C'EST Beau ICI!

Contrat de Destination
« Bretagne, Normandie, Pays de la Loire »

Charte « Offices de tourisme »

rendezvousenfrance.com

Préambule

Avec environ 8% des flux touristiques internationaux émis, le marché britannique constitue l'un des marchés émetteurs les plus importants à l'échelle mondiale. La France constitue une destination majeure pour cette clientèle, en captant 15% des visites et 10% des nuitées touristiques générées.

Cependant, après avoir culminé en 2007 avec 86 millions de nuitées britanniques en France, ce marché a fortement baissé au cours des dernières années pour revenir à son niveau des années 2000 et redescendre à 77.7 millions de nuitées en 2010.

La « France du Grand Ouest », regroupant 20 acteurs majeurs du tourisme de Bretagne, de Normandie et des Pays de la Loire dont les trois Fédérations régionales d'Offices de Tourisme, et 3 opérateurs de transport (ferries), plus directement touchée par ces baisses de fréquentation, se mobilise pour organiser une stratégie de reconquête de ce marché sur 3 ans, à travers la signature d'un Contrat de Destination avec Atout France.

Ce Contrat de Destination poursuit 3 objectifs :

- Accroître les flux touristiques des Britanniques vers les destinations signataires avec davantage de retombées économiques ;
- Améliorer la qualité d'accueil proposée à ces clientèles avec, notamment, l'identification et l'organisation d'une communauté des accueillants ;
- Faire évoluer de façon significative l'attractivité des destinations signataires, en renforçant la qualité de l'offre touristique.

Il intègre la mise en œuvre d'actions de promotion et de communication sur le marché anglais, durant les années 2012-2013-2014, ainsi que des actions visant à renforcer l'accueil et l'attractivité des destinations en Bretagne, Normandie et Pays de la Loire.

Objet de la charte « Office de Tourisme »

L'Office de Tourisme, contact privilégié des visiteurs sur le territoire, a une place essentielle à prendre dans le volet « accueil et attractivité » du Contrat de Destination sur les trois axes de travail qui le concernent :

- Mettre en place une communauté d'accueillants ;
- Contribuer à la visibilité de la campagne de communication ;
- Structurer un dispositif de veille et d'intelligence économique.

L'objet de la présente charte a pour objet de définir les objectifs poursuivis par la mise en place d'une communauté des accueillants, et les engagements de l'Office de Tourisme signataire.

Il est rappelé que cette démarche est non imposée et basée sur le volontariat. En l'acceptant, l'Office de Tourisme s'engage à en respecter les exigences en termes de qualité de service d'une part, et de règles de déontologie d'autre part.

Mise en place d'une communauté d'accueillants : les engagements de l'Office de Tourisme

Avec la création d'une communauté d'accueillants, l'objectif est d'aller plus loin dans l'accueil actuellement fait aux Britanniques, d'aller au-delà des normes standards et de le rassurer quant au bon déroulement de son séjour en France.

L'idée maîtresse est de développer un état d'esprit permettant de créer une réelle proximité avec les visiteurs en personnifiant l'accueil. Le Britannique sera invité à aller vers les personnes (organismes) identifiées comme faisant partie de la communauté des accueillants auprès desquelles il trouvera une écoute attentive, bienveillante et complice.

L'Office de Tourisme s'engage donc à mettre en œuvre toutes les actions nécessaires à un accueil qualifié d'« accueil + » (privilégié, VIP...) à destination de la clientèle britannique, permettant à cette dernière de se sentir chez soi.

1 Engagement
Accueillir en langue anglaise

L'accueil en langue anglaise est indispensable (obligation des Offices de Tourisme classés). La conversation en anglais devra s'installer automatiquement par un mot d'accueil, d'autant plus que le touriste britannique citera « C'est beau ici ! », le slogan de la campagne de communication.

L'Office de Tourisme devra s'assurer de la capacité de son personnel, notamment le personnel saisonnier et les stagiaires, à accueillir en anglais. Le personnel anglophone sera repérable au port du badge « C'est beau Ici », signe distinctif, qui lui est strictement réservé. Un panel de brochures, plans, programmes d'animation, guides de visites, devront être disponibles en anglais.

2 Engagement
Disposer d'un guide de conversation en anglais

L'Office de Tourisme revisitera ou créera un guide de conversation en langue anglaise à destination de son personnel et permettant d'apporter une réponse de qualité aux questions les plus fréquemment posées.

3 Engagement
Proposer un geste d'accueil

L'Office de Tourisme est invité à travailler sur un geste d'accueil vis-à-vis des visiteurs britanniques. Par geste d'accueil, il est entendu toute attention allant au-delà de ce qu'un visiteur s'attend à trouver dans un Office de Tourisme, et n'entrant pas dans les services habituels de l'OT : dégustation, cadeau de bienvenue, loterie, carte postale offerte, etc.

4 Engagement
Aider à la résolution des problèmes

L'Office de Tourisme s'engage à développer un état d'esprit visant à répondre aux demandes d'aide des touristes britanniques en difficulté (problèmes de santé, de voiture, de compréhension d'un écrit, relation avec un prestataire touristique, etc...). Il est donc demandé à l'Office de Tourisme de faire l'interface entre la personne ayant un problème et les solutions possibles : en l'informant, la rassurant et l'orientant vers les bons interlocuteurs.

5 Engagement
Contribuer au recensement d'accueillants sur son territoire

L'Office de Tourisme s'engage à soutenir très activement, en étroite coordination avec les Comités Départementaux du Tourisme, la mise en place d'une « Communauté des accueillants » aptes à se mobiliser, permettant un véritable échange entre les touristes britanniques et les membres de la Communauté ainsi que l'aide aux touristes britanniques en difficulté durant leur séjour.

L'Office de Tourisme recensera les personnes (professionnels du tourisme, commerçants, habitants...) susceptibles de répondre à la Charte des accueillants afin de constituer un répertoire des personnes à démarcher pour étendre le réseau des accueillants. L'Office de Tourisme restera le contact privilégié auprès des acteurs de son territoire.

Le Comité Départemental du Tourisme ou l'Agence de Développement Touristique, signataire du Contrat de destination, est chargé de l'animation de la communauté des accueillants sur le département en lien avec le comité de pilotage de l'opération. Le recensement démarrera dès que possible, et au plus tard au 3ème trimestre 2012, pour une mise en œuvre de la communauté en 2013.

6 Engagement
Etre le relais de la campagne de communication

A l'interne, l'Office de Tourisme donnera une information globale sur l'opération aux membres du conseil d'administration ou du comité de direction et aux salariés de l'Office de Tourisme : le Contrat de Destination Grand Ouest, les partenaires de l'opération, les budgets engagés et l'engagement spécifique de l'Office de Tourisme.

A l'externe, l'Office de Tourisme s'engage à contribuer à la visibilité de la campagne de communication et à promouvoir l'opération auprès des visiteurs de l'Office de Tourisme notamment à l'aide du matériel fourni (badges, affichettes, cartes postales...).

L'Office de Tourisme s'engage également à relayer le dispositif auprès de l'ensemble des partenaires du territoire (Elus, restaurateurs, hôteliers, professionnels du tourisme, transporteurs...) par tous les moyens qui lui seront possibles. L'Office de Tourisme pourra être le relais de la communication « C'est beau Ici » sur ces propres outils de communication (sites en anglais notamment, documents, ...).

En contrepartie, l'Office de Tourisme sera mentionné comme partenaire de l'opération sur le site visitwesternfrance.com.

7 Engagement
Contribuer au dispositif de veille et d'intelligence économique

L'Office de Tourisme contribuera à la structuration du dispositif de veille et d'intelligence économique construit à l'échelle des trois régions. Au-delà des statistiques classiques, différentes informations qualitatives seront collectées par l'Office de Tourisme (type et nombre de problèmes résolus, temps passé, réactions des britanniques, besoins spécifiques exprimés…). Pour la transmission de ces informations, il est convenu au minimum un debrief annuel avec les partenaires (CRT, CDT et/ou FROTSI).

Durée et modalités de suivi

La présente charte est valide sur une durée de trois ans (2012-2013-2014). Le suivi du respect des engagements sera réalisé par les partenaires (CRT, FROTSI, et/ou CDT) qui pourront être amenés à prendre des mesures en cas de non-respect répété des engagements.

Fait le _____ à _____

Nom de l'organisme _____

Nom du signataire _____

Signature et cachet

Les partenaires du Contrat de Destination