

Bilan Qualité

2021

- Qualité Tourisme : nouveautés réglementaires et renouvellement de la marque pour l'OTI
- Bilan Qualité 2021
- Nos axes d'amélioration
- Perspectives 2022



QUALITÉ TOURISME™



223 critères en 9 chapitres

- 1 - Promotion/ Communication
- 2 - Stratégie d'accueil
- 3 - Boutique / Commercialisation
- 4 - Développement durable
- 5 - Ecoute-clients (e-réputation, satisfaction, réclamation)
- 6 - Promotion Qualité Tourisme
- 7 - Moyens pour assurer la qualité des services
- 8 - Engagements internes et envers la collectivité
- 9 - Management (formations, communication interne...)

Nouveautés sur la marque



2 audits obligatoires

⇒ Audit complet

⇒ Visites-mystères



Résultat : 85% minimum

Une validité de la marque : 5 ans



RENOUVELLEMENT DE LA MARQUE



1/ Audit complet (= documentaire)

- Seul le bureau principal de Pornic est audité : 4 et 5 juillet 2022
- Des tests à distance (demandes par mail, téléphone, formulaire site Internet, réseaux sociaux)
1 en français et 1 en langue étrangère
- Présence de l'auditeur agréé à Pornic : 1,5 jour

2/ Visites en client mystère dans 5 bureaux (Pornic + 4 autres OT)

L'échantillon des Offices de Tourisme audités en visite mystère est choisi selon ces critères :

- situé sur des stations classées
- fort niveau de fréquentation touristique
- amplitude des heures d'ouverture



GROUPE QUALITÉ DESTINATION

Critère obligatoire n°155 - L'OT met en place un ou des Groupe(s) Qualité de Destination impliquant au minimum des élus locaux ou des techniciens de la collectivité et les partenaires.

156 - **Le bilan d'écoute clients** de l'OT est présenté au Groupe Qualité de Destination

157 - Les remarques, suggestions, dysfonctionnements à l'échelle de la destination sont **analysés** et font l'objet de **décisions d'action** le cas échéant.



BILAN QUALITÉ 2021

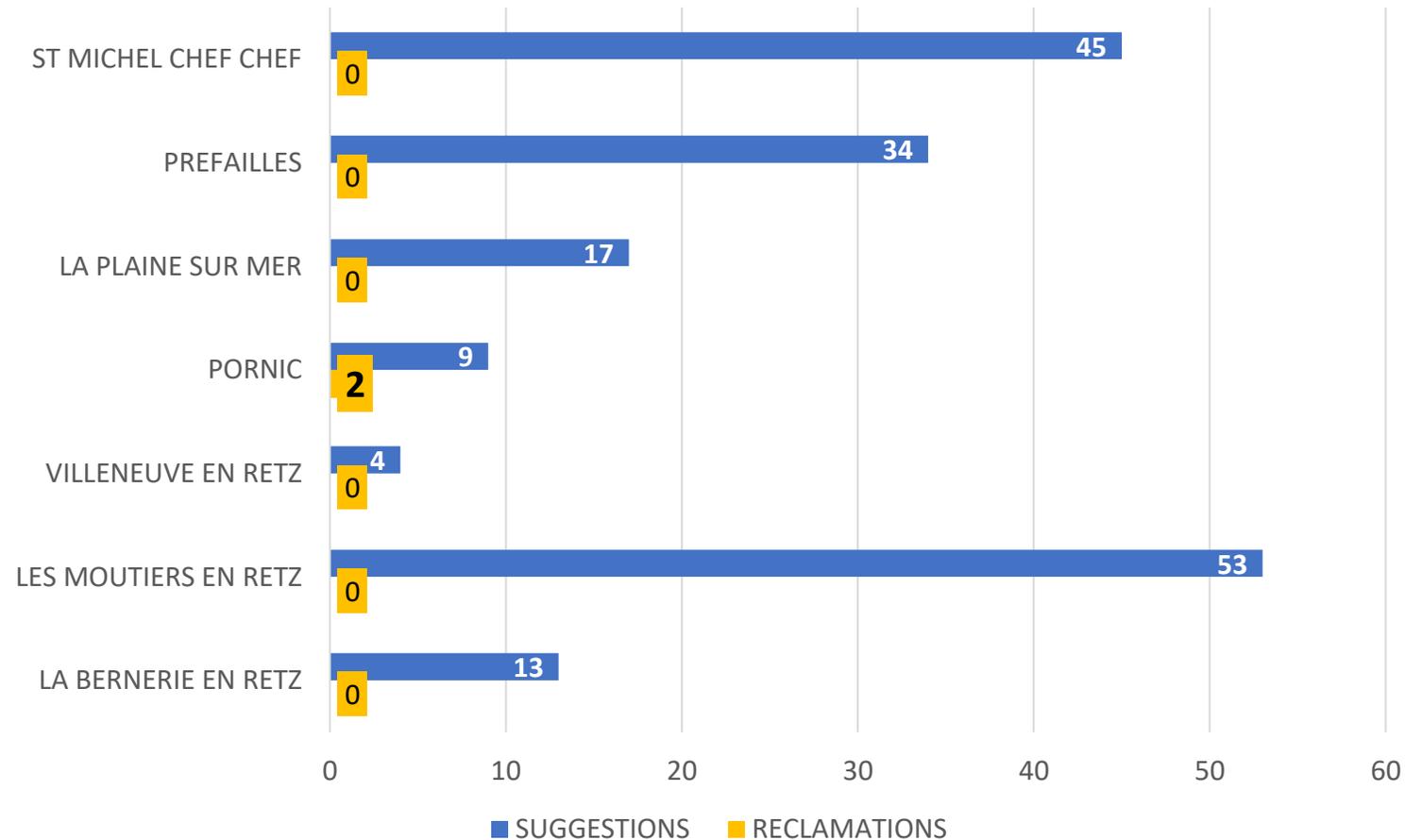
Au total : **175 suggestions enregistrées et 2 réclamations**

2 réclamations à Pornic :

1/ Camping propose un avoir et non un remboursement... Issue favorable pour le plaignant

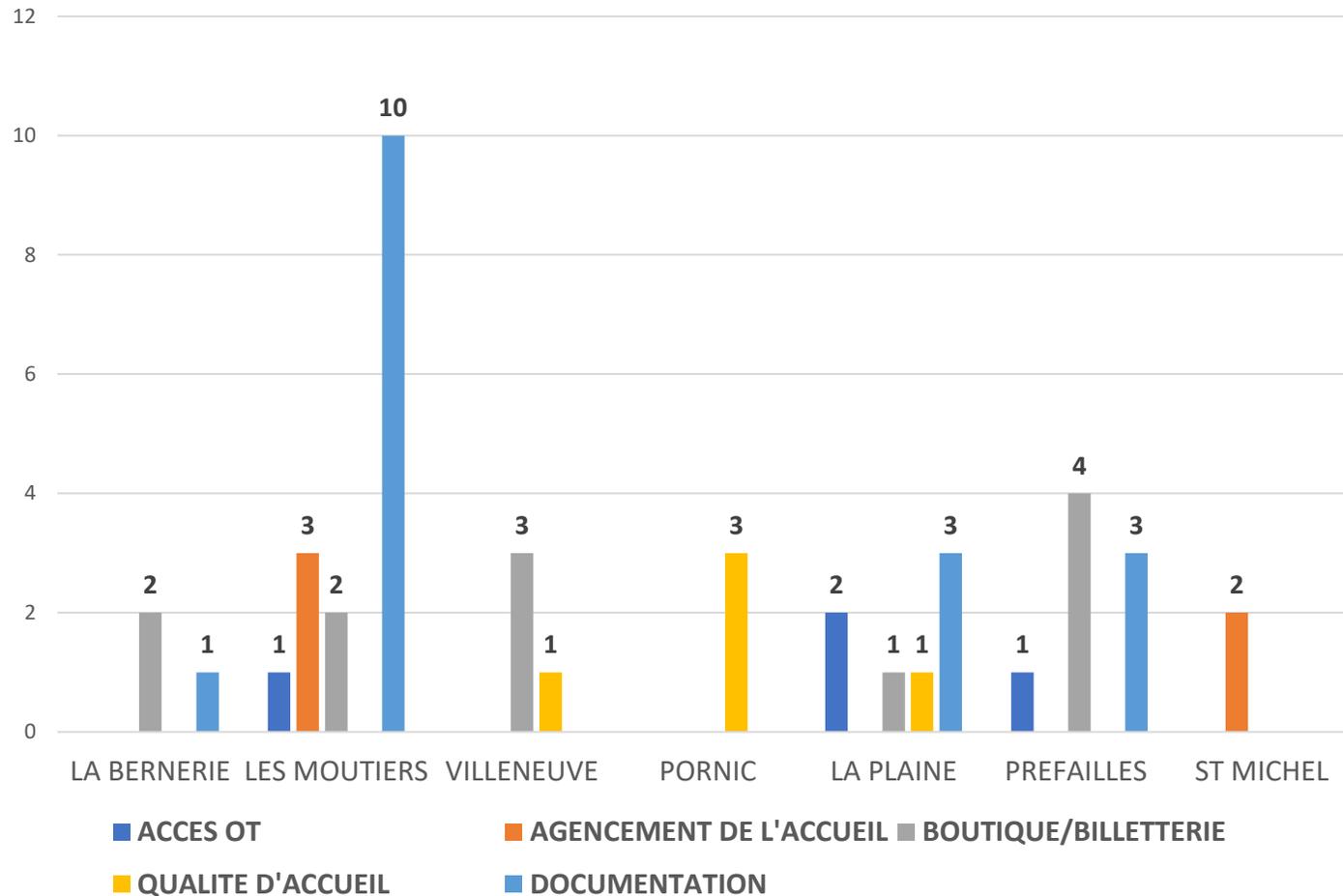
2/ Manque de bornes de recharge électrique, parfois en panne

ECOUTE-CLIENTS OTI PORNIC



BILAN QUALITÉ 2021

SUGGESTIONS OFFICES DE TOURISME



Du positif

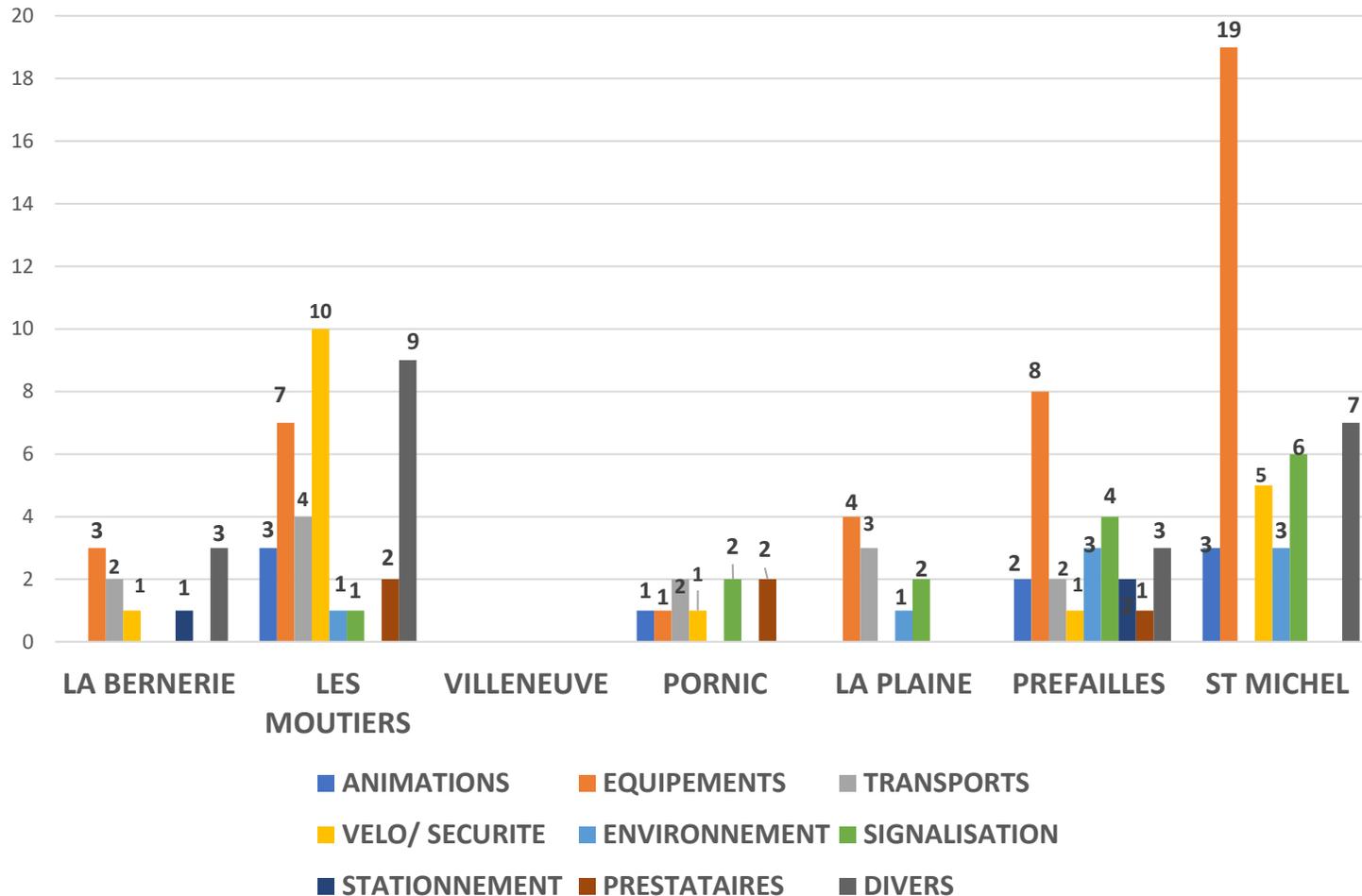
- Qualité des supports édités par Destination Pornic
- Billetterie nombreuse et la possibilité de réserver dans tous les offices du territoire

Souhaits/Besoins exprimés

- Actualisation du plan des Moutiers
- Rajeunissement de certains OT
- Produits boutique estampillés au nom de la commune
- Amélioration des conditions sonores en défaut depuis l'installation des plexiglass

BILAN QUALITÉ 2021

SUGGESTIONS PORTANT SUR LES COMMUNES



PR : Préfailles, LP : La Plaine-sur-Mer, LM : Les Moutiers-en-Retz, SM : St-Michel-Chef-Chef

Du positif

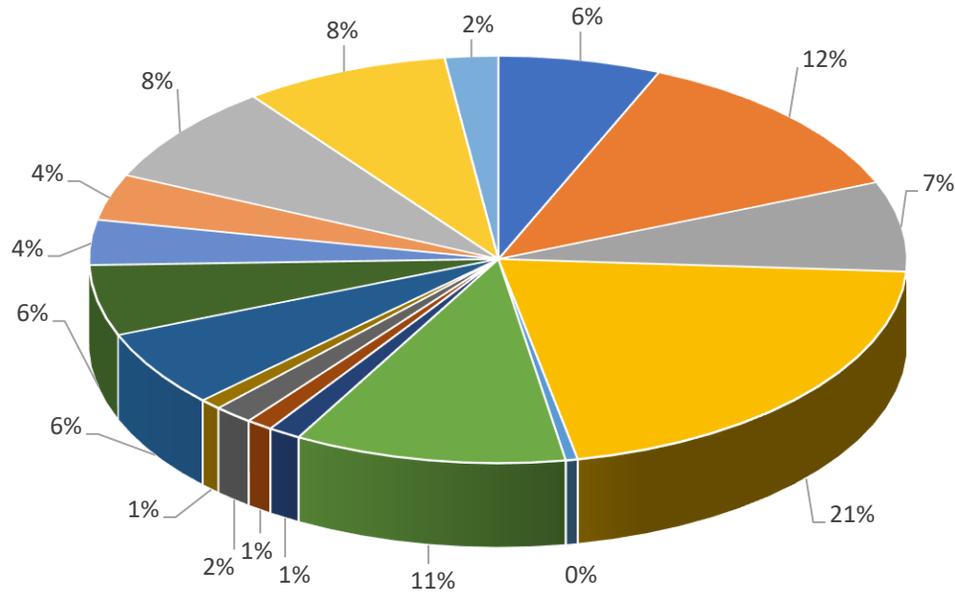
- LP et PR : L'aire de camping-car très appréciée, PR : Fleurissement autour de la Chapelle
- LM : Valorisation du patrimoine local avec les panneaux explicatifs dans l'église
- Destination très agréable

Besoins exprimés/ Constats

- Plusieurs communes : voies vélo dangereuses + manque de signalisation « interdit aux vélos » sur le sentier des douaniers
- PR et LP : Pas de borne de recharge pour les vélos électriques
- PR : Pas de points d'eau potable
- LM : Manque d'une borne SNCF, pas de bus vers La Bernerie (permanences mobiles), pas assez d'animations en septembre
- SM : Webcam régulièrement en panne, manque de poubelles et de toilettes sur le front de mer, bagages refusés sur la ligne 315

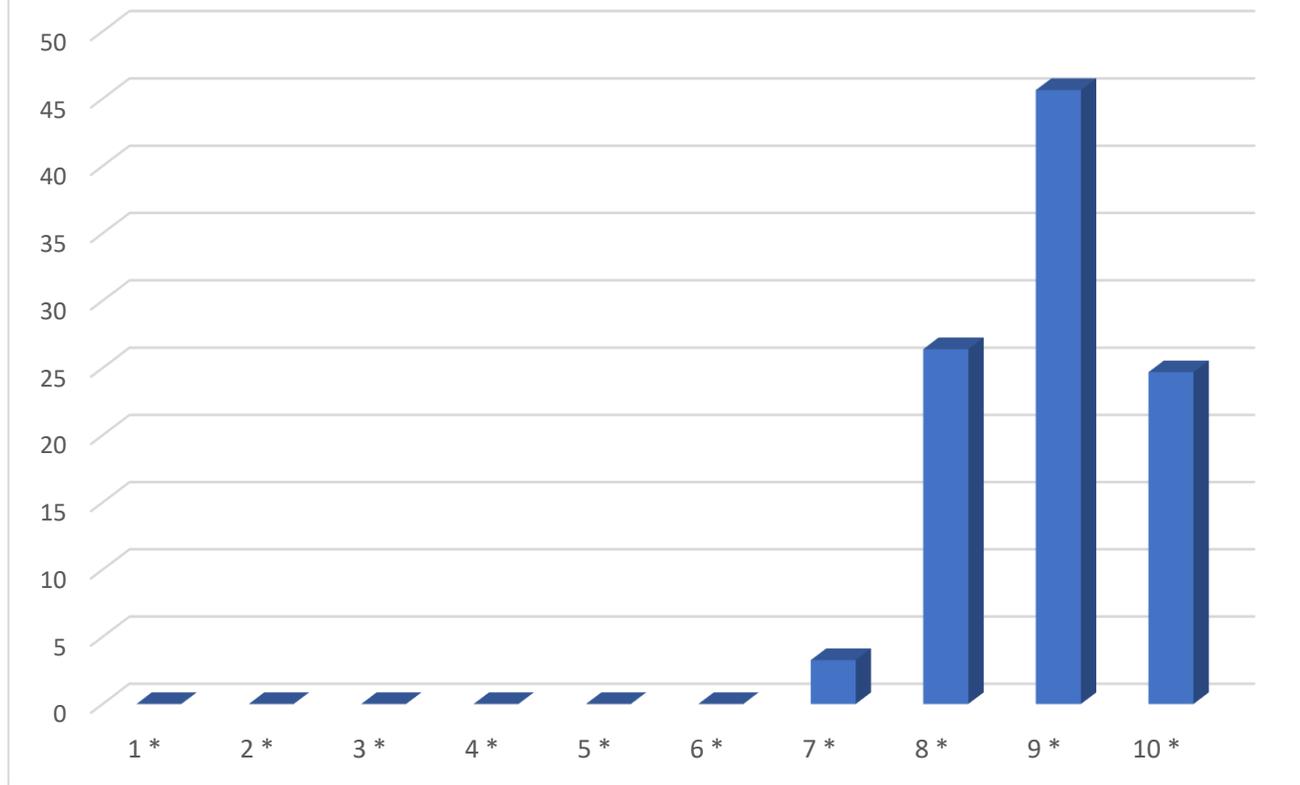
BILAN QUALITÉ 2021

ACTIVITÉS PRATIQUÉES SUR LE TERRITOIRE



- Pas d'activité majeure, du repos
- Pêche
- Activités nautiques
- Golf
- Thalassothérapie
- Visites culturelles, patrimoine
- Visites artisanales, producteurs locaux
- Marchés, brocantes
- Visite de la famille, des amis
- Mer, plage, baignade
- Randonnée pédestre, promenade
- Vélo, VTT
- Autre activité sportive
- Parc à thème, parc de loisirs, zoo
- Gastronomie, restauration
- Manifestations, fêtes locales
- Découverte d'une ville, des environs

EVALUATION DE LA DESTINATION*



Base : 263 questionnaires

NOS AXES D'AMÉLIORATION

Identification optimale des Offices de Tourisme par le fléchage routier et de proximité

34 - *Le fléchage permet de localiser les OT depuis les principaux accès de la ville et de ses sites touristiques*

Abords des Offices de Tourisme entretenus

35 - *Les abords de l'établissement sont propres*

36 - *Les abords de l'établissement sont en bon état*

Enseigne nationale et/ou fronton Office de Tourisme avec logo en vigueur

39 - *Les enseignes et la signalétique sont propres, en bon état et harmonieuses*



Valorisation des extérieurs des Offices de Tourisme

40 - *La façade et l'entrée sont mises en valeur par un fleurissement, un élément décoratif, un éclairage, etc.*

Racks à vélos à proximité, en bon état et en nombre suffisant

42 - *L'établissement dispose au moins d'une solution de stationnement pour les moyens de locomotion alternatifs à la voiture*



NOS AXES D'AMÉLIORATION

Avoir l'espace suffisant, le matériel en bon état, pour afficher à l'extérieur les informations obligatoires

45 - A minima, il est affiché les horaires et les périodes d'ouverture, les langues pratiquées, l'ensemble des moyens de paiement acceptés, les numéros d'urgence et un plan de la ville

46 - Les affichages extérieurs sont soignés, propres et en bon état

Disposer de supports d'information à jour, de qualité et en nombre suffisant (le plan de la commune)

78 - Le personnel doit fournir une information actualisée, qualifiée et complète sur sa destination dans l'intérêt du client.

Commercialisation : L'OT se doit de fournir une offre de produits de qualité et qui l'engage

111 - L'OT définit une offre de prestations et de produits à partir de l'offre existante sur le territoire

114 - L'OT met en place un système d'écoute client à disposition des visiteurs et de ses partenaires

De mauvais retours sur les cabines de plage (quelques unes sur les pêcheries)

Alerte sur la responsabilité de l'OT qui gère la revente des locations et des municipalités en tant que propriétaires.



POINTS D'ALERTE

Pêcherie de La Plaine sur Mer – La Govogne

- La pêcherie très rouillée.
- Tôle ondulée du toit percée et laissant entrer la pluie. L'épuisette n'est plus utilisable, le filet endommagé dans les angles
- Remarques exprimées par les clients (questionnaire de satisfaction)



POINTS D'ALERTE

Cabines de plage à Préfailles

Des cabines fermées à la réservation car des travaux de consolidation nécessaires

Cabines de plage à La Bernerie

Pas de dégradations particulières, plutôt ponctuelles
Vandalisme, intrusions, vols
-> Délais de réparations nécessaires aux services techniques

Importance de bien communiquer en amont avec les OT sur les pêcheries et les cabines ouvertes ou fermées à la réservation



NOS AXES D'AMÉLIORATION

Installation d'un cendrier à l'entrée de chaque Office de Tourisme

43 - Les extérieurs privatifs et l'entrée sont dotés de poubelles et de cendriers, vidés régulièrement.

⇒ 2 pistes envisagées

❶ Un achat négocié
auprès d'un fournisseur
pour 8 cendriers
(7 OT + 1 cendrier à la 2^{ème}
entrée à Pornic)

Dmc Direct
Entreprise-collectivité
Techni-contact
Manutan-collectivités...

❷ Un achat que pourrait gérer
l'Agglomération de Pornic dans le
cadre de sa politique de
développement durable avec
l'association [MéGO!](#)*
Collecte et recyclage des mégots de
cigarettes

*Encova est acteur et concessionnaire de [MéGO](#) sur
le réseau de Loire-Atlantique, en partenariat avec la
Chambre Économique de Nantes.



Une fois dépollués, broyés et
thermocompressés nos mégots
se transforment en plaque de
plastiGO!

PERPECTIVES 2022



RESSOURCES HUMAINES

- Recrutements pour renforcer l'équipe
- Sessions de formation « Accueil en langues étrangères »
- Formation « Identifier votre excellence d'action » pour tous les collaborateurs
- Création d'un groupe de travail « Bien-être au travail »



ACCUEIL SUR LA DESTINATION

- **Renouvellement de la marque Qualité Tourisme** pour une validité de 5 ans
- Réflexion globale sur les horaires d'ouverture des bureaux, davantage de rotations des personnels d'accueil
- Accueil téléphonique : création de messages /répondeur en 3 langues pour les OT non équipés
- Création de visites guidées en dehors de Pornic
- Lancement du groupe de travail « Harmonisation des OT »



PERPECTIVES 2022



BOUTIQUE/ BILLETTERIE

- Création de nouvelles affiches sur la commune de Préfailles et sur le territoire marais et bocages
- Lancement du groupe de travail « Boutique » pour évolution de la gamme conformément au nouveau positionnement marketing de la marque / destination
- Déclinaison de produits personnalisés par office



COMMUNICATION

Travail sur le **positionnement marketing** de la destination :

- Mise en place d'un groupe de travail qui va s'intéresser à la déclinaison des actions par filière
- Création d'une nouvelle identité visuelle avec logo + baseline + slogan. Adaptation progressive des supports de communication



Etendre la saisonnalité (ailes de saison voire toute l'année) et valoriser une offre qui permet de diluer les flux sur l'ensemble du territoire



PERPECTIVES 2022



OBSERVATION

- Reconduction Enquête flux-vision
- Enquête REFLETS (Région Enquête Fréquentation Loisirs Et Tourisme)



Disposer d'une **nouvelle photographie du tourisme** en Bretagne, en Loire-Atlantique et des Destinations Touristiques en mesurant : Le poids des clientèles, le poids des territoires, le poids des modes d'hébergement, les retombées économiques

Quelles clientèles ? Locaux, résidents secondaires, touristes, excursionnistes, clientèle affaires

Quelle organisation ?

316 points d'enquête avec et sans enquêteur, nos 7 Offices et 2 sites avec enquêteurs (Marché de Pornic, Pointe St-Gildas)

Toute l'année 2022 de février à décembre au travers de 14 vagues d'enquête



PERPECTIVES 2022



COMMERCIALISATION

- Locations de vacances : dans le cadre d'une démarche raisonnée de nos impressions, suppression de cette édition imprimée à 2 500 ex. Les locations de vacances sont toutes visibles en ligne, avec les disponibilités en temps réel.
- Newsletter Clients RESA : révision des contenus des 4 Newsletters envoyées avant le séjour des clients à J-30, J-15, J-7 et J-3
- Recrutement d'un profil commercial pour développer le tourisme d'affaires à l'horizon 2023



RELATIONS PARTENAIRES TOURISTIQUES

- Lancement d'un groupe de travail axé sur la relation avec les socio-professionnels en vue de développer la collaboration entre l'OT Destination Pornic et les professionnels du territoire
- Créer une nouvelle dynamique en organisant et planifiant des rencontres thématiques 2 fois/mois avec les professionnels pour une programmation en 2023.

