

**ANNEXE AU DOSSIER DE CANDIDATURE**

**A LA MARQUE QUALITE TOURISME**



**Procédure de fonctionnement de la Marque**

**Qualité Tourisme via le référentiel**

 **Activités sportives et de loisirs**

1. **OBJET ET DOMAINE D’APPLICATION**

Seuls les parcs de loisirs dont l’activité principale est le Parcours Acrobatique en Hauteur, peuvent participer à cette démarche d’attribution de la Marque Qualité Tourisme.

Le présent document ainsi que ses annexes précisent les conditions d’application et d’obtention de la Marque Qualité Tourisme selon le référentiel Activités sportives et de loisirs, propriété du SNEPA, support d’évaluation des prestations dans le cadre de l’accord de délégation avec l’Etat.

Le référentiel qualité est accessible sur demande auprès du SNEPA.

1. **APPROBATION – REVISION DU DOCUMENT**

Le présent document a été approuvé par le SNEPA via sa commission qualité après avis de la Direction Générale des Entreprises (DGE). Il ne peut être révisé que par elle-même.

Les documents utiles à l’obtention de la Marque Qualité Tourisme (contrat et annexe) se trouvent en téléchargement sur le site du SNEPA. Ils peuvent faire l’objet de mises à jour. La veille et le suivi documentaire de la démarche qualité sont assurés via le site du SNEPA.

1. **PROCEDURE D’ATTRIBUTION DE LA MARQUE QUALITE TOURISME**

Avant de déposer un dossier de candidature, le parc s’assure qu’il remplit les pré-requis à savoir qu’il dispose des éléments suivants en cours de validité :

* Une attestation d'assurance Responsabilité Civile
* Une attestation de contrôle phytosanitaire
* Une attestation de contrôle technique

Le parc candidat s’auto-évalue à l’aide du questionnaire d’auto-évaluation en ligne sur le site de la DGE et s’assure qu’il remplit en grande partie les conditions définies dans le référentiel qualité concernant son activité.

La demande doit se faire après un minimum de 6 mois d’activité réelle pour la gérance avec ouverture au public. Pour un parc déjà porteur de la marque Qualité Tourisme, mais candidat suite à un changement de gestionnaire, la durée ne s’applique pas à la condition que la nouvelle gérance soit effective.

Le candidat s’engage :

* + à respecter ces mêmes conditions, pendant toute la durée d’utilisation de l’attribution de la marque, soit une période de 5 ans.
	+ à maintenir son niveau de conformité aux évolutions du référentiel qualité, via un audit mystère réalisé tous les 3 ans sur le parc
1. **PRESENTATION DES OBJECTIFS QUALITE DE LA DEMARCHE**
	1. **Présentation des résultats SNEPA**

La grille d’évaluation du SNEPA en vigueur se compose de 307 critères qui visent à évaluer la qualité de la prestation offerte aux clients des parcs acrobatiques en hauteur. Ils sont répartis selon les chapitres et sous-chapitres suivants :

|  |
| --- |
| **LA PROMOTION** |
| Préambule |
| Le flyer |
| Le site Internet |
| **LA RESERVATION TELEPHONIQUE – LA DEMANDE D’INFORMATION** |
| La prise de ligne |
| Le traitement de la demande / les reservations |
| Le répondeur |
| La demande d’informations |
| **L'ACHEMINEMENT SUR LE LIEU - LES EXTERIEURS - LA****SIGNALETIQUE - LA TERRASSE (SI EXISTANTE)** |
| Les abords du site et la signalétique |
| Le parking, les espaces extérieurs privatifs (si existants) |
| Les affichages extérieurs |
| **L'ESPACE D'ACCUEIL ET LA BILLETTERIE** |
| L'espace d'accueil |
| Billetterie (kiosque ou espace d'accueil) |
| **L’ACCUEIL DU CLIENT** |
| L'accueil du client à son arrivée |
| Le paiement et la facturation |
| **ACTIVITES DE LOISIR** |
| Loisirs ou multitactivité en espace aménagé |
| **SANITAIRES ET VESTIAIRES** |
| Les sanitaires |
| Les vestiaires |
| **LES SERVICES COMPLEMENTAIRES** |
| Les services proposés aux enfants |
| La boutique ou l'espace de vente (si existant) |
| La petite restauration (si existante) |
| La restauration traditionnelle (si existante) |
| Aire de pique-nique |
| **LE SUIVI DE LA QUALITE ET LA FIDELISATION DU CLIENT** |
| Le suivi de l'e-réputation |
| Le suivi des questionnaires de satisfaction |
| Le suivi des réclamations |
| Analyse de l'écoute client |
| **DEVELOPPEMENT DURABLE** |
| La sensibilisation |
| La prise en compte de l'environnement |
| Les aspects sociaux |
| La valorisation de la région |
| **LES DISPOSITIONS DE MANAGEMENT** |
| Les dispositions de management (si plus de 5 employés) |
|  **THEMATIQUE : PAH** |
| Répartition du personnel |
| Les parcours et les équipements |
| Adaptabilité du langage du client |
| Volet environnemental |

*Un système de pondération permet de valoriser l’impact des items, des chapitres dans la note globale.*

* 1. **Présentation des résultats Qualité Tourisme**

L’évaluation des 307 items permet d’alimenter le référentiel Qualité Tourisme qui organise l’évaluation des engagements nationaux suivants :

|  |
| --- |
| **INFORMATION ET COMMUNICATION** |
| **SAVOIR-FAIRE SAVOIR-ETRE** |
| **CONFORT ET PROPRETE** |
| **DEVELOPPEMENT DURABLE ET VALORISATION DU TERRITOIRE** |
| **QUALITE DE LA PRESTATION** |

Afin d’être éligible à la marque Qualité Tourisme, le candidat doit obtenir une note globale d’au minimum 85 % **et tendre vers les 80 % par chapitre.**

**PROCEDURE D’ATTRIBUTION DE LA MARQUE**

***Réunion d’information Qualité Tourisme lors de l’assemblée annuelle ou par tout autre moyen : site internet du SNEPA…***

***Auto-évaluation à l’aide de l’outil de pré-diagnostic en ligne sur le site de la DGE***

***Dépôt du dossier de candidature du parc***

***Réception et validation du dossier par le SNEPA (J)***

***Entretien téléphonique de validation de l’évaluation***

***Mise en place d’un plan d’actions (J+10)***

***Entretien d’évaluation des actions correctives (J+40) Déclenchement de l’audit mystère par le SNEPA***

***Audit client mystère sur site (juillet/août) avec débriefing et évaluation de l’ensemble des items***

***Avis favorable***

***Avis défavorable***

***Levée possible de non-conformité par voie documentaire dans un délai de 15 jours à compter de la date de notification***

***Passage de la candidature en Comité de sélection***

***2 décisions possibles :***

* ***Recommandation d’attribution de la marque Qualité Tourisme pour 5 ans***
* ***Avis motivé de non recommandation à la marque Qualité Tourisme***

***Décision finale délivrée par la DIRECCTE***

# Application de la procédure d’attribution de la marque

# La candidature et la préparation à l’audit

## Les candidatures sont à déposer auprès du SNEPA au plus tard avant le 31 mai de l’année

##  pour un audit mystère au cours de la saison estivale.

## Après instruction de la recevabilité de la candidature, le SNEPA missionne un consultant qualité afin d’accompagner le parc dans sa préparation à l’audit et délivre l’outil de pré-diagnostic au candidat.

## Les phases de préparation à l’audit devront se terminer au plus tard le 15 mai

## La phase d’accompagnement, prise en charge par le SNEPA ne prévoit pas de déplacement du consultant qualité sur site. Les entretiens sont réalisés à distance par téléphone ou en visioconférence. Les parcs ont toute latitude pour prendre en charge le surcoût de réunions sur site qu’ils devront contractualiser eux-mêmes avec le consultant.

## En vue de ses audits de renouvellement N+3, N+6, N+9… le parc bénéficie à nouveau d’un accompagnement de suivi dans le cadre de son adhésion au dispositif SNEPA.

#  La visite mystère

## Les établissements du réseau SNEPA étant des établissements saisonniers, la campagne d’audits se déroule entre le 10 juillet et le 25 août, pendant les heures d’ouverture du parc.

## La contractualisation relative à l’audit client mystère se fait directement entre le SNEPA et l’organisme de contrôle. Le coût de l’audit est à la charge du SNEPA.

## Les contre-visites sont à la charge du parc candidat. La contractualisation intervenant entre le parc candidat et l’organisme de contrôle.

## La contractualisation doit intervenir le 30 juin au plus tard. Tout dossier incomplet à cette date engendrera un report d’un an de la procédure d’attribution de la marque. Ce report n’engendra pas un accompagnement supplémentaire de la part du SNEPA.

## Le coût de la prestation consommée par l’auditeur mystère est à la charge du parc candidat qui devra le rembourser à l’issue de l’audit sur site.

## En aucun cas, l’audit client mystère ne peut être réalisé par le consultant ayant réalisé l’accompagnement du parc candidat.

#  L’avis de l’organisme de contrôle

## L’organisme de contrôle émet un avis favorable si les minimums requis sont atteints et défavorable dans le cas contraire.

##  En cas d’avis défavorable, l’organisme le notifie au parc candidat et lui indique qu’une période de levée de non-conformité par voie documentaire d’une durée de 15 jours à réception de la notification est ouverte.

##  Les items liés à l’accueil ne sont pas concernés par cette procédure de levée par voie documentaire. On entend par voie documentaire, uniquement l’envoi de factures, de documents et de photographies. Les devis et bons de commande ne sont pas recevables.

# Le comité de sélection

## Il se réunit une fois par an fin septembre/début octobre. Il peut se réunir en urgence à la demande de l’animatrice réseau (cf 5.6).

## Il est présidé par le président de la commission qualité et se compose d’un représentant de l’organisme de contrôle, de deux membres désignés de la commission qualité et de l’animatrice réseau soit cinq membres. Cette organisation donne au processus de décision un caractère impartial et transparent. Elle permet de prévenir toute forme d’accusation, de favoritisme ou d’injustice.

## Lors de sa première réunion, l’assemblée désigne un vice-président parmi les membres de la commission qualité en capacité de suppléer le président en son absence et ainsi permettre le bon fonctionnement du comité. L’animatrice ainsi que le représentant de l’organisme de contrôle ne peuvent prétendre à cette fonction.

## Tous les membres ont voix délibérative. Le quorum des « présents et représentés » est fixé à quatre. Le quorum des présents est fixé à trois. Les membres absents peuvent laisser un pouvoir à un autre membre pour les représenter et voter en leur nom. Chaque membre présent ne peut disposer que d’un seul pouvoir.

## Le comité peut se réunir en visioconférence. Le huis clos peut-être décidé s’il est demandé par la majorité des membres présents, ceci afin de préserver la sérénité des débats.

## Les décisions sont prises à la majorité simple des membres présents et représentés. Le vote se fait à main levée mais le vote à bulletin secret est de droit si l’un des membres le demande. En cas d’égalité, la voix du président est prépondérante. En cas de rejet des dossiers, les motifs doivent être clairement exposés par écrit et transmis au candidat dans la semaine qui suit la décision.

## En cas d’examen d’une candidature dont l’un des membres présents est intéressé (propriétaire, gestionnaire), ce dernier quitte physiquement la salle afin de permettre une délibération en toute quiétude en son absence. Dans ce cas uniquement, le quorum ne s’applique pas. Le comité veillera cependant à ce qu’au moins trois membres prennent part au vote, faute de quoi, le comité se déclarera incapable de délibérer.

## Le comité est souverain de ses décisions qui sont notifiées par son président. L'obtention d'un taux de conformité est une condition nécessaire mais non suffisante pour que le candidat obtienne le droit d’usage de la Marque. Le Comité de sélection peut émettre des réserves si le rapport d’audit souligne une lacune matérielle qui est considérée comme rédhibitoire par le Comité. Dans le cadre d’une reconduction du droit d’usage de la Marque, l'obtention d'un taux de conformité est une condition nécessaire mais non suffisante. Le Comité peut émettre des réserves ou refuser la reconduction du droit d’usage notamment dans le cas suivants:

### si les prérogatives de l’établissement relatives à l’écoute client ne sont pas respectées,

### si l'absence de mise en œuvre du plan d’actions validé par le référent qualité de la démarche est constatée,

### si les pistes d’amélioration identifiées lors de l’audit précédent n'ont pas été mises en œuvre,

### si le rapport d’audit souligne une lacune matérielle qui est considérée comme rédhibitoire par le Comité de sélection,

### si le droit d’usage de la Marque Qualité Tourisme n’est pas valorisé sur les outils de communication du parc ou si la plaque Qualité Tourisme n’est pas apposée à l’extérieur de l’Etablissement.

### si les avis recueillis sur les sites Internet d’avis Clients (Tripadvisor, Google, Yelp…) font état d’un nombre important de commentaires négatifs, particulièrement sur des critères relatifs à l’accueil.

## Un candidat s’estimant lésé par le comité de sélection peut formuler un appel auprès du président du comité. Sa demande d’appel sera documentée et devra apporter des éléments nouveaux faute de quoi, la demande ne sera pas prise en compte. Le comité de sélection procèdera à un nouvel examen de la candidature à l’aune des éléments transmis.

## L’animatrice du réseau tient le secrétariat du comité et établit un procès-verbal relevant l’ensemble des présents, des pouvoirs, des décisions et des votes du comité. Le président du comité approuve et paraphe ce procès-verbal.

L’ENSEMBLE DE CES ELEMENTS EST TRANSMIS A LA DIRECCTE, CHARGÉE DE DELIVRER LA DECISION FINALE EN FONCTION DU DOSSIER DE CHAQUE PARC ET DES COMMENTAIRES ET AVIS EMIS PAR LE COMITÉ DE SELECTION. **LE COMITE DE SELECTION N’A QU’UN AVIS CONSULTATIF DANS LA DECISION FINALE.**

# L’écoute client et le suivi qualité de la démarche

## L’animatrice réseau assure l’écoute client pour le réseau délégataire SNEPA en complément de la gestion mise en place au niveau du parc.

## L’écoute client se compose du traitement systématique des réclamations ainsi que du recueil et de l’analyse de la satisfaction client par voie de questionnaires et/ou d’enquêtes client.

## Les coordonnées de l’animatrice réseau en charge de la gestion de l’écoute client sont clairement indiquées aux clients par un affichage dans le parc et/ou sur les questionnaires de satisfaction ainsi que sur le site Internet du SNEPA.

## En cas de saisie directe d’une réclamation, l’animatrice accuse réception de la réclamation dans les trois jours et demande au parc de procéder à son traitement

## Le parc a pour obligation de répondre aux clients en cas de réclamation et respecte les délais suivants : trois jours pour accuser réception de la réclamation (sauf en cas de saisie indirecte) et quinze jours pour traiter l’ensemble de la réclamation. Il fait copie de ses réclamations et de ses réponses à l’animatrice réseau.

## L’animatrice peut saisir le comité de sélection en cas de réclamations récurrentes vis-à-vis d’un parc. La récurrence est définit par trois réclamations rédhibitoires au cours d’une période d’un an. Le comité de sélection peut suspendre le droit d’usage de la marque Qualité Tourisme et demander au parc incriminé, la réalisation d’un audit qualité mystère (à la charge du parc), afin de s’assurer du niveau de qualité satisfaisant au regard des exigences de la démarche qualité.

# Validité et retrait du droit d’usage de la marque Qualité Tourisme

## Le droit d’usage de la marque Qualité Tourisme est décidé par la DIRECCTE et délivré par le SNEPA.

## Ce droit d’usage permet au SNEPA de délivrer la plaque « Qualité Tourisme » ainsi que la charte graphique au parc concerné.

## La plaque « Qualité Tourisme » est mise à disposition par le SNEPA. Elle reste propriété du SNEPA. Elle devra être restituée sous 30 jours au frais du parc en cas de retrait de la marque, sous peine d’astreinte de 50 euros par mois de retard.

## Ce droit d’usage permet à l’animatrice d’alimenter la base nationale des établissements porteurs de la marque Qualité Tourisme.

## Tout parc qui ne renouvelle pas son affiliation à la démarche qualité du SNEPA perd de facto son droit d’usage de la marque.

## Le refus d’un parc de se soumettre à un audit de contrôle demandé par le comité de sélection (cf. 5.6) est synonyme de retrait définitif de la marque Qualité Tourisme.

## Le refus d’un parc de se soumettre à un contrôle de renouvellement à l’issue des trois années et six mois de validation de l’audit qualité mystère précédent engendre le retrait de la marque Qualité Tourisme.

## L’animatrice saisit le président du comité de sélection et la DIRECCTE afin de notifier au nouveau gestionnaire d’un parc, déjà porteur de la marque Qualité Tourisme, son retrait du dispositif si ce dernier ne s’engage pas dans la démarche avec un audit qualité mystère réalisé lors de campagne d’audit à venir, si cette dernière n’est pas ouverte.

## La DIRECCTE peut décider du retrait du droit d’usage en cas de non respect des taux de conformité lors d’un audit de renouvellement ou de contrôle.

## La DIRECCTE peut décider du retrait du droit d’usage en cas de manquement grave et/ou répété aux engagements du parc dans le cadre de sa participation à la démarche qualité : écoute client, utilisation de la marque, non valorisation de la marque, manquement à ses obligations réglementaires…

## La marque peut être retirée sur décision de l’Etat.

**Lu et approuvé à \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, le\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Signature + cachet**