5.

o La saisie des rapports sur le portail Qualité Tourisme™ de la DGE

Désormais, l'ensemble des rapports sont uniquement saisis sur le portail de la DGE :

<https://portail.questionnaire-qualite-tourisme.fr/#/establishment>

○ **La décision de labellisation ou de renouvellement de labellisation :**

Jusqu'au 1^{er} 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), à la suite d'un audit complet planifié réalisé par des auditeurs agréés par Office de Tourisme de France selon le référentiel national d'OTF ou par Afnor certification.

La décision de labellisation est désormais prise par la DGE après avis motivé du Relais Territorial ou de la fédération Offices de Tourisme de France .

4. **Prérequis pour l'attribution ou le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme™ pour les Offices de Tourisme**

Les **prérequis communs à l'ensemble des établissements**, pour l'obtention ou le renouvellement de la Marque portent sur :

- le respect de la réglementation,
- la conformité au référentiel de la filière,
- le niveau de performance à 85% lors de l'audit « client-mystère » et lors de l'audit complet,
- le respect des critères liés à l'écoute client,
- et le respect de la fréquence des audits tous les 5 ans.

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 DGE. Offices de Tourisme de France 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 :<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000038410009&categorieLien=id>)

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 directeur 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.

5. **Modalités de réalisation des audits en « client -mystère » au sein des Offices de tourisme**

- a) **Principales étapes du déroulement des visites en client-mystère pour la filière des Offices de Tourisme**

Note : Le schéma ci-dessous ne présente que les seules étapes liées à l'audit client-mystère et non pas la totalité de la procédure d'attribution ou renouvellement de la Marque qualité Tourisme



™ et des précisions sont apportées pour chaque étape au paragraphe suivant et en annexe le cas échéant.

PREPARATION DE L' AUDIT EN CLIENT MYSTERE	1.1	L'Office de Tourisme ou le Relais Territorial en concertation avec l'OT (le cas échéant) sollicite(nt) un/des devis auprès de cabinet(s) d'audit « client-mystère » agréés inscrits sur la liste nationale établie par OTF. Afin de préparer et adapter son offre, le cabinet s'assure de disposer des éléments nécessaires (cf. liste en annexe n°1 ci-dessous 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 ^{er} audit la/les dates ou période d'audit à l'organisme accompagnant l'Office (Relais Territorial ou Offices de Tourisme de France) et non pas à l'office lui-même afin de préserver le caractère « mystère » des visites.
	1.2	En adhésion ou en renouvellement, l'Office dépose sa candidature auprès d'Offices de Tourisme de France directement sur son site internet www.offices-de-tourisme-de-france.org lors de la sélection du cabinet. Offices de Tourisme de France réceptionne et effectue la vérification des pièces du dossier de candidature et facture des frais de dossier.
	1.3	Le Relais Territorial ou OTF rattachent le cabinet sélectionné sur la fiche établissement de l'Office sur le portail de la DGE (https://portail.questionnaire-qualite-tourisme.fr/#/establishment)
REALISATION DE L' AUDIT EN CLIENT MYSTERE ET REDACTION DU RAPPORT	2.1	L'auditeur effectue les tests à distance 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.
	2.2	L'auditeur réalise la visite en client mystère de l'accueil du ou des Bureaux d'Information Touristique (BIT) en débutant par les BIT secondaires et en finissant par le BIT principal.
	2.3	L'auditeur audite en dévoilé les critères non observables en mystère à l'issue de la visite mystère sur le BIT principal.
	2.4	L'auditeur réalise un débriefing en présence du Directeur-trice de l'office et du Responsable Qualité.
	2.5	L'auditeur rédige en ligne le rapport pour l'ensemble des BIT dans les 7 jours à l'issue 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).
	2.6	A l'issue de la rédaction du rapport, quel que soit le taux de conformité (supérieur ou inférieur à 85%), l'auditeur ou le cabinet informe l'Office de la mise à disposition du rapport provisoire sur le portail et l'invite à lui adresser les éléments de preuve justifiant de la réalisation effective d'actions correctives portant sur les critères rattrapables.
	2.7	L'office de Tourisme adresse à l'auditeur les éléments de preuve justifiant de la réalisation effective d'actions correctives portant sur les critères rattrapables dans le délai de 1 mois. (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 »).
	2.8	L'auditeur contrôle les éléments de preuve à distance et corrige le rapport provisoire dans le délai de 7 jours après envoi des éléments de preuve par l'office et valide le rapport final (« audit terminé »).
DECISION	3	Le Relais Territorial ou OTF examinent le rapport de la visite mystère et sous réserve d'un taux de conformité général de 85% en adhésion ou renouvellement inscrivent l'Office à une commission mensuelle de la DGE via le portail. Ils donnent un avis favorable ou défavorable et motivent cet avis (ex : vigilance sur certains points d'amélioration, recommandations particulières). La DGE examine le rapport et cet avis afin d'attribuer ou maintenir le droit d'usage de la Marque Qualité Tourisme™. En cas d'avis favorable de la DGE, la notification de décision est téléchargeable sur le portail. En complément, un diplôme est adressé à l'Office par Offices de Tourisme de France.

b) Précisions sur les étapes :

1.1 Préparation de l'audit :

1.1a) -Définition du Bureau d'Accueil principal et des Bureaux d'accueil secondaires :

Quel(s) BIT vont être
audité(s) lors de l'audit en
client-mystère ?

- 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 » sont rattachés au BIT principal. 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 (à l'exception des triporteurs).

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 de façon aléatoire par le Relais territorial, OTF et l'auditeur selon ces critères : fréquentation, nombre d'heures d'ouverture annuel, résultats du pré-audit.**

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 est défini selon l'échantillonnage suivant :

BIT en plus de la structure principale	Nombre de visites mystère (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

1.1 b) Période de réalisation de la visite mystère et articulation entre la visite mystère et l'audit complet :

Quand la visite mystère est-elle réalisée ?

➤ Pour les audits d'attribution :

Réalisent un audit « 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.

La visite mystère est réalisée dans les 6 mois précédant l'audit complet.

➤ Pour les audits de renouvellement :

Cas particulier des Offices audités en 2018 et 2019 :

Afin de bénéficier d'une extension du droit d'usage de la Marque Qualité Tourisme™ de 3 à 5 ans et de maintenir ce droit d'usage, les Offices :

- audités en 2018, doivent réaliser une visite mystère d'ici au 31 décembre 2020.
- audités en 2019, doivent réaliser une visite mystère d'ici au 31 décembre 2021.

Principe général de planification des visites mystère et audits complets :

Selon le Guide Méthodologique de la Marque Qualité Tourisme™, la visite mystère et l'audit complet sont planifiés en concertation entre l'Office de Tourisme et le Relais Territorial selon les modalités définies dans ce tableau :

Date du dernier audit OTF	Date Audit complet	Date visite Mystère	Date prochains audits (n+5)
2016	2019	Au plus tard 31/12/2021	VM : Au plus tard 2026 Complet : Au plus tard 2024
2017	2020	Au plus tard 31/12/2022	VM : Au plus tard 2027 Complet : Au plus tard 2025
2018	Audit prévu en 2021 mais peut-être décalé jusqu'en 2023, si VM faite avant le 31/12/2020	Au plus tard 31/12/2020	VM : Au plus tard 2025 Complet : entre 2026 et 2028
2019 Jusqu'au 30/09 ancienne grille et à partir 01/10 nouvelle grille	Peut-être décalé jusqu'en 2024 si VM faite avant le 30/12/2021	Au plus tard 31/12/2021	VM : Au plus tard 2026 Complet : entre 2027 et 2029

Dans la mise en œuvre de ce calendrier, la Fédération nationale des Offices de Tourisme et la Commission Qualité qu'elle anime préconisent la réalisation de la visite mystère avant l'audit complet :

- la visite mystère dans l'année précédant l'audit complet
- l'audit complet au moins 2 mois avant l'échéance du cycle en cours.

Cette articulation a pour objectif :

- d'assurer une plus grande complémentarité entre la visite mystère et l'audit complet (notamment dans le suivi de actions correctives),

- d'assurer une plus grande cohérence avec les modalités de suivi de la labellisation par les Relais Territoriaux ou OTF sur un cycle de 5 ans,
- d'offrir aux relais territoriaux l'opportunité de regrouper l'organisation des visites mystères de plusieurs offices de leur territoire afin de mutualiser les frais de déplacement ou négocier les coûts.

La période de réalisation de la visite mystère est également définie par l'Office et le Relais Territorial afin que **les BIT à auditer : principal et secondaires (par échantillonnage le cas échéant), soient effectivement ouverts.**

Si un Office de Tourisme est dans l'impossibilité de réaliser sa visite-mystère, il peut faire **une demande d'un délai supplémentaire.** Cette demande écrite, qui devra être justifiée, sera traitée par Offices de Tourisme de France, qui pourra accorder à titre exceptionnel un délai de 6 mois maximum.

1.1c) Sélection du cabinet d'audit « visite en client mystère »

Quels cabinets peuvent être sélectionnés par l'OT ou son RT ?

La liste des cabinets agréés est disponible sur l'espace adhérent du site <https://www.offices-de-tourisme-de-france.org/>

Le cabinet et ses auditeurs (salariés ou sous-traitants) 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'Offices de Tourisme de France, d'un Office de Tourisme ou d'un Relais Territorial, ou d'Offices de Tourisme de France.
- à ne pas affecter sur la visite mystère un auditeur 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™, ou un auditeur agréé retenu 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.

1.1d) Eléments à recueillir à minima par le cabinet afin de préparer et adapter son offre :

Quelles informations fournir et recueillir ?

Ces éléments sont listés *en annexe n°1*.

1.2 – Dépôt et examen du dossier de candidature auprès d'Office de Tourisme de France

Lors du dépôt de son dossier de candidature sur l'espace adhérent d'OTF, l'Office de Tourisme adresse ces documents :

- Formulaire de candidature complété et signé
- Arrêté de classement
- Statuts
- La stratégie et les objectifs
- Plan d'actions annuel et bilan N-1
- La convention d'objectifs (si existante)
- Organigramme

- Comptes rendus du groupe qualité de destination
- Le plan de « la structure documentaire de l'Office permettant la transmission et la continuité du service »

Office de Tourisme de France vérifie les pièces transmises afin de s'assurer de la faisabilité de l'audit, et facture des frais de dossier.

1.3 - Rattachement du cabinet d'audit à l'Office de Tourisme

Sur le portail (<https://portail.questionnaire-qualite-tourisme.fr/#/establishment>) dans l'onglet « fiche établissement » de l'Office, le Relais Territorial indique le cabinet d'audit mystère retenu (par l'Office ou en concertation avec lui) en sélectionnant le nom du cabinet dans le menu déroulant dédié situé en dessous de la ligne « Partenaires » puis en enregistrant cette saisie.

2.1 Réalisation des tests mystère à distance :

Les tests mystères à distance sont réalisés conformément au tableau en annexe n°2.

Comment sont réalisés les tests à distance ?

L'auditeur ne participe pas à des tests à distance sans soutien lorsqu'il ne pratique pas couramment la ou les langues nécessaires pour l'évaluation.

La ou les langues étrangères sont choisies par l'auditeur selon la fréquentation de l'Office (il s'agit en principe des langues du site internet de l'Office).

Le critère courrier est « non mesuré » (cf. n°25)

Comment sont réalisées les visites mystère ?

2.2 Réalisation de l'audit en « client-mystère »

Déroulement des visites :

Les visites débutent sur les Bureaux d'Information Touristique secondaires et finissent sur le Bureau d'Information Touristique principal si le Directeur et le Responsable qualité sont basés sur ce site (à défaut, le dernier BIT audité sera celui sur lequel l'audit en dévoilé et le débriefing pourront être réalisés).

Contrôle et particularité de certains critères :

Les critères évalués « Non », « Insatisfaisant », « Très insatisfaisant » ou « Non mesurés », doivent impérativement être justifiés par un commentaire.

Les critères « Bonus » non satisfaits sont évalués « non mesurés ».

Afin d'évaluer les **critères relatifs à la boutique, il n'est pas nécessaire de réaliser un achat.**

L'évaluation propose pour chaque critère une infobulle (?) qui fournit des précisions sur son interprétation et le mode de contrôle requis, et indique si le critère est ou non à auditer dans le cadre de la visite mystère (à cocher en « non mesuré » dans ce cas).

Attitude en audit et règles de déontologie :

L'auditeur respecte certaines règles :

- Veiller toujours lors des tests téléphoniques et en face à face, à ne pas exposer trop précisément ses envies afin de laisser les conseillers en séjour dérouler leur argumentaire, présenter leurs territoires et démontrer leur savoir-faire.

- Comme les règles de l'art l'exigent, ne jamais poser de questions pièges en vue de pousser les audités à la faute ou de les placer dans une situation d'écart volontairement, et ne pas chercher à déstabiliser émotionnellement ses interlocuteurs.
- Avoir des demandes cohérentes par rapport au territoire et à la clientèle, ne pas se montrer extravagant, ni exagérément exigeant ou capricieux.
- Poser les questions utiles afin d'être renseigné comme un visiteur normal, ouvert et curieux.
- Pour investiguer avec la profondeur adaptée les critères à auditer, s'appuyer systématiquement sur les instructions fournies par le référentiel dans l'information détaillée de chaque critère (« constat visuel » par exemple) afin d'orienter son questionnement, son approche et ses investigations.
- Mettre en évidence les faits en toute objectivité, honnêteté et équité, avec exactitude et précision.
- Maintenir en permanence une attitude de dialogue et éviter toute attitude arbitraire et autoritaire et tenir un langage courtois.
- Avoir une présentation irréprochable (tenue vestimentaire, coiffure, posture ...).
- Être aimable, souriant et diplomate lorsqu'il s'agit de restituer des points de vue et observations.
- N'accepter aucun paiement, cadeau, commission ou autre avantage même non pécuniaire pour lui-même ou ses proches, de la part des offices évalués, de leurs représentants ou de n'importe quelle partie concernée ou non qui pourrait faire douter de son indépendance au moment de l'évaluation.
- Prendre toute précaution pour éviter que ne soient divulgués à des tiers, directement ou indirectement de son fait, des documents ou informations dont il pourrait avoir connaissance dans le cadre de ses activités d'audit.

S'il est amené à prendre des notes rapides sur un document lors de l'audit, l'auditeur veille à ne pas attirer l'attention du personnel de l'Office, afin de ne pas être identifié.

2.3 Réalisation de l'audit en dévoilé

A l'issue de l'audit en « mystère » sur le Bureau d'Information Touristique principal (ou secondaire si la Direction et le Responsable Qualité y sont localisés), l'auditeur se dévoile et demande à rencontrer le Responsable Qualité ou un autre membre du personnel afin d'évaluer les critères non auditables en mystère.

La 2^{ème} langue évaluée sera définie selon les flux de fréquentation du BIT ou selon le site internet.

La 3^{ème} langue sera évaluée en dévoilé (ex : constat visuel ou examen documentaire selon les critères).

2.4 Réalisation du débriefing

Après l'audit et avant le débriefing sur le Bureau d'Information Touristique principal (ou secondaire si la Direction et le RQ y sont localisés), l'auditeur doit prendre le temps nécessaire pour relire ses notes éventuelles avant de présenter ses constats.

En l'absence, du Directeur et du Responsable qualité, ce débriefing peut être réalisé dans les 8 jours suivant l'audit lors d'un rendez-vous téléphonique à une date et à un horaire convenus ensemble.

Lors de sa synthèse, l'auditeur décrit tout d'abord, son expérience client sur l'office en citant les points forts puis les points d'amélioration. Le bilan doit présenter la prestation de l'office telle que perçue par l'auditeur en tant que client : pas de jugement personnel (par exemple sur la décoration de l'accueil).

Dans un second temps, l'auditeur reprend les chapitres audités thèmes par thème, en mettant l'accent sur les principaux points de non-conformité au référentiel relevés.

2.5 Rédaction et contenu du rapport

Comment sont rédigés les rapports ?

Les **modalités de création de la trame d'audit** sont précisées *en annexe n°3* (sélection des critères à auditer).

Le rapport est saisi en ligne sur le portail dédié dans les 7 jours suivant la réalisation de la dernière visite sur le Bureau d'Information Touristique principal.

En complément des informations complémentaires suggérées dans le Guide méthodologique de la DGE (caractère provisoire de l'audit, nom des personnes avec lesquelles s'est déroulé le débriefing, éléments techniques de l'audit, élément de contexte particulier), **la partie « commentaire sur l'audit » précise notamment s'il s'agit d'une visite mystère (afin de distinguer cette visite de l'audit complet).**

La partie « Informations audit » indique la date de la visite mystère et des tests à distance concernant le BIT principal.

Le nom de chaque BIT secondaire audité doit être précisé afin de différencier les BIT concernés (BIT n°1XXXX, BIT n°2.XXXXX.).

Les dates des visites mystères de l'accueil des BIT secondaires et les dates et nature des test à distance pour chaque BIT sont indiquées dans la partie « nom du BIT ».

Dans le « compte-rendu de l'audit », il est recommandé de **classer les points forts et points d'amélioration par thèmes du référentiel.**

L'auditeur ne donne pas son avis sur la décision de labellisation (favorable ou non favorable).

2.6 Gestion des actions correctives sur les critères rattrapables

Les critères « rattrapables » peuvent faire l'objet d'actions correctives de la part de l'Office quel que soit le taux de conformité de l'audit en client mystère (>85% ou <85%).

Dans le délai de 1 mois, l'Office apporte à l'auditeur les éléments de preuve (ex : photos, documents...) témoignant des actions effectivement menées. Ces éléments de preuve transmis sont contrôlés avant correction éventuelle du rapport.

Le rapport définitif est validé sous 7 jours après envoi des éléments de preuve par le passage en « audit terminé ».

Votre contact au sein d'Offices de Tourisme de France :

Céline GEY

celine.gey@tourisme.fr – 01 44 11 10 33