

Signature de la Charte
**« l'accueil en France,
une ambition partagée »**

Mardi 1^{er} mars 2011

Frédéric LEFEBVRE
Secrétaire d'Etat chargé du Tourisme

Dossier de presse

www.economie.gouv.fr



FREDERIC LEFEBVRE

SECRETAIRE D'ETAT CHARGE DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT, DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES, DU
TOURISME, DES SERVICES, DES PROFESSIONS LIBERALES ET DE LA CONSOMMATION

Communiqué de presse

Communiqué de presse

www.economie.gouv.fr

Paris, le 1er mars 2011

Frédéric LEFEBVRE annonce des améliorations concrètes en faveur de l'accueil des touristes en France

Frédéric LEFEBVRE, Secrétaire d'Etat en charge du tourisme a réuni ce jour le comité de pilotage de l'accueil des touristes en France, qui rassemble les principaux partenaires accueillant quotidiennement la clientèle touristique. A cette occasion, tous les opérateurs ont signé une charte portant sur la qualité de l'accueil des touristes d'affaires et de loisir.

Cette charte rappelle que l'amélioration de l'accueil ne peut résulter que d'une ambition commune de l'ensemble des opérateurs. Ils prennent ainsi **huit engagements communs, ciblant les problématiques propres à la qualité de l'accueil** : l'accueil et les services aux points d'entrée du territoire français ; le confort, la mobilité et l'intermodalité sur l'ensemble du « parcours visiteur » ; l'accueil de la clientèle d'affaires ; l'information et l'orientation ; la politique de développement durable ; l'accueil et les services touristiques sur le lieu de séjour ainsi que l'accueil des personnes handicapées et à mobilité réduite.

Pour mettre en œuvre cette ambition commune, **les signataires s'engagent concrètement dans 24 actions opérationnelles**. Parmi celles-ci figurent notamment :

- **la refonte complète de la signalétique** au sein des aéroports Charles-De-Gaulle et Orly
- **la mise en place d'un accueil spécifique au niveau du Roissybus par la RATP,**
- **le développement d'un accueil personnalisé dans les stations de métro et RER dites « touristiques »**,
- l'amélioration de l'accessibilité des distributeurs de titres de transport de la RATP avec une déclinaison en anglais dès la page d'accueil ;
- **l'installation d'antennes d'offices de tourisme** au sein des gares SNCF ;
- **le déploiement du dispositif Parafe conçu avec le ministère de l'intérieur et déployé par Aéroports de Paris (ADP) pour faciliter et accélérer le passage aux frontières à l'aéroport de Roissy ;**
- **la mise en place d'une certification des villes en matière de « qualité d'accueil et de services »** par la Fédération des Foires, Salons, Congrès et Evénements de France (FSCEF) et France Congrès pour faciliter l'accueil sur les lieux de séjour.

Des engagements d'actions communes sont également pris par les signataires avec en particulier la mise en place dès cet été d'un visuel commun à l'ensemble des agents d'accueil des opérateurs touristiques.

Pour compléter cette stratégie de l'amélioration de l'accueil en France, Frédéric LEFEBVRE a pris notamment les décisions suivantes :

- **un cabinet international sera chargé de mener une évaluation de la qualité de l'accueil en France perçue par les touristes étrangers. Cette étude sera rendue publique en septembre 2011.**
- ATOUT France mettra en place dès le 1^{er} mai 2011 une plate-forme, disponible par internet et sur téléphone mobile, pour que tous les touristes puissent exprimer leur expérience et leurs difficultés aux opérateurs.



A l'occasion de la signature de cette charte, le conseil national du tourisme a remis au ministre son rapport sur « l'accueil dans les espaces de transit en France ». La plupart des propositions de ce rapport ont été reprises dans les engagements de la charte.

Le tourisme d'affaires, notamment pour le grand Paris, revêt un enjeu tout particulier tant par les attentes particulièrement élevées de ces touristes que par l'importance économique qui est la sienne. Or, la compétition internationale s'accroît fortement sur ce segment où l'offre croît deux fois plus vite que la demande. **Frédéric LEFEBVRE et Christine LAGARDE ont donc confié une mission complémentaire à Gilles PELISSON, pour qu'il remette des propositions d'amélioration du tourisme d'affaires en France en juin 2011.**

Frédéric LEFEBVRE réunira de nouveau le comité de pilotage de l'accueil des touristes en juin 2011 pour faire le point sur la mise en œuvre des engagements pris.

Contact presse :

Cabinet de Frédéric LEFEBVRE - Sophie LE MOUËL : 01 53 18 40 61

La qualité de l'accueil en France : une ambition partagée

Exposé des motifs

Avec près de 80 millions de touristes loisirs et d'affaires, la France est la première destination touristique mondiale. Cependant, elle évolue dans un contexte de plus en plus compétitif : aujourd'hui elle est classée troisième en termes de recettes, derrière les Etats-Unis et l'Espagne. Le Gouvernement et les partenaires de cette charte partagent l'ambition que la France retrouve la deuxième place à l'horizon de trois ans.

L'amélioration de la qualité de l'accueil des voyageurs arrivant en France, à l'occasion de déplacements d'affaires ou dans le cadre de voyages de loisirs, est ainsi essentielle pour accroître la qualité de l'ensemble de l'offre touristique française. Elle est une priorité du Gouvernement. Le secrétaire d'Etat chargé du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation et les principaux opérateurs partagent une même volonté de faire de la qualité de l'accueil en France un facteur clé de l'attractivité de l'offre touristique française.

A ce jour, les actions engagées par les différents opérateurs en matière d'accueil et de services sont nombreuses et de plus en plus innovantes afin de s'adapter à une demande toujours plus exigeante. Ces actions ont en effet souvent recours aux outils numériques tel Internet, les tablettes tactiles ou les applications Smartphone. Conscient de constituer un maillon essentiel d'un « parcours voyageur » global, chaque acteur est soucieux de pérenniser cette démarche en approfondissant un travail collaboratif amorcé depuis déjà plusieurs années.

L'amélioration constante des actions en matière de services et une coopération accrue entre les acteurs contribuent fortement à offrir aux différentes clientèles des conditions d'accueil satisfaisantes. Cependant, les efforts entrepris, trop souvent méconnus et insuffisamment visibles, doivent être mieux valorisés, notamment aux yeux du grand public. Les signataires de la présente charte souhaitent capitaliser sur les avancées effectuées pour accroître l'ambition collective, en mettant en synergie ces démarches, tout en s'appuyant sur les principes fondamentaux du développement durable. Ils s'attachent à s'engager ensemble et dans la continuité dans des actions à fort impact et que les résultats obtenus soient valorisés. Tel est l'objectif de cette charte.

Cette charte est complétée par des annexes définissant des objectifs qualitatifs et quantitatifs propres à chaque opérateur.

50%

Article Premier :

Sous l'égide du secrétaire d'Etat en charge du tourisme, les signataires s'engagent ensemble, dans une démarche volontaire, à décliner la mise en œuvre de la présente charte dans un programme d'amélioration continue de l'accueil comportant des engagements communs qu'ils lui communiqueront et dont ils feront état lors des réunions du comité de suivi. Ce programme sera notamment fondé sur des actions communes à plusieurs opérateurs.

Article 2 :

Les signataires de la présente charte souscrivent à un ensemble d'engagements communs énumérés ci-dessous. Ces engagements sont déclinés dans des fiches annexes propres à chaque signataire. Un bilan d'étape des actions engagées sera présenté au secrétaire d'Etat en charge du tourisme en juin 2011.

Article 3 :

Appartenant en particulier aux secteurs des transports, de l'hôtellerie, du tourisme et des événements professionnels, les signataires de la présente charte sont les représentants publics et privés de l'ensemble d'une « chaîne d'accueil et de services » au profit des touristes ainsi que tous les opérateurs directement concernés par les engagements qui y sont mentionnés.

Article 4 :

Les signataires s'engagent à poursuivre leurs efforts en vue d'une meilleure coopération, conduisant à une gestion de la relation client plus cohérente et efficace. Cette coopération accrue pourra prendre la forme d'actions communes à plusieurs opérateurs signataires afin que le « parcours voyageur » en soit facilité. Il s'agit également d'encourager des actions donnant lieu à des échanges et à un partage de bonnes pratiques, conduisant éventuellement à des partenariats qui pourront faire l'objet de conventions spécifiques entre opérateurs.

Article 5 :

Les signataires s'engagent à améliorer rapidement, de façon visible et pérenne :

5.1. L'accueil et les services aux points d'entrée du territoire

Ceux-ci revêtent une importance particulière, dans la mesure où ils sont le premier contact avec le pays d'accueil. L'accueil aux points d'entrée est ainsi déterminant dans la construction du ressenti des touristes sur leur séjour en France.

5.2. Le confort du voyageur

La notion d'accueil ne peut pas se départir de celle du confort ; il s'agit de rassurer et de mieux valoriser le touriste qui, en tant que contributeur principal à notre économie, doit être accompagné dans son parcours.

5.3. La mobilité et l'intermodalité sur le « parcours voyageur »

Les moyens de déplacement mis à la disposition des touristes ont vocation à leur permettre d'atteindre rapidement leur destination ou lieu de séjour final, de manière fiable et sûre.

5.4. L'accueil de la clientèle d'affaires

Cette composante représente un enjeu spécifique, notamment parce qu'il s'agit d'une clientèle exigeante ; des efforts doivent être poursuivis pour faciliter et simplifier son parcours afin de la fidéliser car elle est une clientèle potentielle à forte valeur.

5.5. Une information de qualité personnalisée et délivrée aux visiteurs, avant, pendant et après leur séjour

Deux sortes d'informations sont attendues par les touristes : des informations pratiques sur leurs déplacements et des informations touristiques sur leur séjour. Les moyens pour délivrer ces informations sont très divers et le recours au numérique est de plus en plus plébiscité.

5.6. La qualité de l'accueil et des services proposés au regard de l'impératif d'un développement durable

Les actions développées par les signataires se doivent d'être en cohérence avec les politiques locales engagées en faveur du développement durable et ainsi, concilier le progrès économique, social, sociétal et la préservation de l'environnement.

5.7. L'accueil et les services sur le lieu de séjour

L'amélioration de l'accueil et des services dans les lieux fréquentés par le touriste (hébergement, restauration, loisirs, etc.) participe à un sentiment de séjour réussi et contribue à le fidéliser.

5.8. L'accueil des personnes handicapées et à mobilité réduite (PHMR)

L'offre de chaque opérateur exprimée en termes d'accueil, d'accessibilité et de services devra intégrer des solutions adaptées correspondant aux attentes des personnes handicapées et à mobilité réduite.

Article 6 :

Les opérateurs signataires s'engagent à promouvoir la présente charte dans leurs actions de communication par la mention « signataire de la charte pour la qualité de l'accueil en France » ; ils s'engagent également à communiquer sur les actions communes mises en œuvre et sur les performances de l'accueil et des services en France. Ils doivent en effet faire savoir, en France et à l'étranger, qu'ils sont tous mobilisés pour accueillir les clientèles touristiques dans les meilleures conditions. Une communication et des relations publiques soutenues assureront à la « destination France » une image positive.

Article 7 :

Tous les engagements nationaux pris conjointement ou séparément par des signataires pourront être déclinés au niveau local, notamment par le relais des offices de tourisme.

Article 8 :

L'Etat s'engage à faire de cette charte un outil de promotion des destinations françaises, notamment :

- en communiquant à l'échelle nationale et internationale sur l'excellence française en matière d'accueil ;
- en développant un applicatif numérique faisant la promotion de la charte et sur lequel les touristes pourront partager leur expérience de l'accueil en France ;
- en soutenant activement les dossiers de candidature pour l'organisation en France des grandes manifestations, prenant effet dès la première étape de la candidature ;
- en assurant un soutien à Atout France dans la promotion de la destination France, par l'intermédiaire de ses services à l'étranger (missions économiques, ambassades) et dans le cadre des conventions signées avec Ubifrance et l'AFIL.

Article 9 :

Un comité de pilotage, présidé par le secrétaire d'Etat en charge du tourisme et réunissant l'ensemble des signataires est mis en place. Il se réunit au moins une fois par semestre à l'initiative des services de l'Etat. Son secrétariat est assuré par le Conseil national du tourisme.

Article 10 :

Un « tableau de bord de l'accueil » intégrant les objectifs et indicateurs propres ou communs à chaque opérateur, sous forme matricielle, est mis en place d'ici le mois de juin 2011 et soumis au comité de pilotage. Il quantifie les objectifs clés de la présente charte. Il est élaboré par les signataires qui s'engagent à renseigner les indicateurs.

Article 11 :

En accord avec les signataires, d'autres acteurs pourront signer ultérieurement la présente charte en s'engageant sur son contenu. Ceux-ci seront présentés lors du comité de pilotage qui suit leur adhésion à cette charte.

Article 12 :

La charte est mise en œuvre pour une durée de trois ans, du 1^{er} mars 2011 au 28 février 2014.

Article 13 :

La présente charte pourra être modifiée et prorogée, par avenant, par accord unanime des signataires.

Le Secrétaire d'État chargé du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes Entreprises, du Tourisme, des Services, des Professions Libérales et de la Consommation

F. LEFEBVRE

Le directeur du département SEM de
la RATP

Le directeur général adjoint d'ADP

François SAGLIER

Bernard CATHELAIN

La Directrice de l'Offre de service et
de l'Exploitation SNCF

Le Président de la FSCEF

Sylvie LATOUR

M. Thierry HESSE

Le Directeur délégué de France
Congrès

Le Président la CSNERT

Emmanuel DUPART

Camille RECHARD

Directrice de la communication de
l'ASFA

Laurence GUILLERM

Le Président de l'UMIH

Roland HEGUY

Le Directeur général d'Atout France

Christian MANTEI

Le vice Président de la CCIP

Jean-Yves DURANCE

Le Président de la FNOTSI

Jean BURTIN

La Directrice Partenariats OTCP

Assina CHARRIER

Le Président de l'UAF

Claude TERRAZZONI

Signature de la Charte « l'accueil en France, une ambition partagée »

Frédéric LEFEBVRE

Secrétaire d'Etat chargé du Tourisme

Bercy > 1^{er} mars 2011



*24 mesures concrètes pour
améliorer la qualité de l'accueil
des touristes en France*



Liste des signataires



Aéroports de Paris

⇒ Engagement :

Aéroports de Paris s'engage à créer des espaces tourisme dans ses aéroports pour améliorer l'information des touristes à leur entrée sur le territoire.
Un nouvel espace sera ouvert à Orly-Ouest dès juillet 2011.

⇒ Contexte :

Les aéroports sont le premier lieu de contact des touristes étrangers arrivant par voie aérienne en France. Avec 83 millions de passagers accueillis en 2010, les aéroports parisiens sont la première porte d'entrée pour les touristes internationaux.

L'accueil des touristes à leur arrivée dans les aéroports est donc une composante déterminante de la première image de la France pour les visiteurs étrangers. C'est pourquoi Aéroports de Paris a souhaité professionnaliser l'accueil des touristes de loisirs et d'affaires et a noué dès 2006, un partenariat stratégique et financier avec la Région IDF: les espaces tourisme.

⇒ Description de l'opération :

Situés dans les terminaux après les salles de livraison bagages, les espaces tourisme ont pour vocation d'offrir des informations et des services aux passagers dès leur arrivée.

Ouverts 7j/7, animés par plus de 50 agents spécialement formés aux métiers de l'accueil et du tourisme, ils proposent un large bouquet de services : information sur Paris et la région Ile-de-France, conseils pour le séjour, ventes de produits touristiques, billetterie spectacle événement, réservation hôtelière.

Pour les touristes d'affaires, les espaces tourisme fournissent des informations sur les manifestations professionnelles (salons et congrès) et sur l'accès aux services business de l'aéroport.

Eléments-clés de l'accueil aux portes d'entrée de la France, les 6 espaces tourisme actuellement ouverts à Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly, ont été fréquentés par plus d'un million de visiteurs en 2010 avec un taux de satisfaction de 96%.

Pour compléter le dispositif, un nouvel espace tourisme sera ouvert à Orly-Ouest.

⇒ Calendrier :

Ouverture de l'espace tourisme d'Orly-Ouest en juillet 2011 pour le début des vacances d'été.

⇒ Partenaires associés

La Région Ile-de-France

Aéroports de Paris

➔ Engagement :

Aéroports de Paris s'engage à refondre la signalétique dans les aéroports de Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly pour améliorer l'information et l'orientation de ses passagers

➔ Contexte :

L'orientation et l'information des passagers sont une composante importante de l'accueil, notamment pour les touristes étrangers. Les principaux vecteurs de l'orientation et l'information sont les panneaux de signalétique dans les terminaux, dans les parkings et sur les circuits routiers des aéroports.

Pour être bien comprise, la signalétique doit être simple, claire, hiérarchisée, et visible.

L'ancienne signalétique était jugée peu satisfaisante par les passagers. Aéroports de Paris s'est donc engagé dans une campagne de refonte de l'ensemble de sa signalétique.

➔ Description de l'opération :

La signalétique dans les terminaux de Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly a été entièrement refondue de 2007 à 2010 avec le changement de 7000 panneaux.

La signalétique dans les parkings doit maintenant être harmonisée avec la signalétique des terminaux.

Enfin la signalétique routière des aéroports Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly doit être modifiée pour être simplifiée et s'insérer dans les schémas directeurs régionaux et départementaux de signalisation.

➔ Calendrier :

Signalétique dans les parkings : terminée fin 2011 (hors parking AB en raison des travaux de réhabilitation du terminal B).

Signalétique routière sur l'aéroport Paris-Charles de Gaulle: terminée fin 2011.

Signalétique routière sur l'aéroport Paris-Orly: terminée 1^{er} semestre 2013.

Aéroports de Paris

⇒ Engagement :

Aéroports de Paris s'engage à créer en 2011 une université du service afin de développer la culture du service et d'ancrer la satisfaction client et la qualité dans les services rendus au quotidien aux passagers

⇒ Contexte :

La qualité de l'accueil perçue par le passager est fortement dépendante de la qualité de la relation humaine nouée avec le personnel avec qui il est en contact. Il est donc indispensable de sensibiliser le personnel à l'importance de la culture du service et de la satisfaction client ainsi que de les former à cette relation.

⇒ Description de l'opération :

L'université du service Aéroports de Paris répondra à 5 missions :

- développer les compétences service des équipes ;
- s'ouvrir sur l'extérieur et s'enrichir ;
- valoriser et diffuser les expériences réussies en interne avec les clients, prestataires et partenaires ;
- favoriser la transversalité et la coopération ;
- proposer du conseil et de l'accompagnement.

L'université élaborera un référentiel de la relation clients pour tous les agents en contact avec le public ainsi que des standards de management de la relation clients pour leurs managers. Elle proposera également un module spécifique de coaching pour les « situations de crise ».

⇒ Calendrier :

En 2011, formation en priorité des personnels Aéroports de Paris en contact avec le public.

Sur les 3 années suivantes, formation de tous les salariés Aéroports de Paris.

Elargissement progressif aux filiales du Groupe Aéroports de Paris, aux sous-traitants, aux partenaires (dont les services de l'Etat) ainsi qu'aux compagnies aériennes.

Aéroports de Paris

⇒ Engagement :

Aéroports de Paris s'engage à déployer le dispositif PARAFE (Passage Automatisé Rapide aux Frontières Extérieures Schengen) dans les terminaux de Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly pour améliorer la fluidité des passages aux frontières dans les aéroports parisiens

⇒ Contexte :

Le dispositif PARAFE permet aux passagers qui le souhaitent de franchir la frontière au départ comme à l'arrivée, en utilisant le contrôle automatisé du passeport. Combiné à une technologie biométrique d'authentification de l'empreinte digitale, ce système permet d'effectuer les formalités de passage aux frontières de manière simplifiée, fluide et rapide en bénéficiant de files dédiées.

⇒ Description de l'opération :

Le programme PARAFE est gratuit et exclusivement fondé sur le volontariat.

Les personnes majeures, citoyennes de l'Union européenne, ressortissantes de l'Espace économique européen (EEE) ou de la Confédération suisse, titulaires d'un passeport à bande de lecture optique en cours de validité et préalablement inscrites sur une base de données nationale spécifique, peuvent accéder à ce programme. Peuvent également s'inscrire les ressortissants des États tiers qui résident dans un État membre de l'Union européenne, dès lors qu'ils sont titulaires d'une carte de séjour portant la mention « membre de famille d'un ressortissant de l'Union européenne ».

Inscrit au programme PARAFE, le passager se présente à l'entrée des sas automatiques, situés à côté des comptoirs de contrôle manuel de la police aux frontières. Dans un premier temps, il introduit son passeport dans une borne à l'entrée du sas. Après lecture des données et vérification simultanée de l'inscription, la porte du sas s'ouvre automatiquement. Le passager pénètre alors dans le sas et pose son doigt sur un capteur qui effectue le contrôle biométrique. Si l'authentification est positive, la porte de sortie du sas s'ouvre.

⇒ Calendrier :

Fin 2011, 27 sas Parafe seront installés dans les aéroports parisiens : 23 sur Paris-Charles de Gaulle et 4 sur Paris-Orly.

⇒ Partenaires associés

Le ministère de l'Intérieur, de l'Outre-mer, des Collectivités territoriales et de l'Immigration, le ministère de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement et Aéroports de Paris

Union des Aéroports Français

➔ Engagement :

L'Union des Aéroports Français s'engage à homogénéiser la démarche qualité de service des aéroports français, à partir du « Référentiel de certification de services » mis en place en 2007

➔ Contexte :

A l'instigation du Comité National de la Qualité en Aéroport, qui se réunit dans le cadre de l'Union des Aéroports Français, un « Référentiel de certification de services » a été mis en place et dont l'avis a été publié au Journal Officiel le 23 août 2007.

Ce référentiel porte sur 5 domaines d'action :

- Une information claire et pertinente ;
- Un aéroport fluide avec des équipements propres et adaptés ;
- L'assistance du personnel ;
- Des services adaptés aux besoins du passager ;
- La satisfaction des clients.

Depuis, 3 aéroports ont été certifiés : Lyon, Nice et Toulouse.

➔ Description de l'opération :

L'Union des Aéroports Français s'engage à ce que les principaux aéroports adoptent les critères définis dans ce référentiel et à les faire partager par les différents partenaires de la plate-forme (cf. Référentiel d'engagements de services aux passagers étendus aux partenaires des aéroports français) dans une démarche collaborative d'amélioration de la qualité des prestations rendues au passager.

➔ Partenaires associés :

Services de l'Etat (Police aux frontières, gendarmerie du TA, aviation civile), compagnies aériennes, assistants en escale, prestataires de sûreté, commerces et services, sociétés de restauration, tour-opérateurs, transport de personne

Union des Aéroports Français

➔ Engagement :

L'Union des Aéroports Français s'engage à mettre en place un baromètre national de la qualité de service afin de mesurer les actions engagées par les différents aéroports français dans ce domaine

➔ Contexte :

Forte de la politique volontariste de ses membres, l'Union des Aéroports Français a mis en place :

- Le Comité National de la Qualité en Aéroport ;
- Les Comités locaux de la Qualité en Aéroport ;
- Les Assises Nationales de la Qualité en Aéroport ;
- Un Référentiel de la certification de services ;
- Un Référentiel d'engagements de services aux passagers étendus aux partenaires des aéroports français.

L'UAF et ses membres souhaitent mettre en place un baromètre national de la qualité de service afin de consolider et de mesurer les efforts communs.

➔ Description de l'opération :

L'UAF s'engage à mettre en place un Baromètre national de la qualité de service commun à un maximum d'aéroports français permettant de mesurer la satisfaction des passagers.

➔ Calendrier :

Pour 2011 :

- Définition du contenu des enquêtes
- Détermination des indicateurs agrégés
- Appel d'offres mutualisé à plusieurs aéroports
- Lancement de l'enquête

Le premier Baromètre pourra être communiqué au 1^{er} trimestre 2012

SNCF Gare et Connexions

➔ Engagement :

Gares & Connexions s'engage à déployer une nouvelle signalétique qui prend en compte l'ensemble du parcours du voyageur, fluidifie l'information et s'appuie sur des pictogrammes plus adaptés

➔ Contexte :

Depuis quelques années, les gares proposent plus de services et deviennent des lieux d'intermodalité ouverts sur la ville ; de plus en plus d'informations sont donc à communiquer à la clientèle entraînant trop souvent saturation et illisibilité du système de signalétique

Les gares sont de catégories différentes, entraînant une certaine hétérogénéité des messages d'une gare à l'autre

De nombreux segments de clientèle, dont les touristes, ne maîtrisent pas le français ; les pictogrammes se multiplient ainsi dans notre quotidien et leur usage permet de répondre au plus grand nombre.

Il est donc important d'élaborer une terminologie unique, lisible et facilement compréhensible, définissant les multiples espaces d'une gare. Un premier travail consiste à hiérarchiser et codifier les informations en 3 familles - ferroviaire, intermodalité, services - avec une couleur attribuée à chaque famille.

➔ Description de l'opération :

Grâce à la réalisation en 2010 d'études clients sur les déplacements en temps réel, sur la terminologie de la signalétique, sur la reconnaissance et l'interprétation des pictogrammes, Gares & Connexions est en mesure de proposer une nouvelle charte graphique, un traitement approprié des différents espaces du parcours du voyageur (du parvis aux quais), une terminologie plus compréhensible par tout le monde, y compris pour les étrangers, une hiérarchisation et une classification des messages à fournir.

➔ Calendrier :

Déploiement en 2011 : les 2 gares nouvelles du TGV Rhin-Rhône (Belfort-Montbéliard TGV et Besançon Franche-Comté TGV), Vesoul, Macon, Chalon, Lons-le Saunier, Besançon Viotte, Belfort, Paris Gare de Lyon

Déploiement en 2012 : St Lazare, Montbéliard, Dijon

SNCF Gares et Connexions

➔ Engagement :

Gares & Connexions s'engage à développer l'accueil multimodal dans une quinzaine de gares

➔ Contexte :

La gare apparaît aujourd'hui comme un espace clé de la multimodalité où convergent tous les modes de transport. Par ailleurs, c'est la porte d'entrée d'un territoire pour beaucoup de visiteurs. En partenariat avec les collectivités locales, Gares et Connexions a donc pour mission de penser de nouveaux espaces et de nouveaux services pour la mobilité des villes et ainsi de faciliter le parcours des voyageurs dans son ensemble et d'enrichir leur séjour avec des informations concrètes sur la ville et ses environs.

➔ Description de l'opération :

Gares & Connexions s'engage à faire évoluer l'accueil, dans une quinzaine de gares, vers un service d'information et d'orientation intermodal tourné vers la ville et la Région afin de faciliter l'utilisation par le client des modes de transport autres que le train et de promouvoir les services et les événements proposés par le territoire desservi par la gare

L'accueil intermodal contribue à la réalisation de 4 promesses du projet de service pour les gares :

1. Vous êtes informé sur les services de la gare et sur la ville.
2. Vous trouvez facilement votre train.
3. Vous changez facilement de mode de transport (bus, tram, taxi, vélo, métro, voiture ...).
4. Vous êtes informé sur les perturbations et les solutions pour continuer votre voyage.

Les agents de l'accueil intermodal, grâce à des outils et à une formation complémentaires, réalisent non seulement des missions propres à l'accueil de la gare mais doivent aussi répondre aux questions relatives à la ville, à la région et aux modes de transport complémentaires au train. Plus précisément, l'accueil intermodal doit assurer les missions classiques de l'accueil et les compléter par des missions liées à l'intermodalité tout en facilitant l'accès aux services de la ville et de la région. Cette nouvelle forme d'accueil devra progressivement se déployer dans les gares où elle se justifie (demande de la collectivité, des transporteurs urbains, clientèle touristique, pôle d'échanges multimodal déjà en place etc.).

➔ Calendrier :

Expérimentation en cours à la gare de Toulouse

6 sites pilotes en 2011 : Poitiers, Toulouse, Le Mans, Bordeaux, Dijon et Lyon Part Dieu,

Déploiement 2012 : Limoges, Brives, Lourdes, Pau, Montélimar, Metz, Mulhouse.

➔ Partenaires associés

Les transporteurs urbains, les villes, les Régions.

RATP

⇒ Engagement :

La RATP s'engage à améliorer l'interface de ses distributeurs de titres de transport et à proposer aux visiteurs étrangers le choix de leur langue dès le 1^{er} écran

⇒ Contexte :

990 appareils de type ADUP ont été déployés dans les espaces de la RATP en 1996 (soit environ 2/3 du parc installé). Ils sont destinés au rechargement des passes Navigo et à la vente de titres magnétiques.

L'interface homme-machine pour les titres magnétiques date de 1996 : elle est peu conviviale et présente des incohérences par rapport à celle développée en 2004 pour la télébillettique.

Le choix des langues n'est pas possible dès l'écran d'accueil et leur nombre est différent selon qu'on opte pour un titre magnétique (5 langues) ou pour la télébillettique (3 langues).

⇒ Description de l'opération :

L'opération envisagée prévoit :

- d'homogénéiser l'interface homme-machine et l'enchaînement des écrans pour en rendre l'utilisation plus aisée par le client
- **de proposer le choix de la langue dès le 1^{er} écran afin de faciliter la compréhension du client et le bon déroulement de la transaction.**

RATP

⇒ Engagement :

La RATP s'engage à développer un accueil spécifique dans les stations de métro et de RER les plus fréquentées par les visiteurs, notamment étrangers

⇒ Contexte :

Le marché du tourisme représente pour la RATP et plus globalement pour l'activité économique de la Région Ile de France, un secteur crucial.

Les visiteurs représentent 8 % du trafic RATP.

A la suite d'un diagnostic de l'accueil sur les réseaux réalisé en 2008, il ressort que le point le plus crucial reste la question de l'accueil dans les espaces RATP.

⇒ Description de l'opération :

Les objectifs sont de résorber les situations inacceptables d'accueil, d'information et de vente dans les lieux d'arrivée des visiteurs, ainsi que d'améliorer l'accueil, l'information et l'orientation des visiteurs, notamment étrangers, dans les stations et gares qu'ils fréquentent le plus.

L'opération comprend :

- la transformation des espaces à destination des visiteurs (fléchage au sol afin d'améliorer l'orientation ; pictogrammes sur les appareils de contrôle et les accès bagages et poussettes ; signalétique spécifique, bilingue anglais français, surdimensionnée afin d'améliorer la lisibilité et l'orientation ; mise en valeur par la couleur et l'éclairage des zones d'information et de vente).
- l'accueil en juillet-août des clients occasionnels pour les rassurer à tous les moments de leur déplacement par un personnel dédié et formé, à la tenue facilement identifiable, rappelant les codes couleurs de l'information RATP.

⇒ Calendrier :

Après sa mise en place à Gare du Nord et Gare Montparnasse, ainsi qu'à Marne la Vallée Chessy Parc Disneyland, cette opération s'étendra en 2011 aux gares Charles de Gaulle Etoile (RER ligne A) et Bercy (Métro lignes 6/14).

RATP

⇒ Engagement :

La RATP s'engage à améliorer l'accueil des visiteurs au niveau du Roissybus à l'aéroport Charles-De-Gaulle, afin de développer la liaison RoissyBus

⇒ Contexte :

Avec plus de 816 000 clients en 2010 sur le « RoissyBus », la RATP souhaite développer cette liaison et la satisfaction de ses clients.

Après la mise en service de 16 nouveaux bus articulés en 2010, la RATP a souhaité le réaménagement complet (signalétique, information voyageur, appareils de vente simplifié) des 6 points de montée.

Les premiers résultats de l'enquête voyageurs 2010 montrent une satisfaction en hausse sur tous les critères, ce qui valide les choix faits depuis 2 ans.

⇒ Description de l'opération :

Elle vise à développer l'attractivité de la navette aéroport « RoissyBus » et sa fréquentation par un accueil dans des espaces revalorisés et dans un bus spécifique à haut niveau de service.

Elle a également pour but de développer la vente avant la montée à bord, par l'achat aux automates ou dans des bureaux « Tourisme Information » tenus par le Comité Régional du Tourisme, revendeur des titres touristiques de la RATP. Cet objectif s'inscrit dans la volonté de la RATP de faire de la régularité de service un levier majeur de la qualité de service globale.

L'opération comprend :

- Le réaménagement complet des points de montée, au nombre de 6 à l'aéroport de CDG avec une information dynamique sur le temps d'attente des 2 prochaines navettes ;
- La mise en place d'un accueil spécifique par des agents mobiles dans les aérogares près des points de montée.

⇒ Calendrier :

Pour 2011, la RATP prévoit le réaménagement des 4 autres points de montée de CDG, un accueil spécifique par des agents mobiles à proximité des points de montée de l'Aéroport sur les périodes à très fort flux visiteurs (Noël / Pâques / été) et un accueil spécifique au point de montée de la station Opéra durant l'été.

Association des sociétés françaises d'autoroutes

⇒ Engagement :

L'Association des sociétés françaises d'autoroutes s'engage à améliorer les conditions d'accueil au sein des aires de services des autoroutes ainsi que les messages à l'intention des touristes

⇒ Contexte :

Le réseau des autoroutes est pour de très nombreux touristes français et étrangers la première étape des vacances. A ce titre les sociétés d'autoroutes sont particulièrement attentives à la qualité de l'accueil qui leur est réservé par leurs personnels et ceux des prestataires de service présents sur les réseaux.

⇒ Description de l'opération :

L'important programme de renouvellement des aires de services 2010/2015 qui concerne 75% des aires, permettra une amélioration des conditions de l'accueil de la clientèle au travers du réaménagement des espaces paysagers et des bâtiments, regroupant l'ensemble des services et proposant une plus grande diversité d'offres. Ces nouvelles installations permettront d'assurer la présence d'une information visant à mettre en avant les atouts des territoires traversés, notamment au travers de partenariats avec les acteurs locaux.

Des signalétiques adaptées seront mises en place, sous réserve de l'accord des ministères concernés, pour améliorer la bonne information en amont des voyageurs en ce qui concerne les services et les marques présents sur les aires, afin de leur permettre d'organiser leur voyage en fonction de leurs attentes.

Le site portail du secteur www.autoroutes.fr donnant accès à tous les services disponibles sur le réseau autoroutier pourra, à partir de liens, mettre à la disposition des internautes qui préparent leur voyage sur autoroutes, les informations présentes sur le site Internet de l'agence de développement touristique de la France www.atout-france.fr ; l'information à caractère touristique déjà présente sur les sites de chacune des sociétés d'autoroutes pourra également faire l'objet d'une dynamisation notamment aux moments des grands départs.

⇒ Calendrier :

Cette opération sera conduite jusqu'en 2015.

Fédération Nationale des Offices de Tourisme et des Syndicats d'Initiative

➔ Engagement :

La Fédération Nationale des Offices de Tourisme et des Syndicats d'Initiative s'engage à développer l'animation numérique des Offices de Tourisme, notamment à travers un programme de formation

➔ Contexte :

La formation à l'animation numérique doit permettre au personnel des Offices de Tourisme de pouvoir effectuer le diagnostic numérique de leur territoire, d'animer des ateliers de sensibilisation, d'aider les prestataires dans la réalisation de sites Internet ou de blogs et de leur permettre d'être présents sur les réseaux sociaux. Il s'agit d'éviter une fracture numérique dans le tourisme et rester compétitif.

➔ Description de l'opération :

A l'initiative de la Mission des Offices de Tourisme et des Pays d'Accueil (MOPA), la formation à l'animation numérique des territoires est reprise depuis l'automne au niveau national.

La FNOTSI a présenté en juillet 2010 le dossier de formation à la Commission paritaire nationale de l'emploi et de la formation des organismes de tourisme (CPNEFP). Cette commission nationale a reconnu cette formation comme prioritaire.

Cette reconnaissance permet :

- que toutes les régions lancent le même type de programme. Ce programme est déjà appliqué en Aquitaine, en Normandie et en Bretagne depuis la fin de l'année 2010.
- que la formation soit financée par AGEFOS au titre de la « période de professionnalisation ». Les coûts de formation peuvent être ainsi intégralement pris en charge pour les salariés des offices de tourisme relevant d'AGEFOS PME.

Tous les offices de tourisme pourront ainsi compléter leur dispositif d'accueil par des outils numériques telles les bornes d'accès Internet, les tablettes tactiles ou les Ipad, des applications Smartphone etc. et accroître leur attractivité ainsi que celle du territoire qu'ils promeuvent.

➔ Calendrier :

L'ensemble des régions lancera ce programme de formation au cours de l'année 2011.

Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH)

⇒ Engagement :

L'UMIH s'engage inciter les 80 000 entreprises du secteur qu'elle fédère à communiquer auprès de leurs clients sur « Nos engagements qualité à votre service »

⇒ Contexte :

L'amélioration de la qualité de l'accueil est une préoccupation quotidienne de la branche des Cafés, Hôtels, Restaurants et Discothèques. Elle constitue l'essence même de l'activité de la branche.

Ainsi, les professionnels sont déjà engagés dans de nombreuses démarches visant à améliorer et maintenir le niveau de la qualité des prestations qu'ils proposent (classements, labels, titres, démarches reconnues Qualité Tourisme).

Pour autant, les clients méconnaissent trop largement encore ce ou ces engagements mis en place par le professionnel de l'accueil chez qui ils se rendent.

Aussi, afin de valoriser ce lien entre la mise en place et la perception de la qualité par le client, l'UMIH propose d'engager les professionnels à communiquer à leur clientèle les démarches qu'ils ont souscrites

⇒ Description de l'opération et calendrier :

Dès la signature de la charte « La qualité de l'accueil en France », l'UMIH communiquera aux 102 fédérations réparties sur tout le territoire national :

- Une explication des engagements de la charte
- Une diffusion sur la base de « Nos engagements qualité à votre service » qui permettra aux professionnels de valoriser autant qu'ils le pourront les démarches auxquelles ils ont souscrites, tant via les vecteurs de promotion qu'ils utilisent que directement auprès de leur clientèle.

L'UMIH invitera les professionnels qui ne souscriraient pas à une démarche qualité à s'y engager.

ATOUT France

⇒ Engagement :

ATOUT France s'engage à mettre en place une plate-forme numérique « Accueil France » sur laquelle les touristes pourront partager leur expérience de l'accueil en France

⇒ Contexte :

Le point sensible de l'offre touristique française réside dans la qualité de l'accueil et l'attention portée aux consommateurs. Ces derniers doivent être associés étroitement à l'amélioration de la qualité de l'accueil et des services en général.

⇒ Description de l'opération :

Grâce à la plate-forme numérique « Accueil en France », les consommateurs disposeront d'un site internet mobile et d'une application mobile, téléchargeable sur Smartphone et sur i pad.

Dès leur arrivée sur le territoire (ou bien par consultation sur internet) il leur sera proposé de télécharger l'application (un accord sera passé avec les opérateurs de téléphonie mobile) et de s'inscrire en ouvrant un compte.

A tout moment le consommateur pourra suggérer une amélioration ou signaler une difficulté par un tweet (éventuellement accompagné d'une image) en qualifiant la suggestion ou le problème de deux façons : soit en acceptant la géolocalisation de la difficulté à résoudre ou de la suggestion à mettre en œuvre, soit en indiquant le lieu sur une carte.

Le tweet étant ouvert, les autres consommateurs auront accès à ces remarques et pourront intervenir à leur tour.

Les signataires de la charte auront la possibilité de s'abonner à leur charge, à un flux leur donnant accès aux remarques qui les concernent. Pour y parvenir ils devront définir les critères qui leur sont propres (soit géographiques, soit par catégorie de question concernée, soit les deux).

Le dispositif proposé vise à faire participer les visiteurs à l'amélioration de l'accueil, à rassembler leurs suggestions, à mobiliser les partenaires signataires de la charte et à faire participer le plus de partenaires possibles dans la chaîne de l'accueil, en donnant la parole aux consommateurs.

⇒ Calendrier :

Ce site sera opérationnel le 1^{er} mai 2011.

France Congrès

➔ Engagement :

France Congrès s'engage à mettre en place un référentiel national en faveur de la qualité et du développement durable

➔ Contexte :

Un recensement des actions engagées par les Bureaux des Congrès sur la qualité & le développement durable montre qu'il est nécessaire, au même titre que peut l'être la Charte Qualité & développement Durable France Congrès pour les sites d'accueil (centres de congrès, etc.), de définir un cadre commun aux principaux Bureaux des Congrès de l'hexagone.

➔ Description de l'opération :

Par ces engagements communs Qualité & développement Durable spécifiques aux Bureaux des Congrès, France Congrès souhaite :

- Positionner la France parmi les leaders sur les questions liées à la qualité et au développement durable dans l'accueil et l'organisation de manifestations professionnelles ;
- Ouvrir sur des échanges et des partenariats durables ;
- Mettre au premier plan la structure d'accueil pour promouvoir sa destination et conseiller le client dans l'organisation de son évènement responsable ;
- Développer l'identité et l'ancrage du territoire en cohérence avec les agendas 21 existants.

Grâce à la constitution d'un groupe de travail composé des représentants des Bureaux des Congrès membres, France Congrès va développer des engagements communs, à partir des actions déjà menées et celles en projet, pour en faire un référentiel national. Ces engagements seront cohérents avec les politiques territoriales sur le développement durable et les engagements de la Charte Qualité & développement Durable France Congrès en cours de déploiement.

➔ Calendrier :

Mars 2010 : constitution d'un groupe de travail dédié et début des travaux.

Juin 2011 : sortie des engagements communs Qualité & développement Durable pour les Bureaux des Congrès.

France Congrès

⇒ Engagement :

France Congrès s'engage à développer le nombre de centres de congrès engagés dans des process Qualité & développement Durable

⇒ Contexte :

France Congrès place la qualité et le développement durable parmi ses priorités d'action. Le réseau, qui réunit 53 villes à ce jour, a recruté en début d'année 2010 une chargée de mission Qualité & développement Durable.

Un état des lieux, début 2010, des engagements en faveur de la Qualité & du développement Durable dans les Villes de Congrès membres, a montré que plus de 60% mènent des actions sur la qualité de services, pour développer un comportement responsable et respectueux de l'environnement dans un objectif d'amélioration continue.

⇒ Description de l'opération :

France Congrès a souhaité valoriser ces engagements et actions par le développement d'une Charte Qualité & développement Durable, évolutive et certifiable par un tiers, destinée à tous les sites d'accueil de manifestations et d'évènements professionnels assorti d'un accompagnement individualisé. La version 1 de la Charte est sortie le 15.10.2010. Ces engagements sont répertoriés selon 3 grands principes :

- Accompagner le client pour un évènement réussi ;
- Communiquer et sensibiliser sur l'éco-responsabilité ;
- Agir en faveur de la préservation de l'environnement.

France Congrès propose à ses membres un dispositif de couplage de certifications Charte Qualité & développement Durable et ISO (9001, 14001, etc), ainsi qu'un accompagnement technique individuel pour les inciter à s'engager dès aujourd'hui dans une double certification pour une reconnaissance à la fois nationale et internationale.

Grâce à la constitution d'un groupe de travail dédié, la Charte évolue en termes d'engagements et de champ d'application (destination) en fonction du marché et des retours d'expériences des sites d'accueil engagés dans une démarche de qualité & de développement durable. L'objectif premier est de l'ouvrir aux métiers de l'exposition.

⇒ Partenaire :

Fédération des Foires Salons et Congrès de France (FSCEF)

France Congrès

⇒ Engagement :

France Congrès s'engage à valoriser les actions développées par ses membres pour améliorer les conditions d'accueil et de séjour de la clientèle affaires

⇒ Description de l'opération :

Cet engagement repose sur deux axes :

- Communication permanente sur le site internet de France Congrès des actions innovantes et valorisantes de chaque destination membre.
- Développement dans la future version du site internet de France Congrès d'une rubrique spécifique mettant en visibilité les actions majeures et initiatives prises dans ce domaine.

⇒ Calendrier :

Actuellement : communication régulière en home page du site Web et dans l'newsletter de France Congrès sur les actions sur l'accueil les plus valorisantes

Mai 2011 : nouvelle rubrique dans la Version 3 du site internet de France Congrès dédiée aux actions d'accueil et de services vers la clientèle affaires.

Fédération des Foires Salons et Congrès de France

France Congrès

➔ Engagement :

La Fédération des Foires Salons et Congrès de France et France Congrès s'engagent à mettre en place un référentiel « Qualité d'accueil et de services »

➔ Contexte :

La qualité de l'accueil et des services fournis par les places/destinations aux voyageurs d'affaires doit être mieux maîtrisée compte tenu de leurs exigences et de la forte valeur ajoutée de cette cible pour les territoires.

➔ Description de l'opération :

Élaboration avec l'ensemble des parties prenantes concernées par la chaîne de l'accueil et de services d'un référentiel visant à définir les engagements de chacun des acteurs (Cf. Engagement de coopération FSCEF – France Congrès)

Ce référentiel comporterait plusieurs chapitres :

- Accessibilité de la destination
- Transport et accessibilité au sein de la place
- Informations et signalétique
- Sites d'accueil de manifestations
- Hébergement Restauration
- Activités connexes : culture, commerce

➔ Calendrier :

Mars 2011 : consultation immédiate des parties prenantes.

Fin juin 2011 : présentation d'une structure de Référentiel.

Fin 2011 : promotion du Référentiel.

➔ Partenaires associés

Parmi les parties prenantes associées :

- Transport aérien, ferré, routier
- Collectivités territoriales et notamment Villes et Communautés d'agglomération,
- Chambres consulaires
- Bureaux des congrès et Offices de tourisme
- FSCEF et France Congrès – pour les sites d'accueil
- Syndicats d'hôteliers...

Viparis

➔ Engagement :

Viparis s'engage à développer son produit Pack Accueil

➔ Contexte :

Le produit Pack Accueil de Viparis est destiné à améliorer l'accueil des visiteurs, exposants et congressistes de manifestations à audience internationale en s'appuyant sur 4 axes principaux :

- Accueillir et informer
- Orienter
- Transporter
- recevoir

➔ Description de l'opération :

A travers cet engagement, Vip s'engage à enrichir en termes de manifestations ciblées et de services, le dispositif Pack accueil existant dédié à certaines manifestations professionnelles d'audience internationale. Celui-ci est actuellement déployé à l'aéroport de Paris Charles de Gaulle, gare du Nord (selon la manifestation) et sur le site VIPARIS concerné Son bilan 2010 est encourageant, avec 43 manifestations couvertes et 104 jours de déploiement.

Il comprend :

- ➔ De la signalétique et de l'information
 - des affiches de bienvenue aux couleurs de la manifestation
 - de la signalétique fixe et dynamique pour signaler la présence de navettes gratuites
 - annonces sonores à l'arrivée des trains
 - pavoisement de bienvenue
- ➔ Du personnel d'accueil dédié
 - comptoirs d'information dédiés (informations pratiques et touristiques)
 - des espaces Tourisme Information (à l'aéroport)
 - des hôtesses d'accueil aux bornes de billetterie et hôtesses volantes (en gare)
- Des navettes gratuites reliant l'aéroport/la gare au site VIPARIS
 - ➔ Des services :
 - groom sur le site d'accueil
 - conciergerie

➔ Partenaires associés :

Aéroports de Paris, Comité Régional du Tourisme Paris IDF, Comité des Expositions de Paris

Chambre Syndicale Nationale des Entreprises de Remise et Tourisme

➔ Engagement :

La Chambre Syndicale Nationale des Entreprises de Remise et Tourisme s'engage à mettre en place un label de qualité et une charte verte pour les Véhicules de Tourisme avec Chauffeur (VTC)

➔ Contexte :

Aucun indicateur qualitatif n'est mis à la disposition du touriste pour juger et choisir son prestataire.

➔ Description de l'opération :

Travail entrepris avec la sous-direction du Tourisme de la DGCS pour sélectionner les critères de labellisation à partir de ce qui est déjà en place dans les professions du tourisme (étoiles hôtels, critère Palaces).

Une seconde partie intégrant la charte verte sera proposée.

Le but est que ces informations soient accessibles pour les touristes y compris par voie de presse.

➔ Calendrier :

En 2011 : validation lors de la prochaine Assemblée générale, rédaction des critères à respecter, recherche de subventions, mise en place.

➔ Partenaires associés :

CGPME, ADEM, Atout France.

Chambre Syndicale Nationale des Entreprises de Remise et Tourisme

➔ Engagement :

La Chambre Syndicale Nationale des Entreprises de Remise et Tourisme s'engage à mettre en place des véhicules adaptés aux Personnes à Mobilité Réduite (PMR)

➔ Contexte :

Aucune entreprise de Véhicules de Tourisme avec Chauffeur (VTC) ne propose ce service de plus en plus demandé. Notre pays se doit d'offrir ce service de mobilité aux touristes d'affaires et de loisirs.

➔ Description de l'opération :

Mettre en place une offre correspondant à la demande et géographiquement adaptée.

➔ Calendrier :

- Sondage de la demande jusqu'à fin mai ;
- Sondage des professionnels du secteur jusqu'à fin juillet ;
- Négociation des emplacements de stationnements en aéroports et gares ;
- Acquisition de véhicules PMR, recherche de subventions, communication de la mise en place de l'offre jusqu'à la fin du 1^{er} trimestre 2012 ;
- Mise en place au 3^{ème} trimestre 2012.

➔ Partenaires associés :

UAF, SNCF, CCI, Offices du tourisme, hôteliers, congrès.

Etat

⇒ Engagement :

L'Etat s'engage à faire réaliser chaque année par un cabinet international une enquête de satisfaction sur l'accueil des touristes d'affaires et de loisirs pour disposer d'une vision globale du « ressenti » du visiteur tout au long de son séjour sur le sol français

⇒ Contexte :

La « destination France » souffre d'une image souvent négative en matière d'accueil, notamment par le biais de classements anglo-saxons.

Toutefois, les opérateurs touristiques français fournissent de nombreux efforts en matière de qualité d'accueil et de services pour renforcer la compétitivité touristique de la France. Diverses actions sont engagées mais ne sont pas suffisamment connues du grand public, que ce soit en France ou à l'étranger.

Aussi, cette enquête sera à la fois un outil de stratégie permettant une amélioration qualitative de l'accueil à l'échelle nationale et un outil de communication positionnant la France en termes d'accueil à l'échelle européenne voire mondiale.

⇒ Description de l'opération :

L'enquête évaluera la satisfaction globale des clientèles sur l'ensemble de leur parcours touristique (avant l'arrivée sur le territoire, à l'arrivée, durant leur séjour, à la fin du séjour).

L'enquête inclura les thématiques suivantes :

- Information, orientation
- Transports
- Hébergements et restauration
- Services touristiques
- Activités de loisirs

Il s'agira d'évaluer :

- La qualité, la disponibilité et l'accessibilité de l'information ;
- La gestion des flux et des temps d'attente ;
- La propreté et le confort des lieux ;
- La personnalisation de l'accueil et des services ;
- La qualité du contact humain.

L'ensemble des données recueillies fera ressortir une vision globale de l'accueil en France tel qu'il est vécu par les touristes et les éventuels décalages entre cet accueil vécu et l'image globale de la destination ; elle portera aussi sur les besoins et les attentes par segments de clientèles identifiés.

⇒ Calendrier :

Rédaction du cahier des charges : mars 2011

Lancement de l'étude : mai 2011

Fin de l'étude : 30 septembre 2011

Opérateurs

⇒ Engagement :

Les opérateurs s'engagent à mettre en place un visuel commun à tous les agents d'accueil pour faciliter leur identification dans les lieux fortement fréquentés par la clientèle touristique

⇒ Contexte :

La qualité de l'accueil repose en grande partie sur l'identification immédiate de la « source d'information » par le visiteur et sur l'assurance d'un accueil physique personnalisé, basé sur la disponibilité, l'écoute et la pratique de langues étrangères.

⇒ Description de l'opération :

Le visuel commun à tous les opérateurs touristiques prendra la forme d'un badge figurant un message compris par tous, à l'image du « Bienvenue en France », ou représentant un logo significatif.

Ce visuel compléterait le badge ou tout autre identifiant propre à chaque agent d'accueil. Il sera porté par des agents d'accueil présents dans des lieux connaissant une importante fréquentation touristique.

Le port de ce visuel constituera un repère pour le touriste; il lui permettra d'identifier de façon instantanée la personne compétente pour le renseigner et l'orienter. Enfin, le visuel commun aux opérateurs touristiques constituera un « signe de sympathie » témoignant de l'attention portée à la clientèle touristique.