

## Engagements Qualité Office de tourisme Destination Le Tréport – Mers

**La qualité est un outil au service de l'équipe pour co-définir ce que l'on souhaite améliorer dans la structure et dans notre organisation.**

Issu de la fusion des Offices de Tourisme d'Ault et Mers les Bains - dans la Somme -, Criel sur Mer, Eu, Le Tréport – en Seine Maritime -, l'Office de Tourisme Destination Le Tréport – Mers a été créé par la Communauté de Communes des Villes Sœurs au 1<sup>er</sup> janvier 2017.

**L'office de tourisme Destination Le Tréport - Mers s'inscrit dans le projet de territoire de la communauté de communes des Villes Sœurs qui a défini trois orientations stratégiques prioritaires du développement touristique à savoir :**

- ☞ Développer l'attractivité du territoire
  - Le numérique
  - Les labels
  - De nouveaux produits et services
- ☞ Définir et préciser les axes de développement touristique
  - Optimiser l'organisation touristique de la Destination
  - Définir les cibles de clientèle prioritaire (plan de promotion)
- ☞ Accompagner les porteurs de projets structurants

**Au regard de ces enjeux, la politique qualité se veut structurante et garante de la professionnalisation de l'office de tourisme.**

**A travers la mise en œuvre de cette politique qualité, chaque collaborateur s'engage :**

→ **auprès de nos visiteurs qu'ils soient locaux ou vacanciers :**

1. Leur proposer un accueil chaleureux et éclairé (mise à disposition d'un conseiller en séjour, d'un espace d'accueil et un espace d'information facilement accessibles ; un espace pour consulter la documentation)
2. Leur faciliter l'accès à l'information en toute saison (information gratuite sur l'offre touristique locale, faciliter les démarches, afficher et diffuser ses périodes d'ouverture exprimées en deux langues étrangères au moins.
3. Leur garantir des informations précises et actualisées (mise à jour annuelle de l'information touristique,

4. Les accompagner dans l'organisation de leurs séjours (Réponse toute l'année aux courriers, Présenter toute l'offre qualifiée de sa zone d'intervention pour toutes les clientèles.
5. Leur offrir des services de qualité (wifi, service d'accueil permanent tenu par du personnel pratiquant deux langues étrangères au moins,
6. Les inciter à nous faire part de leurs remarques et y attacher de l'importance (traitement des réclamations et de la satisfaction)

→ **auprès de nos partenaires touristiques locaux :**

1. Connaître leur offre et les accompagner à la qualifier (organisation de visites prestataire,)
2. Les sensibiliser aux nouvelles tendances et évolutions des comportements des touristes (organisation d'ateliers et rencontres professionnelles)
3. Les relayer auprès de nos réseaux touristiques institutionnels locaux et régionaux (renseignements des bases de données régionales)
4. Leur proposer des outils pour mieux renseigner leurs clients (brochures, site internet de l'office de tourisme)
5. Structurer, valoriser, promouvoir et vendre l'offre du territoire (plan de promotion de l'office de tourisme)

Avril 2018