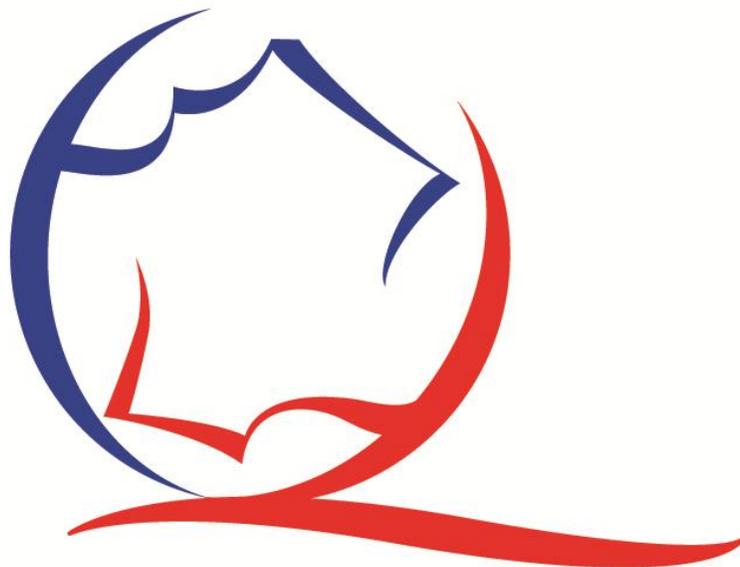




Cahier des charges du droit d'usage de la Marque QUALITÉ TOURISME™ 2014



QUALITÉ
TOURISME

SOMMAIRE

Préambule	4
1. Les critères d'obtention du droit d'usage de la Marque QUALITÉ TOURISME™ pour les Porteurs de démarche	4
2. Les critères d'obtention du droit d'usage de la Marque QUALITÉ TOURISME™ pour les Établissements	4
3. Périmètre du Plan Qualité Tourisme	5
I. Critères d'obtention du droit d'usage de la Marque QUALITÉ TOURISME™ pour les Porteurs de démarche	5
1. Les Engagements Nationaux de Qualité (ENQ)	5
1.1. Documents de comparaison entre les ENQ et les critères de la démarche qualité	5
1.2. Utilisation des référentiels-types	6
2. Audits externes	6
2.1. Choix du cabinet d'audit	6
2.2. Déroulé de l'audit qualité	6
❖ Séminaires d'auditeurs (recommandation)	7
2.3. Contenu des rapports d'audit	7
❖ Elaboration d'un plan d'actions (recommandation)	7
❖ Synthèse d'une vague d'audit (recommandation)	7
❖ Contenu des rapports d'audit de renouvellement (recommandation)	8
2.4. Audits consécutifs	8
3. L'écoute client	8
3.1. Gestion de l'écoute client	9
❖ Rôle du Porteur de démarche dans la gestion de l'écoute client (recommandation)	9
3.2. Questionnaire de satisfaction	9
3.3. La gestion des réclamations	9
4. L'accompagnement des Établissements	10
5. Alimentation du site des marques nationales du Tourisme	10
6. Convention d'association	10
7. Suspension du droit d'usage de la Marque	10

II. Les critères d'obtention du droit d'usage de la Marque aux Établissements (art. 5.2 du RU).....	11
1. Choix de la démarche qualité	11
2. Acte de candidature.....	11
2.1. Acte de candidature initiale (art.5.1 du RU).....	11
2.2. Renouvellement du droit d'usage de la Marque (art. 5.2.2 du RU)	12
3. Respect de la réglementation	12
4. Obligation de classement si le classement réglementaire existe sur l'activité	12
5. Niveau de performance élevé associé à une démarche de progrès.....	12
5.1. Niveau de performance élevé	12
❖ Procédure de rattrapage (recommandation).....	13
5.2. Souveraineté de la commission du Porteur de la démarche quant à l'attribution du droit d'usage de la Marque QUALITÉ TOURISME™	14
6. Écoute client.....	15
❖ Plan d'actions correctif (recommandation)	15
❖ Synthèse annuelle de l'écoute client (recommandation)	15
III. Recommandations de mise en œuvre de la 3^{ème} voie	15

Préambule

La mise en œuvre d'une démarche qualité dans le cadre du Plan Qualité Tourisme, suppose le respect du Règlement d'usage de la Marque enregistré à l'INPI le 07/07/2014 (parution au BOPI n° 2014-32 le 08/08/2014). Ce Règlement d'usage définit les conditions d'utilisation de la Marque QUALITÉ TOURISME™.

Le présent Cahier des charges complète le Règlement d'usage (RU) en définissant les critères et conditions d'obtention, de renouvellement, de retrait et de résiliation du droit d'usage de la Marque QUALITÉ TOURISME™ pour les Exploitants qu'ils soient Porteur d'une démarche qualité ou Établissement marqué (cf. définitions du RU). L'ensemble de ces exigences sont détaillées dans ce cahier des charges et sont reprises dans les formulaires de candidature.

1. Les critères d'obtention du droit d'usage de la Marque QUALITÉ TOURISME™ pour les Porteurs de démarche

Les critères sont :

- le respect des Engagements nationaux de qualité du Plan Qualité Tourisme,
- la mise en œuvre d'un audit externe et indépendant,
- l'écoute client,
- l'accompagnement des établissements dans leur démarche de progrès par le Porteur de démarche.

2. Les critères d'obtention du droit d'usage de la Marque QUALITÉ TOURISME™ pour les Établissements

Les critères sont :

- la conformité aux exigences réglementaires de l'activité,
- le classement réglementaire s'il existe pour l'activité,
- un niveau de performance élevé conforme aux exigences :
 - de la démarche qualité reconnue
 - du PQT (i.e. : « note QUALITÉ TOURISME™ »)
- la participation à l'écoute client selon les modalités définies par le porteur de la démarche.

Dans le cadre d'un renouvellement du droit d'usage de la Marque des exigences supplémentaires sont introduites :

- l'alimentation de la base de données des marques nationales du tourisme : <http://www.dgcis.gouv.fr/marques-nationales-tourisme>
- la mise en œuvre d'un plan d'actions établi au travers de l'écoute client et des résultats d'audits,
- la valorisation de l'appartenance à la Marque QUALITÉ TOURISME™.

3. Périmètre du Plan Qualité Tourisme

Seules les activités touristiques réalisées sur le territoire français peuvent bénéficier du droit d'usage de la Marque QUALITÉ TOURISME™. Sont considérées comme activités touristiques les activités exercées par les acteurs économiques de l'offre touristique, telles que :

1. hébergements (hôtels, camping, chambres d'hôtes, hébergements collectifs, résidences de tourisme, villages de vacances),
2. restauration (restaurants, bars-brasserie),
3. lieux de visite (lieu de mémoire, lieu de préhistoire, site de loisir, écomusée, visite d'entreprise...),
4. activités de pleine nature,
5. centres de congrès,
6. agences de location saisonnière,
7. offices de tourisme.

I. Critères d'obtention du droit d'usage de la Marque QUALITÉ TOURISME™ pour les Porteurs de démarche

L'ensemble de ces exigences doivent être mises en place par le Porteur d'une démarche qualité et seront vérifiées lors de l'instruction de la candidature par la sous-direction du Tourisme avant d'être présentées au Comité national de sélection de la Marque.

1. Les Engagements Nationaux de Qualité (ENQ)

Les ENQ sont les engagements définis par le ministère chargé du Tourisme en liaison étroite avec les professionnels du tourisme, par le Comité de pilotage et représentent pour chaque profession les exigences incontournables pour la satisfaction du client. Les ENQ doivent être déclinés en critères d'audit objectifs et évaluables dans la grille d'audit du candidat.

Il existe deux façons de présenter sa candidature :

1.1. Documents de comparaison entre les ENQ et les critères de la démarche qualité

Afin de présenter la candidature d'une démarche qualité au Comité national de sélection, les Porteurs de démarches utilisent le document de comparaison de leur filière, téléchargeable sur le site <http://www.dgcis.gouv.fr/marques-nationales-tourisme>.

Les points suivants doivent être respectés :

- l'intégralité des Engagements Nationaux de Qualité sont couverts par la grille d'audit du candidat,
- la grille d'audit du candidat est déclinée dans le document de comparaison. Un

- critère de la grille d'audit ne peut être utilisé qu'une seule fois,
- les critères bonus/optionnels ne peuvent pas être utilisés dans la validation des ENQ à l'exception des ENQ conditionnels,
 - la grille d'audit du candidat décrit le mode de contrôle de chaque critère (visite mystère/contrôle sur place, contrôle préalable, audit documentaire, débriefing),
 - les pondérations/modulations de critères utilisées dans la grille d'audit sont reprises dans le calcul de la note « QUALITÉ TOURISME™ »,
 - un guide d'interprétation à destination des auditeurs est rédigé pour permettre une évaluation homogène de chaque critère. Ce guide d'interprétation est obligatoire quand l'évaluation n'est pas binaire et utilise une échelle (Très satisfaisant, peu satisfaisant...).

Le document de comparaison permet de calculer la note « QUALITÉ TOURISME™ ». L'utilisation du document de comparaison pour le calcul de la note n'est pas obligatoire, et peut être remplacée par l'utilisation d'un logiciel.

1.2. Utilisation des référentiels-types

L'utilisation des référentiels-types mis à disposition par le ministère en charge du tourisme valide automatiquement le document de comparaison avec les ENQ. Le candidat n'a pas à fournir ce document. De plus, les référentiels-types disposent d'une colonne « vademecum » afin de guider le candidat dans l'application de chaque critère. Le vademecum précise si le critère est considéré « NM » (non mesuré) et sous quelles conditions.

Les Porteurs de démarche peuvent proposer à partir des référentiels-types des critères supplémentaires qui sont vérifiés par l'État français dans le cadre de l'instruction initiale ou de la demande de renouvellement.

2. **Audits externes**

L'audit permettant d'attribuer la Marque est réalisé par un cabinet externe et indépendant.

2.1. Choix du cabinet d'audit

Le cabinet externe et indépendant est sélectionné par le Porteur de démarche ou le Partenaire national.

Un formulaire rappelant au cabinet d'audit l'ensemble du déroulé de l'audit externe décrit dans ce cahier des charges est rempli par le cabinet d'audit.

2.2. Déroulé de l'audit qualité

L'audit externe et indépendant, réalisé au maximum 6 mois avant la notification initiale,

doit :

- être réalisé au minimum tous les 3 ans,
- inclure une nuit sur place pour les hébergements au moins tous les 3 ans,
- être réalisé sous forme d'une visite en client-mystère, avant que l'auditeur ne se dévoile pour :
 - rendre compte au responsable d'exploitation de son expérience client (en cas d'indisponibilité du responsable d'établissement ou du référent qualité : 7 jours maximum pour débriefing téléphonique ou sur place),
 - informer de ses observations réalisées en client mystère,
 - compléter les points non observés sur la grille dont le mode de contrôle est autre que la visite mystère.

❖ Séminaires d'auditeurs (recommandation)

Il est recommandé aux Porteurs de démarches d'organiser des séminaires d'auditeurs afin d'homogénéiser les pratiques d'audit.

2.3. Contenu des rapports d'audit

Les rapports d'audits comportent au minimum les éléments suivants :

- un compte rendu de l'expérience client,
- un commentaire pour les critères immatériels non validés,
- l'identification des conformités / non conformités par rapport à la grille d'évaluation,
- l'identification des pistes d'amélioration par rapport aux non conformités,
- une synthèse des « forces et faiblesses » de chaque établissement est rédigée par l'auditeur. Cette synthèse a pour but d'évaluer l'évolution de l'établissement à travers une comparaison des conclusions d'audit n et n+3. Lors de l'audit de renouvellement le Comité d'attribution ou le Comité régional de gestion de la Marque évalue l'effectivité de la mise en place des actions correctives. Le Porteur de démarche précise sa politique quant à l'absence de mise en place des actions correctives (suspension, retrait).

❖ Elaboration d'un plan d'actions (recommandation)

Il est recommandé qu'en annexe ou intégré au rapport d'audit, un document permettant au professionnel d'élaborer un plan d'actions à court et moyen terme lui soit fourni. Ce plan d'actions est rédigé par le professionnel seul ou en concertation avec l'animateur qualité compétent. Les Référentiels-types mettent à disposition un onglet préfiguré afin de faciliter l'élaboration du plan d'actions.

❖ Synthèse d'une vague d'audit (recommandation)

Il est recommandé qu'une synthèse des forces et faiblesses par vague d'audit (ensemble des établissements d'une même filière) soit rédigée et qu'elle soit communiquée à

chaque établissement. Chaque Porteur de démarche détermine le nombre d'établissements constituant une vague d'audit. Cette synthèse peut être rédigée par l'animateur qualité ou par l'auditeur.

Il est recommandé aux Porteurs de démarches d'organiser des séminaires de restitution des vagues d'audit.

❖ Contenu des rapports d'audit de renouvellement (recommandation)

Il est recommandé que les rapports d'audit de renouvellement contiennent le rappel des conclusions de l'audit précédent.

2.4. Audits consécutifs

D'autres prestations que celles visées par le présent contrôle (ex: inspection du classement des hébergements ou audit du titre de Maître restaurateur) réalisées par le même auditeur au cours d'un déplacement unique sont autorisées.

Toutefois, concernant les inspections relatives aux hébergements touristiques marchands, telles que définies dans l'arrêté du 23 décembre 2009, il est rappelé que les organismes d'inspection doivent réaliser ces prestations conformément aux exigences de la norme NF EN ISO/CEI 17020 et des documents Cofrac opposables (en particulier pour répondre aux exigences relatives à l'indépendance et à l'impartialité).

A titre d'exemple, dans le cas de prestations consécutives, lors de chaque prestation, l'auditeur veillera notamment à :

- commercialiser deux contrats distincts et ne pas conditionner la commercialisation d'une prestation à une autre,
- rédiger deux rapports distincts,
- préciser dans son argumentaire commercial l'indépendance des résultats de l'audit qualité et d'une autre évaluation,
- ne pas communiquer la date de réalisation de ces prestations à l'Établissement afin d'auditer en client mystère les critères de l'audit qualité,
- identifier les conformités/non conformités de l'audit qualité de façon distincte des conformités/non conformités des autres évaluations,
- identifier les pistes d'amélioration sur les conformités/non conformités des critères relevant uniquement de l'audit qualité,
- ne pas conseiller le responsable de l'exploitation sur les critères communs à l'audit qualité et aux autres évaluations,
- rendre un compte rendu détaillé de son expérience client à l'Établissement et au Porteur de démarche englobant la totalité des critères d'évaluation y compris les critères communs à l'audit qualité et aux autres évaluations.

3. **L'écoute client**

L'écoute client couvre :

- le traitement des réclamations,
- le recueil et l'analyse de la satisfaction client qui peut prendre la forme :
 - d'un questionnaire de satisfaction,
 - et/ou d'une veille des sites d'avis en ligne des consommateurs. Dans ce dernier cas le Porteur de démarche indique la méthodologie et les outils utilisés.

3.1. Gestion de l'écoute client

Deux modes de gestion de l'écoute client sont autorisés :

- centralisation par les Porteurs de la démarche ou par une structure mandatée par le Porteur de démarche,
- gestion par l'Établissement.

❖ Rôle du Porteur de démarche dans la gestion de l'écoute client (recommandation)

Il est recommandé que le Porteur de démarche qualité :

- ❖ agrège les synthèses individuelles des établissements, dans le cas d'une gestion par l'Établissement,
- ❖ produise une synthèse globale annuelle de l'écoute client,
- ❖ adapte l'accompagnement des établissements en fonction de l'analyse de cette synthèse.

3.2. Questionnaire de satisfaction

Le questionnaire de satisfaction est conçu sur une échelle paire.

Le questionnaire de satisfaction dématérialisé est autorisé si :

- un recueil des adresses mails est organisé par le Porteur de démarche notamment au travers de centrales de réservation,
- et/ou si un affichage indiquant l'existence de ce questionnaire est accessible au client.

Le Porteur de démarche définit les caractéristiques d'un questionnaire de satisfaction « négatif ». Un questionnaire de satisfaction négatif est traité comme une réclamation si les commentaires sont précis et factuels et si le client a indiqué ses coordonnées.

3.3. La gestion des réclamations

Le traitement systématique des réclamations est obligatoire.

3.3.1. Recueil des réclamations

Les coordonnées du Porteur de la démarche ou du prestataire en charge de la gestion de

l'écoute client sont clairement indiquées aux clients par un affichage dans l'établissement et/ou sur les questionnaires de satisfaction.

3.3.2. Traitement des réclamations

La réponse au client est faite indifféremment par l'établissement et/ou par le réseau. Un accusé de réception de la réclamation est envoyé au client dans les 3 jours ouvrés par le Porteur de démarche ou l'Établissement. Le délai maximal du traitement de la réclamation est limité à 15 jours ouvrés exception faite des demandes de remboursement.

4. L'accompagnement des Établissements

Les Porteurs de démarche organisent l'accompagnement des Établissements a priori et a posteriori de l'attribution de la Marque (ex : auto-évaluation, audits blancs, fiches de procédures, journées de formation, ateliers thématiques, analyse écoute client, rapport personnalisé de l'écoute client, suivi des actions correctives...).

Le Porteur de démarche précise les mesures d'accompagnement mises en œuvre. Les Porteurs de démarche animent le réseau des Établissements marqués.

5. Alimentation du site des marques nationales du Tourisme

Le Porteur de démarche met à jour la base de données des marques nationales du tourisme.

Le porteur de démarche signale dans les 15 jours toute modification intervenant sur ses Établissements marqués : nouvelle attribution, retrait, suspension.

6. Convention d'association

Le Porteur de démarche peut négocier des conventions d'association avec les autres Porteurs de démarche afin de faciliter le déploiement du Plan Qualité Tourisme.

7. Suspension du droit d'usage de la Marque

Les Établissements dont la date d'audit est supérieure à 3 ans et 6 mois sont suspendus de l'interface de consultation grand public de la base de données des marques nationales du tourisme.

Si des réclamations récurrentes parviennent à un Porteur de démarche, la Marque peut être suspendue à la discrétion du Porteur de démarche pour une durée maximum de 3 mois.

II. Les critères d'obtention du droit d'usage de la Marque aux Établissements (art. 5.2 du RU)

Les Établissements marqués sont publiés sur la Base de données de <http://www.dgcis.gouv.fr/marques-nationales-tourisme>

1. Choix de la démarche qualité

Un Établissement appartenant à un Réseau national peut choisir d'être accompagné et d'obtenir la Marque au travers d'un Dispositif qualité territorial (DQT). Le DQT en informe le Réseau national.

Le Réseau informe ses établissements adhérents que la mise en œuvre d'une démarche qualité territoriale ne l'exonère pas de l'audit propre à son réseau et peut engendrer des coûts supplémentaires.

Le DQT valorise les Établissements marqués des Réseaux nationaux sur la base de données des marques nationales du tourisme et sur les supports de promotion du DQT dans la mesure du possible.

2. Acte de candidature

2.1. Acte de candidature initiale (art.5.1 du RU)

L'obtention du droit d'usage de la Marque est conditionnée à un acte de candidature volontaire avant l'organisation de l'audit ou à un acte d'engagement lorsque les conditions d'obtention de la Marque sont réunies a posteriori.

En fonction des procédures établies par le Porteur de démarche, l'acte de candidature a priori ou a posteriori peut être réalisé au moyen :

- du formulaire de candidature téléchargeable sur le site des marques nationales du tourisme <http://www.dgcis.gouv.fr/marques-nationales-tourisme>
- d'un document interne, où il est stipulé que le responsable d'exploitation « reconnaît avoir pris connaissance et accepté les conditions du Règlement d'usage et du Cahier des charges de la Marque QUALITÉ TOURISME™ en vigueur à la date de sa demande de la Marque et souhaite que le Porteur de démarche organise les conditions d'obtention de la Marque QUALITÉ TOURISME™ ».

La date d'effet du droit d'usage de la Marque est celle de la notification du droit d'usage. Le droit d'usage de la Marque s'éteint 3 ans après la date de la notification. Seuls les audits de moins de 6 mois peuvent être utilisés pour l'attribution du droit d'usage de la Marque.

2.2. Renouvellement du droit d'usage de la Marque (art. 5.2.2 du RU)

En fonction des procédures établies par le Porteur de démarche, le renouvellement du droit d'usage n'est pas conditionné à un nouvel acte de candidature. Le renouvellement est notifié par le Porteur de démarche.

Dans le cadre d'un renouvellement, le droit d'usage de la Marque s'éteint 3 ans après la date de la notification initiale si les résultats de l'audit de renouvellement ne sont pas conformes aux présents critères d'obtention de la Marque du Cahier des charges.

3. Respect de la réglementation

Les Établissements marqués sont en conformité avec la réglementation en vigueur de leur filière.

Il est précisé dans les documents d'acte de candidature initiale définis au paragraphe précédent que :

- l'Établissement est en conformité avec la réglementation en vigueur de sa filière,
- l'Établissement se conformera aux évolutions de la réglementation de sa filière,
- aucune infraction réglementaire n'a été constatée dans les 6 derniers mois et qu'aucune procédure relative à une infraction réglementaire n'est en cours.

Une infraction réglementaire entraîne automatiquement la résiliation du droit d'usage de la Marque (art.11 du RU). L'État français et/ou le Porteur de démarche suspendent ou suppriment la fiche de l'Établissement du site.

4. Obligation de classement si le classement réglementaire existe sur l'activité

Le droit d'usage de la Marque est conditionné à l'obtention du classement réglementaire de l'activité, s'il existe.

Le classement ne constitue pas une obligation préalable à l'entrée dans la démarche qualité mais il est obligatoire pour que le droit d'usage de la Marque puisse être notifié à l'Établissement. Un délai de six mois maximum peut être autorisé entre l'audit qualité et le classement à la discrétion du Porteur de démarche.

5. Niveau de performance élevé associé à une démarche de progrès

Un Comité d'attribution de la Marque pour les réseaux nationaux ou le Comité régional de gestion de la Marque vérifie la conformité des exigences de leur démarche qualité afin d'attribuer la Marque QUALITÉ TOURISME™, conformément au dossier de candidature validé par le Comité national de sélection.

5.1. Niveau de performance élevé

La Marque est attribuée aux établissements obtenant :

- les taux de conformité défini(s) par la démarche qualité candidate et au respect

- d'éventuels critères obligatoires de cette démarche.
- au moins 85% pour la note « QUALITÉ TOURISME™ », dont le mode de calcul est défini dans le tableau ci-dessous.

Thématique	Seuil recommandé	Pondération	Note QUALITÉ TOURISME™
Information et communication Information complète, précise et à jour des supports utilisés par la clientèle ; signalétique de qualité	80%	10%	85%
Savoir-faire et savoir-être Professionnalisme, maîtrise des langues étrangères, conseil, accueil aimable et courtois, disponibilité tout au long de la prestation	80%	35%	
Confort et propreté Confort, propreté et hygiène irréprochable des locaux, des équipements, du mobilier et des espaces extérieurs	95%	25%	
Développement durable et valorisation touristique des territoires Gestion environnementale, intégration régionale, valorisation des ressources locales	80%	10%	
Qualité de la prestation Eléments de confort ou de services élevant le niveau général de la qualité de la prestation et de la satisfaction de la clientèle	80%	20%	

La note « QUALITÉ TOURISME™ » est obtenue en pondérant la valeur contributive de chaque thématique.

Les seuils minimaux des indices partiels sont des recommandations et ne sont pas obligatoires. S'ils ne sont pas atteints, ils doivent être inclus dans la rédaction d'un plan d'actions.

Dans le cas de grilles d'audit fonctionnant avec des critères majeurs et mineurs, pour lesquelles 100% des critères majeurs sont obligatoires, le candidat prouve à la sous-direction du Tourisme que l'absence de validation des critères optionnels implique une note « QUALITÉ TOURISME™ » supérieure à 85%.

❖ Procédure de rattrapage (recommandation)

Le « rattrapage » pour les établissements ayant obtenu un résultat proche du taux de conformité à obtenir est autorisé mais sa mise en place n'est pas obligatoire.

Le contenu du rattrapage porte sur les aspects matériels avec un contrôle visuel ou des preuves matérielles.

L'onglet « Plan d'actions » des Référentiels-types précise les critères :

- ❖ rattrapables à court terme, notés « R »,
- ❖ non rattrapables, notés « NR ».

Des audits provisoires sont acceptés :

- ❖ l'établissement a 30 jours pour apporter des correctifs,
- ❖ le rapport définitif est rédigé 30 jours après la réception du rapport provisoire, délai pendant lequel l'établissement peut apporter des preuves des correctifs (les bons de commande ou devis sont acceptés),
- ❖ la preuve formelle de la réalisation des modifications doit être contrôlée dans les 2 mois.

Les points de rattrapage peuvent faire l'objet d'une revisite ou d'un contrôle à distance. Le contrôle peut être dévolu aux auditeurs ou aux référents qualité des Porteurs de démarche.

5.2. Souveraineté de la commission du Porteur de la démarche quant à l'attribution du droit d'usage de la Marque QUALITÉ TOURISME™

L'obtention d'un taux de conformité est une condition nécessaire mais pas suffisante pour que l'Établissement obtienne le droit d'usage de la Marque. Le Comité d'attribution du Réseau national ou le Comité régional de gestion de la Marque (CRGM) peut émettre des réserves si le rapport d'audit souligne une lacune matérielle qui est considérée comme rédhibitoire par le Comité d'attribution du Réseau national ou le CRGM (exemple : literie en très mauvais état).

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 pas suffisante. Le Comité d'attribution du Réseau national ou le CRGM 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 d'attribution du Réseau national ou le CRGM,
- si le droit d'usage de la Marque QUALITÉ TOURISME™ n'est pas valorisé sur les outils de communication de l'Établissement et si la plaque QUALITÉ TOURISME™ n'est pas apposée à l'extérieur de l'Établissement.

6. Écoute client

L'Établissement a pour obligation de répondre aux clients en cas de réclamation et respecte les délais suivants:

- 3 jours pour accuser réception de la réclamation,
- 15 jours pour traiter l'ensemble de la réclamation exception faite des demandes de remboursement.

❖ Plan d'actions correctif (recommandation)

Il est recommandé qu'un plan d'actions soit élaboré par le professionnel à partir de 3 réclamations reçues sur la même thématique.

❖ Synthèse annuelle de l'écoute client (recommandation)

Il est recommandé que dans le cas d'une gestion par l'Établissement, une synthèse annuelle de l'écoute client (questionnaire de satisfaction et/ou réclamation) soit transmise au Porteur de démarche.

III. Recommandations de mise en œuvre de la 3^{ème} voie

La DIRECCTE invite les organisations suivantes à participer au CRGM :

- CRT ou équivalent
- CDT/ADT ou équivalent
- CCIR et/ou CCI locales
- FROTSI
- pour la filière APN : DRJSCS
- pour la filière LDV : DRAC
- pour les filières hébergements et restauration les représentations régionales des organisations professionnelles (UMIH, SYNHORCAT, CPIH, FAGITH, FNHPA...)
- dans le cas de l'analyse de dossiers faisant référence à une filière thématique sur les LDV, le Partenaire thématique est sollicité.
- tout autre interlocuteur pertinent selon la filière, à la discrétion de la DIRECCTE
- et le cas échéant des professionnels marqués.

Il n'y a pas de quorum à la tenue du CRGM. Seule la DIRECCTE dispose d'un droit de veto.