

Évaluation en vue de l'obtention du label Destination d'Excellence



L'établissement

Désignation	CAVEAUX ET POINTS DE VENTE (DOCID:qt309126)
Adresse	75008 Paris Ile-de-France
Responsable de l'établissement	***
Filière	Caveaux et points de vente
Partenaire(s)	

L'évaluation

Organisme évaluateur	
Nom de l'auditeur	***
Type d'audit	Adhésion
Date de visite mystère	
Date de visite du site web	
Date demande info écrit (français)	
Date demande info écrit (autre langue)	
Date demande info tel (français)	
Date demande info tel (autre langue)	



Date de debriefing

Commentaire sur l'évaluation



Compte-rendu de l'évaluation

Rapport de visite

Points forts

Points d'amélioration

EVALUATION COMPLETE

PROMOTION ET COMMUNICATION

Le site internet

1 - L'établissement possède un site internet dédié.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. Si présence d'un site internet propre au point de vente et d'un site internet partagé, le site internet audité est le site internet de l'établissement. En l'absence d'un site internet propre au point de vente, le site internet du partenaire ou celui de l'office de tourisme est audité. Constat visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication.

2 - Une réservation par voie numérique est possible.

Oui Non

Réservation par le site internet ou par celui des partenaires acceptée ou place de marché territoriale. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication.

3 - Le site internet est bien référencé.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas de site internet. Le référencement est efficace : le nom de l'établissement apparaît sur les 2 premières pages du moteur de recherche avec les mots clés nom de la structure et ville. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

4 - La présentation du site internet est soignée, attractive et ergonomique.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Non concerné si pas de site internet. Le site internet donne envie de fréquenter l'établissement. Evaluation de la qualité des photos, bon affichage des pages, absence de faute d'orthographe, absence de lien qui n'aboutit pas, navigation aisée et accès rapide aux informations principales, etc. Le site internet est consultable sur smartphone et/ou tablette. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

5 - Les informations du site internet sont complètes et actualisées : adresse, courriel, numéro de téléphone, jours et horaires d'ouverture du lieu d'accueil / point de vente, moyens de paiement acceptés et des informations sur l'accès au site.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Non concerné si pas de site internet. Pour vérifier la complétude des informations, l'auditeur peut poser une question sur l'acceptation des ANCV. Les périodes d'ouverture sont à mentionner si l'établissement n'est pas ouvert 365 jours par an. Si absence de parking privé, le site internet mentionne une solution de stationnement public à proximité. Constat visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication.

6 - Le site internet contient des informations sur l'offre d'activités œnologiques et ou agrotouristiques proposée.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas de site internet. Exemples : dégustation, visite de la cave, de l'exploitation, du vignoble, participation aux vendanges, atelier œnologie ou de brassage, etc. # (contenu, durée, tarif, conditions de réservation). Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

7 - Le site internet présente l'exploitation, ses produits, son histoire et suscite l'envie.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas de site internet. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication.

8 - Le site internet est traduit dans une langue étrangère au moins.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas de site internet. La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

9 - BONUS - Le site internet est traduit dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

Bonus noter Non concerné si réponse négative. Traduction partielle tolérée avec a minima présentation de l'offre. La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

10 - Les informations relatives aux modalités de réservation et d'annulation sont facilement accessibles.

Oui Non

Réservation par le site internet ou par un OTA pour hébergement acceptées. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

11 - RENOUELEMENT : En cas de renouvellement, le logo Destination d'Excellence est présent sur le site internet.

Oui Non Non concerné

Non concerné si absence de site internet et/ou si audit d'adhésion. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

12 - RENOUELEMENT : En cas de renouvellement, la démarche Destination d'Excellence est explicitée sur le site internet ou il existe un lien vers le site de Destination d'Excellence.

Oui Non Non concerné

Non concerné en cas d'adhésion et Non concerné si absence de site internet. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

Présence numérique : visibilité et référencement

13 - La page dédiée au point de vente sur le réseau social choisi par le professionnel est animée et actualisée.

Oui Non Non concerné

Exemple : Facebook, etc. Contrôle documentaire. Le profil personnel du gérant ne valide pas ce critère. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication.

14 - RENOUELEMENT : En cas de renouvellement, la marque Destination d'Excellence est valorisée sur le réseau social choisi par le professionnel.

Oui Non Non concerné

A minima une publication annuelle. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

15 - Les informations relatives au point de vente disponibles sur au moins un moteur de recherche sont complètes et actualisées.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. Exemple : Google, Bing, Pages jaunes, etc. L'outil de référencement gratuit est au choix du professionnel. A minima : adresse, courriel, téléphone, jours et horaires d'ouverture, géolocalisation. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication.

L'outil de communication

16 - L'outil de communication est complet, attractif et actualisé : l'adresse, le site internet, le courriel, le numéro de téléphone, des jours d'ouverture et de dégustation, horaires d'ouverture et dégustation, moyens de paiement acceptés.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Non concerné si pas d'outil de communication. Absence de visuels peu qualitatifs, bonne lisibilité des caractères, absence de faute d'orthographe, absence de photocopie, etc. L'outil de communication reflète la structure et donne envie de séjourner. Tous supports autorisés sauf site internet/réseau social évalués par ailleurs, exemple : applications Smartphone, brochure papier ou téléchargeable, flyer, carte de visite. L'établissement doit être à l'initiative de la création de l'outil (par exemple, la présence sur la brochure de l'OT ne valide pas le critère). La présence d'une carte visite permet de valider ce critère. Si carte de visite, point à mesurer. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

17 - L'outil de communication contient des informations sur l'offre des activités œnologiques/agritouristiques proposée.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas d'outil de communication ou si carte de visite. Exemples : dégustation, visite de la cave, du vignoble, participation aux vendanges, atelier œnologie ou de brassage, etc. (Contenu, durée, tarif). Si absence de parking, indication sur les possibilités de stationnement à proximité. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

18 - L'outil de communication est traduit dans une langue étrangère au moins.

Oui Non Non concerné

La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

19 - BONUS - L'outil de communication est traduit dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

Bonus - Noter Non concerné si réponse négative. A minima la présentation de l'offre. La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

20 - RENOUELEMENT : En cas de renouvellement, le logo Destination d'Excellence est présent sur un outil de communication.

Oui Non Non concerné

Non concerné en cas d'adhésion. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

LA RESERVATION TELEPHONIQUE - LA DEMANDE D'INFORMATIONS

La demande d'informations

21 - Lors d'une demande d'information, la réponse écrite est personnalisée et correspond à la demande.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. L'auditeur fait une demande d'information par mail en intégrant une requête spécifique. Exemple : séjour en famille, présence d'un parking, présence d'un animal, etc. Le mail de confirmation de la réservation n'est pas pris en compte pour évaluer ce critère. A minima, la réponse personnalisée reprend le nom du client et comprend les coordonnées de l'établissement. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre.

22 - Lors d'une demande d'information en langue étrangère, la réponse est personnalisée et correspond à la demande.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. L'auditeur fait une demande d'information par mail/courrier en langue étrangère. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre.

23 - Lors d'une demande d'information, la réponse écrite est reçue sous 24h.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. Délai de 48h basé sur le cachet de la poste. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre.

La prise de ligne

24 - L'appel doit aboutir avant la 5ème sonnerie.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. Soit par un interlocuteur, soit par un pré-décroché, soit par un répondeur. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre.

25 - Si la conversation est mise en attente, celle-ci n'excède pas une minute.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas de mise en attente ou si absence de réponse. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre.

Le traitement de la demande

26 - Les informations communiquées par l'interlocuteur sont précises et répondent à la demande.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Pas de Non concerné possible. Questions à poser : avez-vous tel produit en stock ? Sans réponse positive possible, le professionnel propose une autre solution, point pénalisé. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Savoir-Faire Savoir-Etre.

27 - L'interlocuteur est courtois, employant les formules de politesse adaptées. Le cas échéant, la mise en attente et la reprise de ligne s'accompagnent des formules d'usage.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. Utilisation des civilités. L'interlocuteur annonce le nom de l'établissement. Un mot d'excuse ou de remerciement est prononcé à la reprise de la ligne. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre.

28 - La reformulation orale doit comporter les éléments essentiels de la réservation.

Oui Non

Nom, nombre de personnes, heure d'arrivée, durée de séjour à minima. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre.

29 - L'accueil téléphonique est assuré en au moins une langue étrangère.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. Sur déclaratif ou contact pendant la visite mystère. Non Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre.

Le répondeur

30 - En cas d'absence, un répondeur assure l'accueil téléphonique. Le ton de message est courtois, employant les formules de politesse adaptées.

Oui Non Non concerné

Non concerné si accueil 24h/24. Point pénalisé si absence de répondeur. Si renvoi vers un n° de portable, point mesuré. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre.

31 - Le message du répondeur annonce le nom du point de vente et informe des horaires d'ouverture.

Oui Non Non concerné

Non concerné si accueil 24h/24. Si renvoi sur un portable et message sur portable, point mesuré. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre.

32 - Le message du répondeur téléphonique mentionne les horaires d'ouverture en au moins une langue étrangère.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre.

L'ACHEMINEMENT SUR LE LIEU - LA SIGNALISATION - LES EXTERIEURS

L'accès à l'établissement

33 - Si autorisée, une signalisation d'accès est visible, lisible et uniforme.

Oui Non Non concerné

Non concerné si non autorisée ET si pas de fléchage organisé par la commune. L'auditeur vérifie si les autres établissements sont signalés. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication.

Les abords de l'établissement et la signalétique

34 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres et en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Pas de Non concerné possible. Prendre en compte la ou les façades et les abords de l'entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être propre. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Propreté.

35 - Une enseigne est présente et on identifie clairement l'entrée de l'établissement.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. Par enseigne, on entend un support permettant l'identification de l'établissement. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication.

36 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont propres et en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Propreté.

37 - L'entrée du site est soignée et véhicule une bonne image du site.

Oui Non

Exemple : mise en valeur par un fleurissement, un élément décoratif, un éclairage. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation.

Le parking et les extérieurs privatifs (si existants)

38 - Le site dispose d'un parking privé à moins de 200 m de l'établissement.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. Si absence de parking privé, présence d'une information sur les solutions de stationnement public à proximité. Parking non couvert validé, pas d'exigence sur le nombre minimum de places. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

39 - BONUS – Une possibilité de dépose minute existe à proximité immédiate de l'établissement.

Oui Non concerné

Bonus - Noter Non concerné si non vérifié ou si absent. Le dépose minute doit être matérialisé. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation.

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

Oui Non Non concerné

Non concerné si implantation en centre ville. Présence d'un garage ou local pour les vélos ou motos, présence d'un système d'attaches pour les vélos, espace suffisant pour le stationnement des autocars. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation.

41 - Les extérieurs privatifs de la structure sont propres et en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Non concerné si absence d'extérieurs privatifs. Prendre en compte : chemins d'accès, parking, espaces verts, mobilier de jardin. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Propreté.

42 - L'ensemble des extérieurs est bien éclairé.

Oui Non Non concerné

Non concerné si absence d'extérieurs privatifs. Prendre en compte : parking, chemin d'accès. Pénaliser si impression d'insécurité liée à l'absence ou à la faiblesse de l'éclairage. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

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

Oui Non

Si absence d'extérieurs privatifs, présence à minima d'un cendrier à proximité de l'entrée. Observation au début et à la fin de la prestation. Pénaliser si absence d'action. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 1. Famille Propreté.

44 - Le chien de garde est tenu à l'écart des visiteurs durant les périodes d'ouverture de l'établissement.

Oui Non Non concerné

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

Les affichages extérieurs

45 - La plaque Destination d'Excellence est apposée à l'entrée de l'établissement.

Oui Non Non concerné

Non concerné en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

46 - Affichage visible et lisible des jours et des horaires d'ouverture.

Oui Non

Affichage clairement présenté, visible de l'extérieur. L'information concernant les horaires doit être à jour. Le support d'affichage utilisé doit être propre, en bon état et doit permettre une lecture compréhensible, simple et rapide. Rattrapable. Coef 3. Information Communication.

47 - Si dégustation payante, affichage visible et lisible du prix de la prestation.

Oui Non Non concerné

Non concerné si dégustation gratuite. Affichage clairement présenté, visible de l'extérieur. Le support d'affichage utilisé doit être propre, en bon état et doit permettre une lecture compréhensible, simple et rapide. Rattrapable. Coef 3. Information Communication.

48 - En cas d'absence, le téléphone à appeler pour une visite et/ou une dégustation est clairement affiché.

Oui Non

Affichage clairement présenté, visible de l'extérieur. Le renvoi vers ce téléphone doit aboutir ou, le cas échéant, arriver sur un message pertinent. Le support d'affichage utilisé doit être propre, en bon état et doit permettre une lecture compréhensible, simple et rapide. Rattrapable. Coef 3. Information Communication.

49 - Affichage visible et lisible des modes de paiement acceptés.

Oui Non

Les moyens de paiement acceptés sont facilement identifiables par le consommateur et regroupés en un même endroit. Les supports sont à jour et en bon état. Rattrapable. Coef 3. Information Communication.

50 - Affichage des langues étrangères parlées.

Oui Non

Afficher par un pictogramme ou un message les langues parlées dans l'établissement. Rattrapable. Coef 3. Information Communication.

51 - Les affichages extérieurs sont soignés et à jour.

Oui Non Non concerné

La mesure porte sur la qualité de l'affichage (calligraphie soignée, absence de ratures, feuilles non jaunies, feuilles non scotchées, etc.). Non concerné si absence d'affichage. Absence de vitrophanies obsolètes. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

52 - Le support extérieur est propre et en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Non concerné si absence d'affichage. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Propreté.

53 - Les affichages extérieurs sont traduits en au moins une langue étrangère.

Oui Non Non concerné

Les informations à traduire sont : tarifs, horaires, moyens de paiement acceptés. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

54 - BONUS - Les affichages extérieurs sont traduits dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

Bonus - Noter Non concerné si réponse négative Les informations à traduire sont : tarifs, horaires, moyens de paiement acceptés. La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

INTERIEUR DU POINT DE VENTE

Confort d'accueil

55 - Eclairage intérieur adapté.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Nombre et emplacement adapté (bonne orientation des spots par exemple). Tous les points lumineux fonctionnent. Rattrapable. Coef 3. Confort Propreté.

56 - Propreté générale du point de vente.

- Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Les murs, plafonds, sol, tapis d'entrée sont propres. La propreté du magasin est maintenue tout au long de la journée. Rattrapable. Coef 9. Confort Propreté.

57 - Etat général du magasin.

- Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Les murs, plafonds, sol, tapis d'entrée sont non dégradés et bien entretenus. Rattrapable. Coef 9. Confort Propreté.

58 - Facilité d'orientation dans le magasin.

- Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Le client s'oriente facilement dans le magasin (avec ou sans signalétique) : univers et/ou rayons, cabines d'essayage, caisse, etc. Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

59 - Circulation aisée dans le magasin.

- Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

La circulation est facile, agréable, non entravée et sécurisée. Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

60 - Le point de vente est différencié du bureau et des pièces privées.

- Oui Non

Non rattrapable. Coef 1. Qualité de la prestation.

61 - BONUS - Existence d'un espace enfants.

- Oui Non concerné

Bonus - Noter Non concerné si réponse négative. L'espace enfant est propre, en bon état et confortable. Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

62 - Des possibilités d'assises (banc, chaises, tabourets, etc.) existent dans le point de vente.

- Oui Non

Les assises sont en bon état et propres. Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

63 - Rangement / propreté de la zone caisse.

- Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Le comptoir de caisse et l'arrière caisse sont propres et dégagés d'objets encombrants. Rattrapable. Coef 3. Confort Propreté.

Sanitaires

64 - Des sanitaires ouverts au public existent.

- Oui Non

Pas de Non concerné possible. Les sanitaires doivent être distincts des sanitaires privés. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Propreté.

65 - Les sanitaires sont bien équipés.

- Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

A minima : lavabo, miroir, papier hygiénique en quantité suffisante, distributeur de savon approvisionné, essuie-mains à usage unique ou sèche main électrique, poubelle fermée, brosse WC, patère. Pénaliser un point par éléments manquant. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Propreté.

66 - Les sanitaires et les équipements sont propres et en bon état.

- Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Vérifier les revêtements et les équipements. Rattrapable. Coef 3. Confort Propreté.

Présentation des produits

67 - L'agencement des rayons, les étalages et les présentoirs facilitent la visibilité et l'accès aux produits.

- Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

L'agencement des rayons, les étalages et les présentoirs facilitent la visibilité et l'accès aux produits. Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

68 - Les produits à la vente sont mis en valeur.

- Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Le professionnel met en oeuvre des techniques de présentation des produits (marchandisage de séduction, éclairage d'accentuation). Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

69 - Le mobilier de présentation est propre et en bon état.

- Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Le mobilier (étals, vitrines, portants, étagères, présentoirs, etc.) est propre. Non Rattrapable. Coef 3. Confort Propreté.

Affichage en magasin

70 - Les affichages du prix des produits et autres mentions légales spécifiques, sont visibles et lisibles.

Oui Non

Le client peut voir facilement les prix des articles en magasin sans être obligé de les demander. Les mentions légales pour les activités alimentaires sont également affichées : la provenance géographique, le calibre (pour les fruits), prix au kg. Non Rattrapable. Coef 3. Information Communication.

71 - La plupart des produits sont issus de sa production.

Oui Non

Au moins 70% des produits exposés et vendus répondent à cette exigence (approximativement). Les produits connexes sont autorisés. Rattrapable. Coef 3. Information Communication.

72 - L'affichage des moyens de paiement acceptés est visible et lisible.

Oui Non

En l'absence d'un affichage extérieur bien visible et lisible, les moyens de paiement acceptés sont facilement identifiables et regroupés en un même endroit (zone de caisse idéalement). Les supports sont à jour et en bon état. Rattrapable. Coef 3. Information Communication.

73 - Une documentation ou un affichage sur les produits et productions exposés est présent.

Oui Non

Fiches techniques par produits, apportant des informations sur le mode d'élaboration et des conseils pour le consommateur, notamment des préconisations sur les accords mets/vins, les prix, etc. Rattrapable. Coef 3. Information Communication.

74 - La documentation ou l'affichage relatif aux produits et productions exposés est traduit dans au moins une langue étrangère.

Oui Non

Fiches techniques par produits, apportant des informations sur le mode d'élaboration et des conseils pour le consommateur, notamment des préconisations sur les accords mets/vins, les prix, etc.). Tolérance sur le classeur, mais celui-ci doit être visible. Rattrapable. Coef 3. Information Communication.

75 - BONUS - La documentation ou l'affichage relatif aux produits et productions exposés est traduit dans au moins une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

BONUS. Ne pas pénaliser si non vérifié. Rattrapable. Coef 3. Information Communication.

Services

76 - Les produits exposés sont disponibles à la vente.

Oui Non

Non Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

77 - Les produits sont conditionnés (bouteilles, Bag-In-Box, etc.).

Oui Non

La majorité de la vente ne doit pas être réalisée avec la vente en vrac. Non Rattrapable. Coef 1. Qualité de la prestation.

78 - La vente à l'unité est possible.

Oui Non

Non Rattrapable. Coef 1. Qualité de la prestation.

79 - Des sacs et des cartons sont à la disposition du client pour le transport.

Oui Non

Il est préférable que les sacs soient en papier épais/kraft ou biodégradable (si adapté au produit vendu). Non Rattrapable. Coef 1. Qualité de la prestation.

80 - Le professionnel informe sur les tarifs et les délais.

Oui Non

Non Rattrapable. Coef 1. Qualité de la prestation.

81 - Des emballages cadeaux sont possibles.

Oui Non

Rattrapable. Coef 1. Qualité de la prestation.

82 - Le professionnel propose à ses clients un service de livraison ou d'expédition.

Oui Non

Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

83 - BONUS – Un diable ou chariot est mis à disposition du client si besoin.

Oui Non concerné

Bonus - Noter Non concerné si réponse négative. Le professionnel propose à ses clients un moyen pour faciliter le transport des achats vers la voiture. Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

84 - BONUS - La mise sous vide est proposée pour les produits frais.

Oui Non concerné

Bonus - Noter Non concerné si réponse négative. La mise sous vide est proposé pour les produits frais. Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

L'ACCUEIL DU CLIENT - LA PRISE EN CHARGE - LE DEPART

L'accueil du client

85 - L'accueil physique des visiteurs est assuré pendant les horaires d'ouverture affichés.

Oui Non

Un affichage sur la porte indiquant un numéro de téléphone pour réaliser la visite/dégustation valide le critère (à condition que celui-ci débouche sur un interlocuteur). Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 9. Savoir-Faire Savoir-Être.

86 - Le comportement du personnel et/ou la tenue vestimentaire permet une identification aisée à l'arrivée du client.

Oui Non

Présence d'un badge et/ou comportement actif et/ou prise en charge immédiate et/ou tenue distinctive. L'auditeur contrôle l'item pour l'ensemble de l'équipe. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Savoir-Faire Savoir-Etre.

87 - La tenue corporelle et vestimentaire du personnel est propre et soignée.

Oui Non

L'auditeur contrôle l'item pour l'ensemble de l'équipe présente. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Savoir-Faire Savoir-Etre.

88 - Le client est spontanément salué par le personnel à son arrivée.

Oui Non

Le client est salué dès son entrée dans le magasin ou au premier contact ou au premier regard. Constat visuel. Coef 9. Non Rattrapable. Savoir-Faire Savoir-Etre.

89 - Le professionnel se rend disponible pour le client.

Oui Non

Le vendeur cesse toute activité non commerciale ou prend en compte le client par un signe, une invitation à patienter. Non Rattrapable. Coef 9. Savoir-Faire Savoir-Etre.

90 - Le professionnel est souriant.

Oui Non

Non Rattrapable. Coef 9. Savoir-Faire Savoir-Etre.

91 - Le client acheteur est remercié et salué de façon individuelle au moment de son départ.

Oui Non

"Salutations par un ""Au revoir Madame"", ""Au revoir Monsieur"", etc. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 9. Savoir-Faire Savoir-Etre."

92 - L'accueil, le paiement et la prise de congé peuvent être assurés en au moins une langue étrangère.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. A valider lors du debriefing. Non Rattrapable. Coef 3. Savoir-Faire Savoir-Etre.

93 - Les conseils, le service peuvent être assurés en au moins une langue étrangère.

Oui Non

Pas de Non concerné possible. A valider lors du debriefing. Non Rattrapable. Coef 3. Savoir-Faire Savoir-Etre.

94 - BONUS - L'accueil, le paiement et la prise de congés peuvent être assurés dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

Bonus - Indiquer Non concerné si non vérifié. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Savoir-Faire Savoir-Etre.

95 - BONUS - Les conseils, le service peuvent être assurés dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

Bonus - Indiquer Non concerné si non vérifié. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Savoir-Faire Savoir-Etre.

96 - Si l'établissement accueille des groupes, l'offre est structurée.

Oui Non Non concerné

L'établissement a mis en place une offre complète proposée dans le cadre de visite de groupe. Elle comprend en ce sens, des tarifs spécifiques, une organisation adaptée et un programme de visite/dégustation prédéterminé. La taille du groupe doit être impérativement proportionnelle au lieu d'accueil et de dégustation. L'établissement communique l'activité sur ses différents supports de promotion. A minima, une dégustation commentée avec outil de médiation. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

GESTION DES RELATIONS CLIENTS

Contact et relation client

97 - Le professionnel questionne le client afin de cibler son besoin.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Il s'agit d'évaluer si le professionnel procède à la découverte des besoins. Le vendeur est à son écoute et cherche à comprendre les besoins du client (reformule ou pose des questions si nécessaire). Non Rattrapable. Coef 9. Savoir-Faire Savoir-Être.

98 - Le professionnel fait preuve d'une écoute attentive des remarques et des doutes du client.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Le vendeur est à son écoute et cherche à comprendre les besoins du client (reformule ou pose des questions si nécessaire). Non Rattrapable. Coef 9. Savoir-Faire Savoir-Être.

99 - Le professionnel connaît suffisamment les produits et/ou prestations vendu(e)s.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Le vendeur est capable de renseigner le client sur les caractéristiques des produits (techniques, origine) et/ou prestations vendu(e)s, ou renvoie vers un vendeur ayant l'expertise attendue. Rattrapable. Coef 9. Savoir-Faire Savoir-Être.

100 - Les conseils du professionnel correspondent aux besoins du client.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Les conseils du vendeur (utilisation, préparation, entretien) sont adaptés à la demande. Rattrapable. Coef 9. Savoir-Faire Savoir-Être.

101 - En cas d'affluence, la gestion multiclient est efficace.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Le vendeur est capable de prendre en charge plusieurs clients à la fois, et/ou fait appel à des collègues. Rattrapable. Coef 3. Savoir-Faire Savoir-Être.

102 - L'attitude du professionnel reste courtoise face au non achat.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

Le vendeur ne doit pas se montrer insistant si le client ne souhaite pas acheter, et garde la même attitude courtoise. Le client est salué dès sa sortie du magasin même s'il n'a pas effectué d'achats. Non Rattrapable. Coef 9. Savoir-Faire Savoir-Être.

103 - L'attitude du professionnel reste courtoise à l'encaissement.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant

L'hôte de caisse salue le client avant d'encaisser et le remercie après encaissement. En cas de paiement par chèque, le professionnel est en droit de demander la carte d'identité (Loi n°2005-516 du 20 mai 2005 - art. 16 JORF 21 mai 2005 en vigueur le 31 décembre 2005) et doit le faire avec diplomatie (tact). Non Rattrapable. Coef 9. Savoir-Faire Savoir-Être.

104 - La remise du ticket de caisse / facture est spontanément proposée.

Oui Non

La remise du ticket de caisse est spontanément proposée (sauf pour les achats de faible montant). Si le client le demande, une facture détaillée avec TVA est établie. Non Rattrapable. Coef 3. Savoir-Faire Savoir-Être.

LA DEGUSTATION

La dégustation œnologique et des autres boissons alcoolisées

105 - La dégustation est proposée les jours ouvrés.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

106 - Si la dégustation est payante, elle est remboursée en cas d'achat.

Oui Non Non concerné

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

107 - Le professionnel introduit la dégustation en s'assurant de la qualité du vin ou de la boisson alcoolisée.

Oui Non

Si la bouteille est ouverte devant le client. Il s'agit de la vérification par l'odorat et/ou le goût, que les produits sont aptes à la dégustation. Une action, pas obligatoirement toutes. Si la bouteille est déjà ouverte# : la date d'ouverture doit être marquée sur l'étiquette. Non Rattrapable. Coef 3. Constat visuel. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

108 - Les verres utilisés pour la dégustation doivent être en verre, adapté à la boisson alcoolisée et en parfait état de propreté.

Oui Non

Les verres doivent être adaptés et propres. Verres en plastique non acceptés. Pour la filière vin, le verre à pied est impératif. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

109 - Le nombre de verres doit être adapté à la capacité d'accueil du caveau.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

110 - Le vin ou la boisson alcoolisée est dégusté à température idéale - présence d'un réfrigérateur.

Oui Non

Pour les rouges : entre 16 et 18 degrés / les blancs et rosés : entre 8 et 12 degrés. Vérification du moyen de conservation et de la température. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

111 - Des crachoirs propres et en bon état sont mis à disposition pour la dégustation du vin.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

112 - Le professionnel est en capacité de parler des accords mets et vins ou des accords avec les autres boissons alcoolisées (mets et bière, mets et cidre, etc.)

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

113 - BONUS – Une boisson non alcoolisée est proposée pour les mineurs, chauffeurs de bus, etc. lors de la dégustation.

Oui Non concerné

Bonus - Noter Non concerné si non vérifié. Exemple : jus de raisin. De l'eau sur demande ne valide pas le critère. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

114 - BONUS - Un éthylotest est proposé sur demande (gratuit ou payant).

Oui Non concerné

Bonus - Noter Non concerné si non vérifié. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

115 - La personne en charge de la dégustation explique les modes de production et d'élaboration des produits proposés.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

116 - La personne en charge de la dégustation maîtrise le sujet et sait répondre aux différentes interrogations du visiteur.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

117 - Le professionnel est à l'écoute du visiteur et adapte le déroulement de la dégustation selon les questions et les envies du visiteur.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

118 - Le professionnel fait vivre l'expérience et sa passion au visiteur et le transporte dans son histoire.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

119 - La dégustation peut être réalisée en une langue étrangère.

Oui Non

Sur réservation uniquement valide le critères. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

120 - BONUS - La dégustation peut être réalisée en une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

Bonus - noter Non concerné si réponse négative. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

Les autres produits à la dégustation (hors boisson)

121 - La dégustation est proposée, gratuite ou payante.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

122 - Si la dégustation est payante, elle est remboursée en cas d'achat.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

123 - Le professionnel introduit la dégustation en s'assurant du produit servi.

Oui Non

Si le produit est ouvert devant le client, il s'agit de vérifier l'odeur et/ou le goût. La date d'ouverture doit être notifiée sur le produit. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

124 - Les accessoires utilisés pour la dégustation de produits sont adaptés et en parfait état de propreté.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

125 - La personne en charge de la dégustation explique les modes de productions et d'élaboration des produits proposés.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

126 - La personne en charge de la dégustation maîtrise le sujet et sait répondre aux différentes interrogations du visiteur.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

127 - Le professionnel est à l'écoute du visiteur et adapte le déroulement de la dégustation selon les questions et les envies du visiteur.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

128 - Le professionnel fait vivre l'expérience et sa passion au visiteur et le transporte dans son histoire.

Oui Non

Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

129 - La liste des allergènes est communiquée sur demande au visiteur sur un support propre et en bon état.

Oui Non

Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

130 - La dégustation peut être réalisée en une langue étrangère.

Oui Non

Sur réservation uniquement valide le critères. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

131 - BONUS - La dégustation peut être réalisée en une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

Bonus - noter Non concerné si réponse négative. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

LA RESTAURATION D'APPOINT (si existante)

La restauration d'appoint (si existante)

132 - Le mobilier et la vaisselle de la restauration d'appoint sont propres et en bon état.

Oui Non Non concerné

Non concerné si absence de restauration d'appoint. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Propreté.

133 - Le personnel est souriant, accueillant et prend rapidement en charge le client pour un accueil et un service efficace.

Oui Non Non concerné

Non concerné si absence de restauration d'appoint. Ton courtois, sourire, salutation + civilité. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

134 - L'affichage des tarifs des consommations est bien présenté.

Oui Non Non concerné

Non concerné si absence de restauration d'appoint. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation.

135 - Il existe un choix varié de produits.

Oui Non Non concerné

"Non concerné si absence de restauration d'appoint. Les produits de la restauration d'appoint ne nécessitent pas de préparation élaborée sur place, ni de cuisson. Il s'agit de produits de "grignotage". Outre les produits de grignotage (cacahuète, sandwichs pré-emballés, etc.) sont tolérés : saucisson, jambon, noix, fromage, canapés, petits sandwichs, etc. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation."

136 - Le personnel de la restauration d'appoint est capable d'assurer la prise en charge de la clientèle dans une langue étrangère.

Oui Non Non concerné

Non concerné si absence de restauration. Observation lors de la consommation et par rapport à la mesure sur l'accueil téléphonique dans une langue étrangère. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

137 - BONUS - Le personnel de la restauration d'appoint est capable d'assurer la prise en charge de la clientèle dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

Bonus - Noter Non concerné si réponse négative ou si absence de restauration. Observation lors de la consommation et par rapport à la mesure sur l'accueil téléphonique dans une langue étrangère. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

LES ANIMATIONS ET VISITES COMPLÉMENTAIRES (si existantes)

Les animations et visites complémentaires (si existantes)

138 - Le site propose au moins une visite ouverte au grand public hors dégustation (par exemple : visite de la cave, du vignoble, de la brasserie, exposition à l'année, etc.).

Oui Non

Ce critère concerne uniquement les visites organisées (par exemple : visite de la cave, du vignoble, de la brasserie). Les animations ponctuelles ne valident pas le critère. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 1. Qualité de la prestation.

139 - La visite est structurée et bien organisée.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas d'activités annexes. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

140 - La visite permet une bonne compréhension de l'activité présentée.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas d'activités annexes. Non mesurable si l'activité ne donne pas la possibilité d'un discours de médiation. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

141 - La visite valorise les richesses du patrimoine culturel et naturel de la région.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas d'activités annexes. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

142 - Les espaces liés à la visite sont propres et en bon état.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Non concerné si pas d'activités annexes. L'auditeur contrôle les murs, les sols et les plafonds ainsi que les autres éléments liés à la visite. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Propreté.

143 - Le professionnel en charge de la visite est aimable et souriant.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Non concerné si pas d'activités annexes et/ou si visite libre. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

144 - Le professionnel en charge de la visite fait preuve de pédagogie et adapte son discours au public présent.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Non concerné si pas d'activités annexes et/ou si visite libre. Adaptation discours en fonction profil du groupe. Exemple : si présence d'enfants, effort adaptation vocabulaire, simplification du discours. Si touristes, localisation des lieux évoqués, etc. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

145 - Le professionnel en charge de la visite est en mesure de répondre aux questions posées.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas d'activités annexes et/ou si visite libre. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

146 - Le professionnel en charge de la visite sait maintenir l'attention des visiteurs et partager sa passion.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas d'activités annexes et/ou si visite libre. Le ton n'est pas machinal, discours dynamique. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

147 - Le professionnel en charge de la visite s'assure de la mise en sécurité du visiteur durant la visite.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas d'activités annexes. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

148 - Le professionnel favorise les échanges avec les visiteurs et/ou prévoit un temps d'échange pendant ou à la fin de visite.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas d'activités annexes. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

149 - Le professionnel remercie et salue les visiteurs à la fin de la visite.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas d'activités annexes. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

150 - La visite peut être réalisée en une langue étrangère.

Oui Non Non concerné

Non concerné si pas d'activités annexes. Sur réservation uniquement valide le critères. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

151 - BONUS - La visite est réalisée en une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

Bonus - noter Non concerné si réponse négative. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

152 - BONUS - Le site propose au moins une animation complémentaire ouverte au grand public hors dégustation, durant la haute saison touristique (exemple : atelier œnologique ou de brassage, concert, évènement , exposition temporaire, participation aux vendanges, etc.).

Oui Non concerné

Bonus - noter Non concerné si réponse négative. Il s'agit des animations ponctuelles annexes organisées. Contrôle visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Être.

L'ECOUTE CLIENT

Le suivi de l'e-réputation

153 - L'établissement prend connaissance des avis des consommateurs sur au moins 2 sites d'avis en ligne et a revendiqué la fiche de son établissement sur ces deux sites.

Oui Non

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. Non si aucun référencement sur aucun site d'avis en ligne. L'auditeur interroge pour savoir quels sites d'avis de consommateurs il suit : Tripadvisor, Michelin, Cityvox, Booking, google, OTA, réseaux sociaux, sites réseaux pro, etc. et l'interroge sur le contenu des derniers commentaires. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

154 - L'établissement exerce son droit de réponse aux avis négatifs de consommateurs.

Oui Non Non concerné

Contrôle visuel sur les sites d'avis en ligne suivis par le professionnel. A minima sur les avis négatifs. Non concerné possible dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. Non concerné possible si aucun avis mentionnant une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients). Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

155 - La réponse apportée par l'établissement est constructive.

Oui Non Non concerné

La réponse est factuelle. Si la responsabilité de l'établissement est avérée, un mot d'excuse est formulé. Suivant les cas, un geste commercial est proposé. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

Le suivi de la satisfaction

156 - Au moins, un outil de recueil de la satisfaction existe.

Oui Non

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. Exemples d'outils : questionnaire de satisfaction papier/dématérialisé/QR code du partenaire et/ou du professionnel, utilisation et suivi d'une ou plusieurs plateformes d'avis en ligne, module d'écoute client portail de gestion des labels, outil d'analyse de l'e-réputation, borne, suivi des avis ou recommandations Facebook, etc. Un outil de recueil permet de mesurer la satisfaction client et de personnaliser les réponses. (Le livre d'or en texte libre et l'utilisation des « pouces levés » sans réponse circonstanciée, ne sont pas un outil de recueil et de mesure). Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

157 - Les clients sont informés de l'outil de recueil de la satisfaction.

Oui Non

Une sollicitation orale ou écrite (affichage, e-mail, autocollant, etc.) informe le client du recueil de la satisfaction. La présence d'un réseau social (TA, Facebook) sur le site internet du professionnel, sans préciser qu'il s'agit d'un outil de recueil de la satisfaction ou d'avis ne permet pas de valider le critère. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

158 - L'outil de recueil de la satisfaction est traduit dans une langue étrangère.

Oui Non

L'utilisation régulière du module d'écoute client du portail de gestion valide le critère. Si les outils du professionnel ne permettent pas la gestion en une langue étrangère l'auditeur choisit « non ». Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

159 - BONUS - L'outil de recueil de la satisfaction est traduit dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

Bonus - Ne pas pénaliser si non vérifié. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

Le suivi des réclamations

160 - L'établissement a formalisé une procédure écrite pour le suivi des réclamations.

Oui Non

A minima, la procédure précise qui répond aux réclamations et sous quel délai de réponse et où sont archivées les réclamations. La mise en œuvre de la procédure de réclamation du partenaire valide le critère. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

161 - L'établissement accuse réception des réclamations dans un délai de 72h et répond dans un délai maximum de 15 jours.

Oui Non Non concerné

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. Si la réclamation nécessite des recherches, envoi d'une lettre (ou courriel) de prise en compte de la réclamation. Les réponses se font dans un délai maximum de 15 jours ouvrés exception faite des demandes de remboursement. Non concerné possible dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. Non concerné possible si aucun avis mentionnant une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients) n'est signalé sur les sites d'avis suivis par le professionnel. Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

162 - Les réponses aux avis négatifs et aux réclamations sont personnalisées et constructives.

Oui Non Non concerné

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. La réponse marque la prise en compte de la réclamation, fait preuve d'empathie, clarifie les circonstances et apporte une solution. Non concerné possible dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. Non concerné possible si aucun avis mentionnant une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients). Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

163 - L'établissement apporte une réponse aux insatisfactions notables et les traite comme une réclamation.

Oui Non Non concerné

CRITERE OBLIGATOIRE ECOUTE CLIENT. L'établissement contacte le client qui mentionne une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients). Non concerné en cas d'absence d'insatisfaction notable ou de création/reprise récente de l'entreprise. Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

LES DISPOSITIONS DE MANAGEMENT

Les dispositions de management (si plus de 5 employés)

164 - Il est remis un livret d'accueil aux nouveaux embauchés. Ce livret présente les principales caractéristiques de l'entreprise et son environnement proche.

Oui Non Non concerné

Non concerné possible si moins de 5 employés. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation.

165 - Il y a une réunion de présentation de la saison et une réunion de bilan.

Oui Non Non concerné

Non concerné possible si moins de 5 employés. L'auditeur interroge le gestionnaire du site et les employés afin de s'assurer qu'une réunion de présentation de la saison et une réunion de bilan ont bien été réalisées. Sur déclaratif. Non Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation.

166 - Un référent qualité est identifié dans l'établissement.

Oui Non

Identification en amont de la visite mystère. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

167 - Le personnel (stagiaires et bénévoles compris) est informé de la démarche qualité.

Oui Non Non concerné

Non concerné possible si moins de 5 employés. Sur déclaratif. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation.

168 - Une réunion du personnel annuelle sur le déploiement de la démarche qualité est organisée (un bilan annuel de l'écoute client est présenté aux employés).

Oui Non Non concerné

Non concerné possible si moins de 5 employés. Sur déclaratif. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation.

169 - L'établissement favorise et prend en compte les suggestions de pistes d'améliorations de son personnel. Un système d'identification et de prise en compte des suggestions en matière de qualité de la part du personnel est mis en œuvre (cahier, boîte à idées, réunions, etc.).

Oui Non Non concerné

Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

170 - Un plan d'action relatif à la démarche qualité est mis en place annuellement.

Oui Non

Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation.

ACCESSIBILITE (Critères obligatoires)

Accessibilité

171 - L'établissement a sensibilisé son personnel à l'accueil des personnes en situation de handicap.

Oui Non

Critère validé si labellisé Tourisme & Handicap. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3.

172 - BONUS - L'établissement est labellisé Tourisme & Handicap.

Oui Non concerné

Critère validé si labellisé Tourisme & Handicap. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3.

173 - BONUS - Le professionnel a réalisé une auto-évaluation Tourisme & Handicap.

Oui Non concerné

Critère validé si labellisé Tourisme & Handicap. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3.

174 - BONUS - Le professionnel s'engage, dans les 3 ans, à se faire labelliser Tourisme & Handicap ou s'engagera dans une autre démarche accessibilité.

Oui Non concerné

Critère validé si labellisé Tourisme & Handicap. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3.

175 - L'établissement informe les clientèles sur son accessibilité effective en précisant notamment si son établissement a fait l'objet d'une dérogation concernant le handicap moteur (sur le site internet a minima).

Oui Non

Critère validé si labellisé Tourisme & Handicap. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9.

176 - Le professionnel a rempli son registre public d'accessibilité et le tient à disposition de sa clientèle.

Oui Non

<https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/Guide%20aide%20registre%20public%20accessibilit%C3%A9.pdf>. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3.

177 - Le professionnel a renseigné sa fiche sur Acceslibre.

Oui Non

<https://acceslibre.beta.gouv.fr/>. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3.

178 - BONUS - Le site du prestataire est conforme aux principes du RGAA.

Oui Non concerné

Critères et tests - Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité (numerique.gouv.fr). Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3.

LE DEVELOPPEMENT DURABLE

La valorisation de la région

179 - Le professionnel valorise les savoir-faire et les productions de son territoire dans son discours.

Oui Non

Non Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

180 - Le professionnel valorise les savoir-faire et les productions de son territoire, au travers d'affichage et de documentation.

Oui Non

La documentation comprend une carte des vignobles ou AOC ou produits agro-alimentaires ou tout autre carte explicite locale, départementale ou régionale. Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

181 - Le professionnel est un véritable ambassadeur de son territoire.

Oui Non

Valorisation de son territoire. Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

182 - Le personnel peut orienter le client pour des visites ou des activités touristiques ou vers l'Office de Tourisme.

Oui Non

L'auditeur questionne le professionnel sur : un lieu de visite emblématique du territoire ou un point de vente d'un produit local ou un restaurant proposant des spécialités régionales, sa relation avec l'Office de Tourisme de proximité, etc. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

183 - L'établissement est au fait des informations touristiques de son territoire.

Oui Non

Demander si le professionnel est destinataire de newsletters des Offices de Tourisme, s'il participe à des réunions d'information, à des eductour, etc. Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

184 - Présence d'un point d'informations touristiques locales.

Oui Non

Le guide de l'Office de Tourisme ou tout autre support émanant d'un organisme de tourisme (ex : Vignobles et Découvertes, etc.) est accepté. L'affichage d'une carte touristique valide le critère. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

185 - Présence d'une documentation touristique en langue étrangère.

Oui Non Non concerné

Le guide de l'office de tourisme ou tout autre support émanant d'un organisme de tourisme (ex : Vignobles et Découvertes, etc.) est accepté. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

186 - BONUS - Présence d'une documentation touristique dans une deuxième langue étrangère.

Oui Non concerné

Bonus - Ne pas pénaliser si non vérifié. Le guide de l'Office de Tourisme ou tout autre support émanant d'un organisme de tourisme (ex : Vignobles et Découvertes, etc.) est accepté. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Qualité de la prestation.

187 - L'exploitant a noué des relations partenariales avec d'autres prestataires pour proposer leurs services à ses clients : lieux de visite, restaurants, taxis, activités, hébergements, etc.

Oui Non

Présence d'un document sur l'établissement rassemblant les coordonnées des partenaires. Constat visuel. Non Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

188 - L'exploitant participe à des actions collectives contribuant au développement agrotouristique de la région.

Oui Non

Constat visuel. Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Coef 3. Qualité de la prestation.

ACCÈS ET MOBILITÉ

Réduire l'impact des déplacements

189 - Avant la visite, l'établissement informe ses clients et/ou les encourage à adopter les moyens alternatifs à la voiture pour rejoindre la destination touristique, puis l'hébergement ou le lieu de visite.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Exemple d'informations : page « éco-mobilité ou venir sans ma voiture » sur le site internet avec détails des options de transport en commun, navette, accueil vélo, etc. Exemple d'encouragement : un tarif préférentiel est proposé pour les clients séjournant sans véhicule personnel. Des informations précises peuvent être indiquées sur les itinéraires à vélo pour rejoindre l'établissement depuis les principales villes / régions d'origine des clients. Limiter la place de la voiture au sein de l'établissement, c'est améliorer le silence, la sécurité et l'environnement au sein de celui-ci et donc son confort et son attractivité. Contrôle par l'auditeur (site internet ou confirmation de réservation). Coef 1.

190 - L'établissement communique à sa clientèle toutes les informations pertinentes relatives à la recharge d'un véhicule électrique (sur le site internet et sur place).

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : De nombreux sites internet répertorient les points de recharges <https://www.izivia.com/carte-borne-recharge-izivia> <https://fr.chargeur.com/map>. Contrôle par l'auditeur du site internet ou de la confirmation de la réservation. Coef 3.

191 - L'établissement propose aux clients, des solutions facilitant la mobilité durable. Exemples de solutions : borne de recharge réservée (auto et vélo), abri vélo matérialisé et sécurisé, location de vélos ou d'autres équipements de mobilité durable (gyropodes, trottinettes, etc. locations proposées par l'établissement ou un prestataire).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Location de vélos ou autres équipements de mobilité durable : si mise à disposition dans le cadre d'un partenariat, l'établissement doit être partenaire « actif » en facilitant l'accès de la clientèle à ces modes de mobilité : mise à disposition sur place, réservation, les services tels que livraison, SAV, assistance continuant à être assurés par le prestataire. Pour abri vélo : aides fond tourisme durable sous conditions pour l'acquisition d'un abri vélo à production photovoltaïque. Contrôle par l'auditeur sur site internet ou autre justificatif. 3 actions = Très satisfaisant / 2 actions = Satisfaisant / 1 action = insatisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant / Maximum 3 actions. Coef 3.

COMMUNICATION ET USAGE DU NUMÉRIQUE

Communication numérique : Optimiser les usages et les supports

192 - Au moins un appareil multifonction existe (imprimante, scan, copieur, fax) ou flexibles (tablette / PC) afin d'éviter les achats inutiles.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : C'est la fabrication des appareils numériques qui impacte le plus le climat et les ressources (la fabrication d'un appareil a un impact carbone jusqu'à 10 fois supérieur à la consommation électrique de l'appareil sur sa durée de vie). Un autre impact important réside dans le traitement des déchets électriques et électroniques. La priorité est donc de limiter le nombre d'appareils. Contrôle par l'auditeur sur site ou autre élément de preuve. Coef 1.

193 - L'établissement veille à prolonger le plus possible la durée de vie des appareils et à ne pas les remplacer trop vite par des neufs, ou achète du matériel reconditionné.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Exemple : absence de contrat de renouvellement automatique, liste de réparateurs préparée par le partenaire. Bon à savoir : C'est la fabrication des appareils numériques qui impacte le plus le climat et les ressources (la fabrication d'un appareil a un impact carbone jusqu'à 10 fois supérieur à la consommation électrique de l'appareil sur sa durée de vie). Un autre impact important réside dans le traitement des déchets électriques et électroniques. Attestation du candidat. Totallement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 1.

194 - Pour les usages internes, la connexion internet filaire est privilégiée lorsque c'est possible, plutôt que l'utilisation du wifi, ou du réseau mobile plus énergivore.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Réseau filaire, wifi et données mobiles n'ont pas le même impact carbone. Une connexion 4G a un impact carbone 10 fois plus élevé qu'une connexion fibre. Une connexion wifi a un impact carbone intermédiaire. Les connexions sans fil ont un impact carbone dépendant de la quantité de données échangées (par exemple de la taille et la qualité des vidéos téléchargées ou visionnées). Ce n'est pas le cas d'une connexion filaire. Contrôle par l'auditeur sur site / attestation si contrôle à distance. Totallement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 1.

195 - BONUS : Pour les équipements informatiques ou numériques, l'établissement privilégie les matériels porteurs d'un éco-label : Ecolabel Européen, TCO, EPEAT, etc.

Oui Non concerné

Bon à savoir : Principaux labels : TCO (écrans, ordinateurs, serveurs, tablettes, etc.), cette certification comporte des critères environnementaux tels que l'approvisionnement responsable en minéraux et sociaux tels que le respect des conventions internationales du travail. Ecolabel Européen : label peu répandu mais basé sur l'Analyse du Cycle de Vie. EPEAT : critères de consommation d'énergie, absence de substances dangereuses, durée de vie du matériel. Le label EnergyStar, très répandu, qui porte exclusivement sur la consommation, n'entre pas dans la liste des écolabels reconnus dans ce critère. Mode d'évaluation : Factures. Pièces justificatives : photos. Totallement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 1.

196 - Le site internet de l'établissement obéit aux principes de sobriété numérique par des visuels optimisés : poids des photos réduit, vidéos courtes, fichiers compressés, etc.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : L'impact carbone du numérique est en majorité dû aux échanges et stockages de données mobiles, et parmi celles-ci 60% sont des vidéos en ligne, qui génèrent 305 millions de tonnes de CO2/an soit l'équivalent des émissions carbone de l'Espagne (données 2019). Attestation du prestataire du site internet. 1 point par action. Coef 1.

197 - L'établissement pratique la dématérialisation dans son fonctionnement administratif et RH (feuilles de paie, devis, bons de commande, factures, contrats, etc.).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : La dématérialisation réduit l'empreinte carbone des entreprises par une diminution de l'usage des transports et du papier. Elle assure une meilleure traçabilité des courriers et des documents et l'entreprise peut s'affranchir en partie des problématiques liées à l'archivage et au stockage de l'information papier. Attestation du dirigeant sur les éléments de dématérialisation des pratiques. Totallement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 1.



198 - L'établissement privilégie les supports d'informations numériques (écran, QR code, etc.) plutôt qu'imprimés (plaquettes, cartes/menus et tout autre document jetable remis au client).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : L'utilisation de supports d'informations numériques permet de considérablement réduire les impressions, l'utilisation d'encre ou de papiers et par conséquent les déchets. Un QR code dynamique par exemple se met à jour automatiquement à chaque changement, sans avoir de réimpression à faire, ni pour les cartes, ni pour le QR Code. Contrôle de l'auditeur sur site ou sur justificatif à distance. Totalement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 1.

Documents imprimés

199 - L'impression de documents promotionnels est limitée et réservée aux informations amenées à avoir une durée de vie longue et à être manipulés par un grand nombre de personnes.

Oui Non Non concerné

Exemple : une seule édition par an. Bon à savoir : Le format numérique sera préféré pour les informations à durée de vie courte ou vers une cible restreinte. Attestation du dirigeant. Coef 1.

200 - Pour ses imprimantes, l'établissement a un contrat de collecte et de remplissage des cartouches et/ou utilise des imprimantes « jet d'encre » à réservoir remplissable.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Une cartouche d'encre rechargeable est réutilisable autant de fois que possible, elle est moins chère que la cartouche d'encre de base sans pour autant être moins efficace. Faire recharger ses toners et cartouches d'encre diminue de 60 % votre impact carbone. Pour le cas où le professionnel remplit lui-même ses cartouches dans un bar à encre, le critère est validé. Les imprimantes à réservoirs d'encre rechargeables génèrent 10 fois moins de volume de déchets que les autres types d'imprimantes, tout en réduisant les coûts d'impression. Même si les cartouches sont réutilisables et remplissables, plus de la moitié sont encore jetées, alors qu'elles peuvent être réutilisées jusqu'à 5 fois. Mode d'évaluation : Factures - copie du contrat. Coef 1.

VOLET SOCIAL ET SOCIÉTAL

Respecter l'égalité, faciliter le dialogue et la transmission

201 - BONUS - L'établissement propose à son personnel ou ses saisonniers des prestations sociales allant au-delà de la réglementation applicable, telles que : repas ou chèques repas, fourniture des vêtements de travail ou uniformes, possibilité de jours de congés consécutifs, congés de formation, communication de planning un mois à l'avance, chèques vacances, hébergement sur place ou facilité grâce au partenariat avec les collectivités territoriales, maintien de la mutuelle hors saison pour les saisonniers.

Oui Non concerné

Bon à savoir : Ces actions contribuent à faciliter le recrutement et la fidélisation, préserve ou améliore le climat social avec un effet sur l'attraction et le confort de la clientèle. Certaines actions sont réglementées (cf. URSSAF pour valeur de l'avantage en nature de nourriture ou de logement soumis à cotisations) ou récompensées par des exonérations (titres restaurants, chèques vacances). Mode d'évaluation : Attestation du dirigeant. Coef 3.

202 - BONUS - L'établissement propose à son personnel des dispositions limitant les risques professionnels allant au-delà de la réglementation applicable telles que : équipements limitant les risques liés au transport de charges, prévention des troubles musculo-squelettiques ou du mal de dos, limitation des risques liés à l'essuyage à la main, à l'utilisation de couteaux, formation non obligatoire en matière de prévention des risques (risques professionnels, risques chimiques, risque électrique, sauveteur secouriste, gestes et postures), etc.

Oui Non concerné

Bon à savoir : Ces actions contribuent à faciliter le recrutement et la fidélisation, réduisent les cotisations pour accidents du travail ou maladies professionnelles. L'identification des actions prioritaires par l'établissement est réalisée dans son document unique d'évaluation des risques (obligatoire par le code du travail). Les actions de l'établissement peuvent faire l'objet de subventions importantes de l'assurance maladie (CARSAT), faciles à obtenir pour certains risques et certains matériels prédéfinis. La formation du personnel en matière de santé et sécurité (moyens au choix de l'employeur) fait partie des obligations de l'employeur au regard du code du travail. Mode d'évaluation : Attestation du dirigeant. Contrôle par l'auditeur sur site / Maximum 3 actions. Coef 3.

203 - BONUS - L'établissement a mis en place des actions concrètes en matière d'égalité F/H et de lutte contre les discriminations et le harcèlement (règlement intérieur, livret d'accueil, affichage, état des lieux égalité F/H).

Oui Non concerné

Bon à savoir : Les entreprises, quelle que soit leur taille, ont des obligations en matière d'égalité professionnelle entre femmes et hommes. Exemple d'action : lors de la signature du contrat de travail, remise d'un livret d'accueil avec règlement intérieur précisant les situations s'apparentant au sexisme ou au harcèlement et qui contacter en cas de problème. Comment obtenir facilement un état des lieux : un diagnostic égalité professionnelle est disponible gratuitement pour les PME de 20 à 49 salariés, suite à la déclaration DSN. Produit automatiquement à partir des données déclarées dans la DSN (souvent via net-entreprise), il se présente sous forme d'un tableau de synthèse et est téléchargeable directement dans votre espace net-entreprise ou auprès de votre expert comptable. Mode d'évaluation : Attestation du dirigeant. Coef 3.

204 - BONUS - A poste équivalent entre les femmes et les hommes, il n'y a pas de différences de rémunération, ni d'accès à la promotion ou à la formation.

Oui Non concerné

Bon à savoir : Créé par la loi du 5 septembre 2018 pour la Liberté de choisir son avenir professionnel, l'Index de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes formalise une mesure des inégalités femmes-hommes dans le monde professionnel à partir de cinq indicateurs : écart de rémunérations hommes-femmes, écart de répartition des augmentations individuelles, écart de répartition des promotions, nombre de salariées augmentées à leur retour de congé de maternité, parité parmi les 10 plus hautes rémunérations. Attestation du dirigeant. Coef 3.

205 - BONUS - L'établissement est engagé dans une politique d'insertion (apprentissage, retour à l'emploi) ou mène des actions d'aide aux personnes en difficulté (ESAT, économie sociale et solidaire). Oui Non concerné

Bon à savoir : En travaillant avec les PLIE (Plans Locaux pluriannuels pour l'Insertion et l'Emploi), en leur communiquant les fiches de postes et/ou besoins en recrutement, les structures suivent des personnes particulièrement éloignées de l'emploi pour diverses raisons, mais souvent très volontaires et avec une grande envie d'apprendre. Bon à savoir : Exemples : accueil de chantiers d'insertion (entretien espaces verts, etc.), prestations externalisées à un ESAT (blanchisserie, repassage), vente de produits confectionnés par un atelier d'insertion local, etc. Mode d'évaluation : Contrôle par l'auditeur sur site / production d'un justificatif. 1 point par action. Coef 3.

206 - BONUS - Des rendez-vous entre la direction et les salariés afin d'optimiser le dialogue sont organisés chaque année. Oui Non concerné

Bon à savoir : Ces rendez-vous permettent de croiser les besoins de l'entreprise et les souhaits des salariés et fixer un cap en collectif. Mode d'évaluation : Attestation du dirigeant ou contrôle par l'auditeur sur site ou compte rendu de réunion. Coef 1.

207 - BONUS - Un questionnaire de climat social anonyme est rempli chaque année par les salariés. Oui Non concerné

Non applicable si moins de 10 salariés. Bon à savoir : Cela permet de connaître le ressenti des équipes, cerner leurs motifs de satisfaction et d'insatisfaction et identifier les différents axes d'amélioration. Production du questionnaire ou du bilan des consultations. Coef 1.

208 - BONUS - Des hébergements sont proposés aux saisonniers. Oui Non concerné

Bon à savoir : La question du logement représente un enjeu fort, puisqu'il impacte directement l'emploi dans la région. La fourniture du logement par l'employeur constitue un atout indispensable pour recruter du personnel qualifié et motivé / cela simplifie l'organisation de la saison du personnel, participe à faciliter le recrutement et favorise sa fidélisation. Contrôle sur site ou production de justificatifs. Coef 1.

SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE

Maîtriser les gaspillages

209 - La température est régulée: le chauffage n'excède jamais 21°C dans les espaces communs. Oui Non Non concerné

Bon à savoir : La baisse d'1° du thermostat permet 7% d'économies d'énergie. La température recommandée par l'ADEME est de 19°. Il est recommandé de mettre en place un affichage de sensibilisation dans les espaces privatifs à destination de la clientèle. Attestation du dirigeant. Coef 3.

210 - La climatisation est réglée selon les recommandations du décret 2022-1295 et/ou l'établissement propose des dispositifs de substitution permettant de limiter le recours à la climatisation et/ou l'établissement sensibilise le client sur l'impact de l'utilisation de la climatisation sur l'énergie et l'environnement. Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Il est recommandé par décret de ne pas mettre en fonction la climatisation des locaux si la température intérieure est inférieure à 26°C. La consommation d'un ventilateur est 20 fois inférieure à celle d'un climatiseur. La consommation d'un système de climatisation est directement liée à la température de consigne. En passant la consigne (température d'ambiance souhaitée) de 25° à 26° on réduit de 5 à 10% la consommation de l'équipement. La consommation d'énergie n'est pas le seul impact des appareils de climatisation, ceux-ci fonctionnent à l'aide d'un gaz réfrigérant (HFC, HCFC...) qui a un pouvoir de contribution au réchauffement climatique 1000 à 3000 fois supérieur au CO2. De plus ce sont des équipements nécessitant un entretien régulier et des coûts de maintenance importants. Attestation du dirigeant. Coef 3.

211 - Des équipements ont été prévus pour améliorer le confort d'été : protections solaires extérieures des parois vitrées (corbeilles de fenêtres, casquettes solaires, brise-soleil, etc.), végétalisation des toits-terrasses, ou tout équipement ayant un impact sur les parois exposées au soleil tels que volets, free-cooling (surventilation nocturne par les VMC, etc.). Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Liste des moyens et équipements permettant d'améliorer le confort d'été : – végétaliser : permet de protéger les bâtiments de rayonnements directs – poser des protections solaires extérieures des parois vitrées : corbeilles de fenêtres, casquettes solaires, brise-soleil, particulièrement les fenêtres exposées Ouest et Sud. Fixes ou amovibles, elles offrent un choix adapté à l'usage, au type de fenêtre, à la facilité d'emploi, à l'entrée du soleil dans la pièce en hiver, etc. (exemples : stores, écrans pare-soleil) – des volets permettent de conserver l'hébergement frais en été et chaud en hiver – autres équipements permettant d'améliorer le confort d'été : système free-cooling (surventilation nocturne par les VMC). Contrôle sur site par l'auditeur ou photo. 2 actions = Très satisfaisant / 1 action = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant / Maximum 2 actions. Contrôle par l'auditeur sur site. Coef 3.

212 - L'établissement est équipé de lampes à basse consommation (lampes fluo compactes ou LED). Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : L'éclairage est un poste de consommation d'énergie limité, toutefois les équipements récents sont beaucoup plus économes (économies pouvant atteindre 75% sur le poste éclairage). De plus, les ampoules LED ont également une durée de vie en moyenne 10 fois plus longue que les autres ampoules. Attention certains luminaires ou supports de lampes n'acceptent pas les lampes économes récentes, prévoir dans ce cas le changement de luminaire. Une ampoule LED E14 coûte entre 2 et 3€. Un spot encastré LED entre 10 et 30€. Une applique murale LED entre 20 et 30€. Une dalle LED standard pour les parties communes coûte entre 40 et 70€. Un spot LED orientable pour zone accueil / caisse coûte de 70 à 100€. Le temps de retour du relamping d'un établissement d'hébergement est entre 1 et 3 ans. Ces équipements peuvent être financés (se renseigner auprès du conseiller environnement / énergie de votre CCI). Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant. Totalemment = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

213 - Dans les parties communes de l'établissement : les circulations, blocs sanitaires communs, garages, sont équipés d'une minuterie ou de détecteurs de présence (non applicable si contraintes de sécurité à justifier). Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : L'éclairage de ces espaces n'est nécessaire qu'en cas de présence, le reste du temps l'éclairage de sécurité est suffisant pour la sécurité du public. La coupure de l'éclairage peut se faire à l'aide d'équipements simples et peu coûteux : minuteurs, détecteurs de présence: entre 10 et 100€ selon le système choisi, peut être relié facilement à des

systèmes existants. Mode d'évaluation : Contrôle par l'auditeur sur site - attestation du dirigeant. Totalem = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

214 - Dans les parties communes de l'établissement : les durées d'éclairage sont optimisées grâce à des dispositifs automatiques : minuterie, horloge, détecteur de présence, coupe-circuit, système centralisé GTB, etc.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Pour l'éclairage extérieur, penser à une horloge avec détecteur crépusculaire. Pour l'éclairage dans les espaces inoccupés ou lors des phases d'inoccupation : carte coupe circuit dans les chambres (circuit uniquement pour l'éclairage, hors prises, notamment celle alimentant le minibar). Ceci nécessite des travaux plus importants, mais pour des gains pouvant aller jusqu'à 30% d'économies sur le poste électricité lié à l'éclairage. Ces équipements de régulation peuvent être couplés dans une même zone, afin qu'une partie des lampes reste allumée pour garantir la sécurité tout en assurant des économies d'énergie. Si l'établissement est équipé d'une Gestion Technique de Bâtiment, celle-ci peut intégrer la gestion de l'éclairage. Mode d'évaluation : contrôle sur site ou attestation du dirigeant. Totalem = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

CONSOMMATION ET PRODUCTION D'ÉNERGIE

Améliorer les systèmes et produire autrement

215 - Les combles et toitures sont isolés.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Les combles et toitures sont une des principales source de déperdition de chaleur. L'isolation des combles peut s'envisager à tout moment, celle de la toiture à l'occasion d'une rénovation. Les gains énergétiques sont de 30% en moyenne après isolation des parois extérieures avec un retour sur investissement de 5 à 7 ans maximum. Pour la santé et l'environnement, envisager des matériaux naturels isolants. Lors de travaux de rénovation, la résistance thermique minimale est fixée par la Réglementation Thermique Existant. Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant 100 % = Très satisfaisant / 50 % = Satisfaisant / 0 % = Très insatisfaisant. Coef 9.

216 - Les murs sont isolés (par l'extérieur ou l'intérieur).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : En rénovation, tout dépend de la construction initiale (matériau, année de construction) et de l'objectif de rénovation à atteindre : les gains réalisés, le coût, la nature des travaux et leur faisabilité sont très variables. Les murs pleins (vieilles pierres) n'ont pas une bonne performance, ils présentent une forte inertie et rayonnent le froid durant l'hiver, phénomène qui peut être amélioré par des enduits respirants (chaux...). Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant 100 % = Très satisfaisant / 50 % = Satisfaisant / 0 % = Très insatisfaisant. Coef 9.

217 - Les planchers en contact avec un espace non chauffé (garage, extérieur, vide sanitaire) sont isolés.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Les planchers en contact avec un espace non chauffé (extérieur, garage, vide-sanitaire) sont une source de déperdition de chaleur du bâtiment. L'isolation des planchers par le sous-sol peut s'envisager à tout moment. Le retour sur investissement est en général de 5 à 7 ans. Pour la santé et l'environnement, envisager des matériaux naturels isolants. Lors de travaux de rénovation, la résistance thermique minimale est fixée par la Réglementation Thermique Existant. Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant 100 % = Très satisfaisant / 50 % = Satisfaisant / 0 % = Très insatisfaisant. Coef 3.

218 - L'établissement a mené des actions pour limiter les déperditions d'air chaud ou les entrées d'air froid.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Toutes actions identifiées par le conseiller comme contribuant à l'efficacité énergétique et ne faisant pas l'objet des critères précédents (liste non exhaustive) : - aménagement autour de la porte d'entrée, des baies, etc. (installation de sas, rideau, etc.) - étanchéité (joints) autour des portes de garage, cave, etc. - condamnation ou fermeture des éventuels conduits de cheminées non utilisés - pompe à chaleur pour le chauffage de l'eau de la piscine (uniquement si celle-ci est munie d'une bache disposée en dehors des horaires de mise en fonctionnement). Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant 2 actions = Très satisfaisant / 1 action = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant / Maximum 2 actions. Coef 3.

219 - BONUS - Une étude d'opportunité a été réalisée par un professionnel qualifié RGE (Reconnu Garant de l'Environnement) ou un expert indépendant, sur les matériels d'Énergies Renouvelables & Récupération suivants : système de récupération de chaleur / installation thermo-solaire / installation fonctionnant au bois énergie / pompe à chaleur (sauf aérothermie) / installation photovoltaïque en auto consommation (70% mini).

Oui Non concerné

Bon à savoir : Dans le cas où un système de chauffage existant est remplacé, ne pas attendre qu'il soit en fin de vie et ainsi avoir le temps de faire réaliser l'étude de la meilleure solution pour le remplacer. Liste des matériels concernés par le critère : - système de récupération de chaleur : sur eaux usées, VMC double flux, ou sur groupe frigorifique - installation thermo-solaire : pour chauffe-eau solaire ou chauffage piscine - installation fonctionnant au bois énergie - pompe à chaleur (sauf aérothermie) - installation photovoltaïque en auto consommation (70% mini). Ces études visent à aider à la décision pour investir dans des systèmes performants en confort, durée et émissions de gaz à effet de serre en réduisant les dépenses du poste énergie de l'établissement. Si l'étude est réalisée par un bureau d'études conformément aux spécifications de l'ADEME, son coût pourra être pris en charge jusqu'à 70% par l'ADEME (pour cela l'aide devra être sollicitée avant la commande et le démarrage de l'audit). Mode de contrôle : Factures. - Etude globale = très satisfaisant / Etude sur au moins un de ces équipements = satisfaisant / Pas d'étude = très insatisfaisant. Coef 3.

220 - BONUS - Une installation thermo-solaire participe à la production d'eau chaude sanitaire et/ou au chauffage de la piscine.

Oui Non concerné

Bon à savoir : Une installation thermo-solaire permet de produire de l'eau chaude sanitaire (ou chauffage piscine) à l'aide de capteurs solaires reliés à un circuit hydraulique alimentant un ou des ballons de stockage. Ce type d'installation est très pertinent dans les établissements d'hébergement touristique, restaurants (et toute entreprise ouverte en été, condition sine qua non) compte-tenu des besoins importants en eau chaude sanitaire. La réalisation d'une étude préalable à l'installation est vivement recommandée, celle-ci permet la meilleure rentabilité et efficacité possible. L'étude et la pose doivent être faites par un professionnel qualifié RGE. La souscription d'un contrat de maintenance est vivement recommandée. Contrôle visuel - photo. Coef 3.

221 - BONUS - L'établissement est équipé d'une installation de production d'eau chaude et de chauffage fonctionnant au bois énergie (chaudière granulés ou plaquettes, poêle à granulés, autres) ou raccordé à un réseau de chaleur bois énergie.

Oui Non concerné

Bon à savoir : Types d'équipements fonctionnant au bois énergie : - chaudière à granulés ou plaquettes : un appareil de ce type pour un établissement d'hébergement suppose un espace suffisant pour la chaudière et le stockage du bois (silo) - poêle à granulés, à bûches, pour un chauffage partiel de l'établissement (salle, hébergements individuels) - appareils spécifiques tels que poêles bouilleurs (chauffage et production d'eau chaude), ou les appareils à fonction de cuisson - enfin le critère inclut les installations connectées à un réseau de chaleur bois urbain permettant de s'affranchir de la chaudière et du stockage de bois sur le site. Même si le bois est une ressource renouvelable, l'obtention du critère suppose un équipement avec un niveau de rendement élevé, ce qui n'est pas le cas des cheminées à foyer ouvert dont le rendement est trop faible. La pose par un professionnel qualifié

RGE et la souscription d'un contrat de maintenance sont vivement recommandées. La ressource bois sera recherchée en priorité dans un périmètre proche de l'établissement, voire in situ pour les établissements possédant des espaces boisés. Contrôle visuel ou photo. Chaudière granulés ou plaquettes, Raccordement au réseau de chaleur = très satisfaisant / Poêle à granulés = satisfaisant / Autres = insatisfaisant / Foyer ouvert ou rien = très insatisfaisant. Coef 9.

222 - BONUS - L'énergie consommée sur le site est d'origine renouvelable (électricité, gaz, bois).

Oui Non concerné

Bon à savoir : Le professionnel peut choisir une part d'énergie renouvelable dans son contrat, mais il faut envisager seulement cela après étude de la possibilité de produire pour les besoins de l'établissement de l'énergie sur site à base d'énergie renouvelable. Mode d'évaluation : Factures ou justificatifs. Coef 9.

CONSOMMATION D'EAU

Diminuer la demande et récupérer la ressource

223 - L'établissement a mis en place des actions permettant la surveillance des consommations et la détection des surconsommations inhabituelles.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Audit par un expert, relevé des compteurs réguliers, contrôle de facture systématique à l'aide du tableau de suivi des consommations fourni. Mode d'évaluation : Factures Tableau de suivi des consommations - Audit d'expert ou relevé et tableau de suivi tenu à jour = très satisfaisant / Relevé des compteurs mais sans tableau de suivi à jour = satisfaisant / Aucune action = très insatisfaisant. Coef 3.

224 - L'établissement a mis en place une gestion économe de l'eau.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Les lavabos sont équipés de mitigeurs, poussoirs, détecteurs, ou de mousseurs. Des équipements économes en eau sont mis en place dans les toilettes : toilettes à double commande, urinoirs, toilettes sèches. Un système de récupération des eaux pluviales, ou d'autres eaux utilisées mais non polluées a été mis en place, pour des utilisations internes ou externes ciblées : arrosage, lavage, toilettes, etc. L'établissement a mis en place des actions de réduction de la consommation d'eau pour l'arrosage (techniques de couverture de sol : paillage, copeaux de bois), système goutte à goutte, minuteur, heures d'arrosage. Attention, l'eau d'arrosage issue de puits ou forages n'est pas notée car elle reste prélevée sur le milieu naturel. Contrôle par l'auditeur sur site ou photo, factures. 2 actions = Très satisfaisant / 1 action = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 9.

225 - BONUS : L'infiltration des eaux pluviales dans le sol est favorisée.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : L'infiltration des eaux pluviales dans le sol est notamment utile pour faire face aux aléas des pluies intenses. Contrôle par l'auditeur sur site, photo. Totalemment = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

PRODUITS D'ENTRETIEN

Utiliser des produits écolabellisés et naturels

226 - Les produits d'entretien utilisés par l'établissement ou dans le cadre d'une prestation externalisée bénéficient d'un label écologique reconnu : Ecolabel Européen, NF Environnement, Ecodétergent d'Ecocert, etc. et/ou l'établissement utilise des produits d'entretien naturels (vinaigre blanc, bicarbonate de soude, pierre blanche, savon noir, etc.) sous réserve de la réglementation applicable à la profession.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Principaux écolabels de produits détergents : - l'écolabel européen - la marque NF environnement (ces deux labels garantissent que le produit ne contient pas de substances dangereuses) - le label écodétergent d'ecocert qui est plus stricte que les deux précédents (non testé sur les animaux, emballage biodégradable...) - <https://www.ecolabeltoolbox.com/fr/solutions-techniques/les-labels-des-produits-d-entretien-76>. Bon à savoir : Economies sur le coût d'achat des produits de base (vinaigre, bicarbonate de soude) qui ont un moindre impact sur la santé et l'environnement, limite les déchets (souvent vendus en vrac) et souvent multi-usages (limite le nombre de produits à acheter). Mode de contrôle : Factures - photos. Totalemment = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

227 - BONUS : L'utilisation de lavettes et lingettes en microfibre est privilégiée.

Oui Non concerné

Bon à savoir : Chiffons micro-fibre = économes en eau. La consigne doit être donnée par le professionnel à ses équipes pour une utilisation pour les poussières et éviter le nettoyage de graisses qui nécessite un lavage des microfibrilles à 90°. Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant. Coef 1.

228 - Les procédés de nettoyage économe en eau et en produits d'entretien sont privilégiés (nettoyage à la vapeur, centrale de nettoyage haute-pression, électrolyse, etc.).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Nettoyage vapeur : nettoie en profondeur grâce à la puissance de l'eau à haute température, permet des économies d'eau et de détergent (peu ou pas de détergent nécessaire), notamment pour les surfaces des zones collectives ou la cuisine, efficacité élevées sur les bactéries, acariens, allergènes, etc. (budget 1000 à 4000€). Appareil à Electrolyse ou Eau Ozonnée : le professionnel produit grâce au procédé sa propre solution détergente / désinfectante naturelle et très puissante. Cela permet de consommer moins d'eau (moins de rinçage car pas de mousse) et de détergents (moins de risques pour les employés), tous usages hygiène et compatibles aux normes HACCP. Centrale de nettoyage Haute pression : économie d'eau et de détergent. Factures - Attestation du dirigeant. Totalemment = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

PRODUITS CONSOMMABLES

Acheter responsable et limiter les emballages

229 - L'établissement propose une alternative aux bouteilles d'eau en plastique.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : La réglementation sur les produits plastiques jetables s'applique depuis janvier 2021 aux bouteilles plastiques : la distribution gratuite de bouteilles en plastique devient interdite dans les établissements recevant du public et dans les locaux professionnels. Interdiction, pour un distributeur, d'imposer la vente de boissons en bouteilles plastique lors des événements sportifs, culturels ou festifs. L'établissement peut proposer à la place les boissons dans des récipients consignés ou réutilisables. Exemple de solutions : proposer dans les espaces communs un accès aisé à l'eau potable dans les espaces communs, éventuellement à l'aide de fontaines à eau avec bonbonnes consignées, fontaines à eau filtrée ou filtration directe sur réseau d'eau potable. La mise à disposition d'une fontaine à eau accessible au public est obligatoire à compter du 1er janvier 2022 dans les établissements susceptibles d'accueillir plus de 300 personnes simultanément. Contrôle par l'auditeur sur site - photo. Totalement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

230 - L'établissement limite l'usage des produits plastiques et privilégie des substituts biosourcés (pour des usages très variés : emballages, films plastiques sur les aliments, géotextile en extérieur, etc.).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Dans le respect de la réglementation hygiène. Permet de réduire les quantités d'emballages utilisées, d'impliquer le personnel à la démarche, de donner une image vertueuse de l'établissement au-delà des contraintes réglementaires applicables. Contrôle par l'auditeur sur site ou attestation et photo. Totalement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

231 - Les consommables à base de papier (exemple : serviettes en papier, sets de table, essuie-tout, etc.) sont substitués par des consommables lavables ou en matière recyclés (exemple : sets de table ou serviettes lavables, chiffons micro-fibres ou en tissu issu de nappes ou draps recyclés).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Les chiffons de récupération ou recyclés sont une économie de ressource et de déchets. Les chiffons micro-fibre permettent des économies d'eau car ils fonctionnent à sec ou légèrement humides. L'essuie-tout en papier, les serviettes en papier, sont au final plus cher à l'usage, et produisent des déchets évitables. Contrôle par l'auditeur sur site ou attestation et photo. Totalement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

RÉDUCTION, TRI ET VALORISATION DES DÉCHETS

Agir et sensibiliser aux bonnes pratiques

232 - Le tri des déchets est facilité pour les salariés, notamment des poubelles de tri ou contenants adéquats sont installés sur les chariots d'entretien, le personnel est formé aux consignes de tri.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : La formation des salariés, des consignes et des contenants adéquats pour les opérations d'entretien sont recommandés, tout comme tenir informé le personnel des évolutions concernant les modalités de collecte (exemple : changement de jour de collecte ou de prestataire), ou des performances en matière de tri ou de réduction à la source. Contrôle par l'auditeur sur site ou photo et attestation. Coef 3.

233 - Le tri des déchets est facilité pour les clients, notamment des poubelles permettant le tri, avec consignes sont mises à la disposition des clients.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Rendre acteur le client facilite la gestion du tri par le professionnel et crée une dynamique développement durable visible au sein de l'établissement. Cela passe par la mise à disposition d'équipements de tri adéquats, pas forcément coûteux (contenants de récupération, bois de palette, etc.), et l'information par affichage et consignes remises à l'arrivée pour la clientèle. Idée de nudge : proposer au client en amont de sa venue une check-list du pique-nique zéro-déchets lui recommandant d'apporter gourde, gobelets réutilisables, serviettes tissées, couverts lavables, etc. Informations Aides Fonds tourisme durable (sous réserve d'éligibilité et de maintien du dispositif). Contrôle par l'auditeur sur site ou photo et attestation. Coef 3.

234 - L'établissement utilise des produits à dosage concentré.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : L'utilisation de produits concentrés réduit les frais de transport et de conditionnement, il convient toutefois d'éviter les surdosages qui ne sont pas plus efficaces et d'utiliser les produits concentrés avec plus de vigilance. Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant. Totalement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 1.

235 - L'établissement utilise des produits à conditionnement rechargeable pour limiter les déchets.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Pour les produits rechargeables, seule la partie consommable est fabriquée à chaque usage. Les ressources consommées pour fabriquer le produit initial se trouvent ainsi amorties sur une durée de vie beaucoup plus longue, les contenants sont amortis dans le temps. Mode de contrôle : Factures et/ou photos des recharges. Totalement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

TRAVAUX, ÉQUIPEMENTS, MOBILIER ET PRÉSENTOIRS

Acheter local et durable

236 - BONUS - L'établissement choisit prioritairement des fournisseurs locaux de biens et de services (3 dernières années)

Oui Non concerné

Bon à savoir : En terme de lieu de fabrication de biens et services, l'ADEME définit les fournisseurs locaux comme ceux situés à moins de 160 km de l'entreprise. Certains biens d'équipements peuvent ne plus être produits localement (exemple : équipements électroménagers professionnels), mais une tendance récente à relocaliser certaines activités de production justifie de se renseigner avant l'achat. Mode de contrôle : Factures. Totallement = 2 / Partiellement = 1 / Pas du tout = 0. Coef 3.

237 - BONUS - Lors de travaux des 3 dernières années, l'établissement a utilisé des matériaux de construction bénéficiant d'un label écologique reconnu, et/ou posé par une entreprise labellisée, et/ou avec des matériaux 100% d'origine naturelle (peintures, vernis, isolation, etc.) et/ou de réemploi.

Oui Non concerné

Bon à savoir : Les labels écologiques permettent de s'assurer sans perdre de temps que le produit acheté est parmi les plus vertueux en terme d'impact environnemental, selon différents critères techniques statuts et validés par la profession concernée, et tenant compte de l'intégralité du cycle de vie. Certains labels évaluent le produit : Ecolabel Européen, Ange Bleu, NF Environnement – AFNOR, FSC, PEFC, etc. D'autres s'appliquent à l'entreprise (fabricant, poseur) : RGE, ISO14001, ISO50001, EMAS, etc. Précisions sur l'origine naturelle des matériaux d'isolation : cellulose, laine de chanvre, de bois, ou non naturelle : laine de verre, de roche, panneaux ou soufflée Pour les enduits : – naturel : argile, schiste, chaux / – non naturel : plâtre. cf. Ecolabel Toolbox annexe 3 « solutions technique ». Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant. Totallement = 2 / Partiellement = 1 / Pas du tout = 0. Coef 3.

238 - BONUS - L'établissement a aussi recours aux biens de seconde main pour ses équipements, mobiliers et présentoirs (petits et gros matériels, équipements).

Oui Non concerné

Bon à savoir : Le matériel professionnel d'occasion s'impose de plus en plus comme en supplément au marché de l'équipement neuf. En plus de présenter des avantages financiers, une meilleure réparabilité que certains équipements neufs à la durée de vie plus limitée, et l'équipement reconditionné par un professionnel est souvent doté d'une garantie qui est similaire à celle appliquée au matériel neuf. Factures - Attestation du dirigeant Totallement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

239 - Lors du renouvellement de ces équipements (moins de 3 ans), l'établissement choisit du matériel classé A+++ ou A (étiquette 2021) pour la consommation énergétique.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Pour trouver les équipements professionnels les plus économes, le site comparateur TOPTEN validé par WWF et ADEME <https://www.guidetopten.fr/pro> référence des équipements professionnels allant des minibars aux caves à vin, en passant par les appareils de froid pour la restauration, mais aussi les ampoules, cafetières, sèche-linges, climatiseurs, etc. Factures - Attestation du dirigeant - photo du produit avec mention. Coef 3.

PRODUITS ALIMENTAIRES

Consommer local et réduire le gaspillage

240 - L'établissement privilégie l'achat de produits / services locaux (circuits courts) ou produits sur place (potager).

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Le transport de marchandises par route occasionne de nombreux impacts environnementaux, à cela s'ajoute souvent un prix d'achat inférieur en limitant le nombre d'intermédiaires et une plus juste rémunération des producteurs. Pour l'établissement, c'est l'obtention d'un meilleur rapport qualité-prix, un impact carbone moindre, et moins d'emballages perdus pour conditionner les produits par les différents intermédiaires. La proximité du producteur permet de mieux ajuster les quantités achetées et donc de limiter le gaspillage alimentaire. En connaissant le producteur / éleveur local, l'établissement a un regard aisé sur le respect du bien-être animal. Enfin les produits sont plus frais et ont une meilleure qualité gustative et nutritionnelle que les produits transformés ou à date longue. Si l'établissement utilise des produits exotiques, il ne s'agit pas de les exclure, mais de limiter les quantités, l'usage au strict nécessaire, et privilégier ceux transportés par bateau. Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant. Totallement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

241 - L'établissement privilégie l'utilisation de produits de saison.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Parmi les avantages ou gains : fraîcheur des produits contribuant à une meilleure valeur gustative, moindre impact carbone lié au transport, maîtrise des coûts, sécurisation de l'approvisionnement, etc. Du reste, une part croissante de la clientèle est sensible à ce critère et ne commanderait pas un plat composé de produits admis comme n'étant pas de saison. Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant. Totallement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

242 - L'établissement privilégie les produits issus de l'agriculture biologique, ou issus du commerce équitable et sans traitement.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Les labels écologiques permettent de s'assurer que le produit acheté est parmi les plus vertueux en terme d'impact environnemental, selon des critères validés par la profession concernée, et tenant compte de l'intégralité du cycle de vie. Privilégier les labels suivants : – marque AB (produits issus de l'agriculture biologique selon les critères de la réglementation française), la clientèle y est notamment sensible dans la carte des vins – feuille verte (logo européen, basé sur les mêmes critères que la France) – HVE (Haute Valeur Environnementale) : la certification des exploitations (agriculture de préservation des sols, de la biodiversité, des écosystèmes) est aussi possible avec cette certification – Commerce Équitable : les produits issus du commerce équitable participent à l'équité sociale par une rémunération plus juste des producteurs. Il en existe plusieurs en France, ils sont surtout utilisés pour les aliments importés tels que café, chocolat, thé, sucre, épices... Factures - Attestation du dirigeant. Totallement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

243 - Les produits porteurs de labels de qualité (type Label Rouge) ou d'origine (type AOP) sont privilégiés.

Très satisfaisant Satisfaisant Insatisfaisant Très insatisfaisant Non concerné

Bon à savoir : Il est recommandé de choisir des labels reconnus : ce sont les Signes Officiels d'identification de la qualité (SIQO) : critères de qualité ou indications d'origine, pour certains ils incluent des critères environnementaux comme l'élevage à l'herbe. Les labels ou appellations Label Rouge, AOC AOP, IGP, mention « fermier » sont réglementés et

concernent uniquement les oeufs, laitages, volailles et viande rouge. Le gain pour l'établissement, outre une meilleure qualité gustative : la valorisation de l'image de l'établissement et la preuve apportée d'une cuisine de qualité, saine et responsable. Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant. Totalement = Très satisfaisant / Partiellement = Satisfaisant / Pas du tout = Très insatisfaisant. Coef 3.

244 - BONUS - L'achat de produits issus de l'élevage prend en compte le bien-être des animaux (labels, élevage en plein air).

Oui Non concerné

Bon à savoir : A noter : la marque AB (Agriculture Biologique France) prend en compte le critère du bien-être animal, c'est le cas également de certains signes officiels d'identification de la qualité (Label Rouge, AOC AOP, IGP, mention « fermier »). Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant. Coef 3.

245 - BONUS - L'achat de produits de la mer limite ou bannit le recours à des espèces de poissons en voie d'extinction ou menacées.

Oui Non concerné

Bon à savoir : L'établissement peut se référer à la liste des espèces menacées en France : <https://uicn.fr/liste-rouge-france/> ou <http://www.mrgoodfish.com/>. Comme il n'existe pas de véritable « pêche durable » selon l'Ademe, il est préférable de réduire l'offre ou les quantités de poisson par plat en privilégiant la qualité à la quantité et en diversifiant les choix d'espèces afin d'alléger les quantités consommées d'une seule et même espèce de poisson. Mode de contrôle : Factures - Attestation du dirigeant. Coef 3.

SERVICES ÉCOSYSTÉMIQUES

Protéger la faune et la flore

246 - Des zones naturelles délimitées sont laissées disponibles pour la faune et la flore.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : En créant un milieu diversifié, on limite la surface à tondre et donc le temps homme passé. Certaines zones peuvent être gardées sauvages, ou en jachère fleurie, et ainsi, offrir un abri pour la faune auxiliaire et les insectes pollinisateurs. Ceci passe par une communication et des explications apportées aux clients (panneaux aux abords des espaces), et au personnel (formation aux bonnes pratiques de tonte, taille et entretien). A la clé ce sont des gains de temps (tonte, entretien) et donc des économies réalisées. Contrôle par l'auditeur sur site ou photo. Coef 3.

247 - BONUS - L'établissement a installé des habitats pour la faune (ruches ou hôtels à abeilles, refuge pour les oiseaux, jardin à papillons).

Oui Non concerné

Bon à savoir : Accueillir les oiseaux, hérissons, insectes, papillons, coccinelles, vers de terre, escargots dans les espaces verts de l'établissement est un moyen de se passer de pesticides et de produits phytos. On peut commencer par mettre en place des zones de jachère fleurie pour offrir un abri pour la faune auxiliaire et les insectes pollinisateurs. Ensuite, envisager des solutions d'habitat spécifique pour les insectes (ruches, hôtels à insectes mais aussi en privilégiant les matériaux de récupération, des tas de bois, murets en pierres sèches, pots de fleurs retournés), des haies diversifiées et des nichoirs pour les oiseaux, des mares ou petits bassins pour la faune aquatique, des abris et points de passage pour hérissons, etc. L'établissement pourra mettre en place des panneaux avec le nom des plantes, les insectes ou animaux résidents, voire un jeu de piste pour la découverte de la faune et la flore locales à l'attention des enfants. Contrôle par l'auditeur sur site ou photo. Coef 1.

248 - BONUS - Une information est proposée à la clientèle sur la faune et la flore locales.

Oui Non concerné

Bon à savoir : L'établissement pourra mettre en place des panneaux avec le nom des plantes, les insectes ou animaux résidents, voire un jeu de piste pour la découverte de la faune et la flore locales à l'attention des enfants. S'il y a un potager, l'établissement pourra organiser des activités pour la clientèle qui pourra flâner dans le potager, et faire découvrir les pratiques à adopter pour jardiner sans pesticides. L'agroécologie est un thème de séjour touristique permettant d'augmenter la fréquentation d'un établissement. Contrôle par l'auditeur sur site ou photo. Coef 1.

POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE

Formaliser son projet d'acteur du tourisme responsable

249 - Un engagement environnemental social et sociétal de l'établissement a été rédigé, signé, daté et rendu accessible auprès des collaborateurs et des clients (une page maximum, actualisée régulièrement en fonction des évolutions) OU à l'issue de l'audit, un engagement environnemental est formalisé.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : L'engagement de la direction de l'établissement est le point de départ d'une démarche structurée permettant de faire adhérer le personnel comme les clients, et d'en retirer des bénéfices. Cet engagement doit expliquer les actions prioritaires engagées ou prévues par l'établissement pour atténuer les impacts environnementaux liés à ses activités, et pour adapter son offre de services pour répondre aux enjeux environnementaux (changement climatique, préservation de la biodiversité, de la ressource en eau, etc.). Cet engagement ne doit pas se limiter aux seules exigences légales, et doit démontrer une implication forte de la part de la direction. Par exemple l'écolabel européen demande que l'engagement de l'établissement soit rédigé dans une politique environnementale datée et signée par la direction, et affichée dans les locaux. Attestation du dirigeant - Contrôle par l'auditeur sur site ou copie de l'engagement. Coef 1.

250 - BONUS - Un diagnostic environnemental a été réalisé (moins de deux ans).

Oui Non concerné

Bon à savoir : Informations aides : le Fonds Tourisme Durable propose, sous conditions des aides pour la conduite de diagnostics environnementaux (diagnostic modèle d'affaire tourisme durable, bilan gaz à effet de serre, diagnostic qualité de l'air, diagnostic rénovation globale, audit énergétique, diagnostic tri des déchets, diagnostic réduction des emballages, diagnostic économie circulaire, bilan matière, diagnostic écolabel européen, diagnostic numérique responsable...). Informations Aides Fonds tourisme durable (sous réserve d'éligibilité et de maintien du dispositif). Copie du diagnostic. Coef 3.

251 - BONUS - Des actions préconisées lors de ces diagnostics ont déjà été mises en place.

Oui Non concerné

Bon à savoir : Avoir en tête que certaines actions peuvent demander plusieurs années. Les actions à fort enjeu ou impact sont souvent celles nécessitant le plus d'investissement et les plus longues à mener. A l'inverse les actions à impact ou enjeu limité sont souvent menées rapidement. Ce critère permet de voir si le diagnostic environnemental réalisé a été utile et a conduit à des actions concrètes de l'établissement. Copie du plan d'action. Coef 3.

252 - BONUS - L'établissement a défini un programme pluriannuel d'amélioration de son bilan environnemental.

Oui Non concerné

Bon à savoir : Il est recommandé de construire un programme d'actions sur 2 années, puis d'en ouvrir un nouveau en reportant les actions non réalisées (exemple c'est ce que demande l'écolabel européen), le programme permet de classer les actions par ordre de priorités, en cohérence avec la politique ou stratégie de l'établissement, selon l'impact, le coût, le temps de retour investissement de chaque action. Il est mis à jour et suivi par le référent « tourisme durable ». Copie du plan d'action. Coef 3.

253 - Des actions de sensibilisation et de formation du personnel en lien avec l'engagement environnemental, social et sociétal de l'établissement sont mises en place.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Les actions de sensibilisation permettent d'informer, de convaincre le personnel et lui donner envie d'agir. L'adhésion aux engagements se trouve renforcée grâce à l'organisation d'événements, de consultations et de challenges en équipe. Informations Aides Fonds tourisme durable (sous réserve d'éligibilité et de maintien du dispositif). Plan d'action. Coef 3.

254 - Des supports de sensibilisation pour la clientèle sont mis en place dans l'établissement et affichés sur les supports de communication. Les clients sont invités à contribuer à la performance environnementale de l'établissement lors de leur séjour.

Oui Non Non concerné

Bon à savoir : Site web, intégration des labels sur les brochures, rédaction d'une charte et ou des articles pour expliquer les engagements et la stratégie de l'établissement en matière de développement durable, etc. Cela peut devenir un atout concurrentiel, tout particulièrement auprès des clients qui sont sensibles à cette thématique. Informations Aides Fonds tourisme durable (sous réserve d'éligibilité et de maintien du dispositif). Contrôle par l'auditeur sur site ou photo des supports. Coef 3.