



Présentation du label Destination d'excellence

Lundi 18 novembre 2024 –

Groupe Qualité de destination

Office de tourisme de la Baie de St-Brieuc





Destination d'excellence

- Le nouveau label Destination d'excellence figure parmi les outils du [Plan Destination France](#) visant à faire de la France la 1ere destination de tourisme durable d'ici 2030
- Il concourt au **renforcement de la qualité** sur tout le champ de l'offre touristique : hébergements, restauration, lieux de visites ou de loisirs, lieux d'information touristiques (offices de tourisme notamment), transports.
- En complément de l'enjeu de qualité de l'accueil et des services, qui anime le secteur, ce label renforce en particulier le niveau d'exigence en **matière d'écoresponsabilité**.

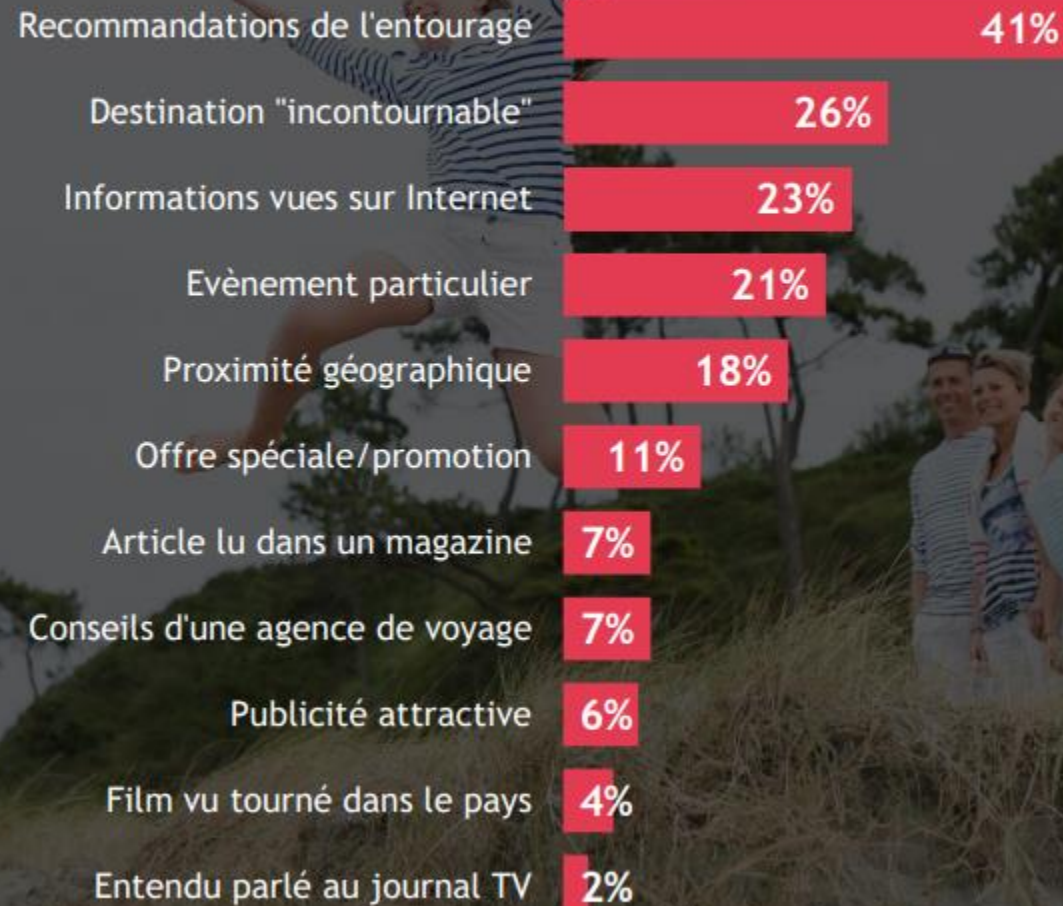
LA SATISFACTION VISITEURS

Un enjeu majeur pour les destinations touristiques

Un visiteur **satisfait aujourd'hui**
recrute **les visiteurs de demain** et
façonne l'image de la destination

Critères de choix d'une destination touristique

(Base : 30 000 visiteurs, toute origine, toute destination, 1^{er} séjour)



Source : TRAVELSAT - TCI Research



Destination d'excellence

Assurer une expérience de qualité aux visiteurs - Un réel enjeu pour l'attractivité des destinations touristiques

- Aujourd'hui, une destination touristique ne peut plus se contenter d'attirer de nouveaux visiteurs à travers une communication attractive et **doit nécessairement « enchanter » ses visiteurs** si elle souhaite les fidéliser et continuer d'en attirer de nouveaux.
- Le **retour d'expérience des visiteurs** par le biais du bouche à oreille ou d'internet via les forums spécialisés, les avis de consommateurs ou les réseaux sociaux a une influence colossale et grandissante sur les choix et le comportement des visiteurs.
- **L'insatisfaction d'une personne** peut générer une perte pour la destination bien supérieure à celle d'un simple visiteur déçu.

@Source tourismebretagne.com





Destination d'excellence

Les enjeux durables *

- Le tourisme est responsable de 11% des émissions de Gaz à effet de serre (GES) Le transport constitue 70% de l'émission des GES dans le secteur du tourisme
- Le tourisme d'affaire pèse pour 17% des émissions de GES du secteur
- Selon une étude Booking réalisée en octobre 2020, 63% des voyageurs français attendent de l'industrie du voyage qu'elle propose des options plus durables. 40% des sondés plébiscitent des destinations moins connues pour éviter la foule en haute saison, 58% déclarent qu'ils resteront à l'écart des attractions touristiques les plus populaires

* Les chiffres indiqués concernent la France



DEX ou la mise en place d'une **démarche de progrès** au service de **l'expérience visiteur** et d'un **tourisme plus vertueux**





Destination d'excellence

Quels bénéfices?

- Un **gage de qualité de service et d'accueil** offert aux clients grâce à un label qui dispose d'une image positive et rassurante;
- Proposer une **expérience client optimale** pour fidéliser ou conquérir la nouvelle clientèle ;
- Mettre en place **l'écoute clientèle** pour assurer le suivi et la satisfaction des visiteurs;
- **Optimiser sa visibilité** en ligne et sa communication;
- Être engagé dans une démarche de qualité, d'amélioration continue, de progression et de structuration interne valorisante et motivante pour son équipe > **outil de pilotage sur l'ensemble du parcours client**;
- Rejoindre un réseau de professionnels, se distinguer et faire reconnaître son savoir-faire auprès de ses clients
- **Concourir à l'attractivité de la destination et à sa transition durable**



Destination d'excellence

Et en particulier dans l'agglomération de Saint-Brieuc : la mise en place du label peut aider à répondre à certaines problématiques relevées dans la stratégie de développement touristique 2024-2027 :

- Manque de notoriété/visibilité/lisibilité, Image négative de Saint-Brieuc
- Problématique de la signalétique et de la mobilité
- Manque boucles vélo et randonnée pour les familles
- Forte concentration des flux sur le littoral et disparité en termes d'offres sur le territoire
- Peu de démarches de labellisation, certification environnementale, RSE



Le label peut contribuer à implémenter certains axes identifiés dans la stratégie en renforçant le lien entre les différents acteurs du secteur.

En effet, le label valorise non seulement les pratiques internes à l'établissement mais aussi sa capacité à promouvoir le territoire >>>

LES ENJEUX DE LA STRATÉGIE



AMÉLIORER LA NOTORIÉTÉ,
L'ATTRACTIVITÉ ET L'IMAGE DU
TERRITOIRE



DÉVELOPPER LE TOURISME
4 SAISONS



MODERNISER, RENFORCER
ET VALORISER L'OFFRE
TOURISTIQUE POUR MIEUX
RÉPONDRE AUX ATTENTES DES
CLIENTÈLES



NOUS DIFFÉRENCIER EN
DÉVELOPPANT L'IMMERSION
ET EN FAISANT VIVRE UNE
EXPÉRIENCE SPÉCIFIQUE À
NOTRE DESTINATION



OPTIMISER LA GESTION
DES FLUX, NOTAMMENT DU
LITTORAL VERS LE RÉTRO
LITTORAL



IDENTIFIER LES
CONDITIONS FAVORISANT
LA DYNAMIQUE DE PROJETS,
LES INVESTISSEMENTS ET
L'INNOVATION



**Destination d'excellence, un label 360
en vue de territoires plus attractifs et
durables >>>**

UNE STRATÉGIE EN 4 AXES ET 14 ACTIONS

AXE 1 : ANIMER LES RÉSEAUX PROFESSIONNELS ET ACCOMPAGNER LES ACTEURS DU TERRITOIRE

- 1 Renforcer les coopérations avec les partenaires de l'Agglomération et de l'Office de Tourisme favorisant le développement touristique et la reconnaissance de notre destination à l'échelle (extra) régionale.
- 2 Accompagner les professionnels du tourisme dans leur développement et la professionnalisation de leurs équipes.
- 3 Mettre en synergie les services de l'Agglomération qui peuvent recourir au développement touristique.
- 4 Assurer une veille sur les tendances et l'évolution de la filière touristique.

AXE 2 : VERS UN TOURISME DURABLE POUR NOTRE DESTINATION

- 1 Faire de l'Office de Tourisme, un acteur du tourisme durable.
- 2 Accompagner les professionnels et visiteurs à la pratique d'un tourisme durable.
- 3 Agir pour une meilleure répartition des flux touristiques dans l'espace.

AXE 3 : DÉVELOPPER UNE OFFRE PERFORMANTE ET INNOVANTE À PARTIR DES MARQUEURS DE NOTRE AGGLOMÉRATION

- 1 Mettre en récit le territoire grâce à des circuits thématiques (scénarisation de l'existant, gamification, circuits immersifs...).
- 2 Promouvoir la gastronomie et les produits locaux.
- 3 Renforcer le lien entre sport nature et tourisme.

AXE 4 : RENFORCER LA NOTORIÉTÉ , LA COMMUNICATION ET LA COMMERCIALISATION DE LA DESTINATION

- 1 Redéfinir la stratégie marketing de la Baie de Saint-Brieuc.
- 2 Renforcer la notoriété de la Baie de Saint-Brieuc.
- 3 Développer le Tourisme d'Affaires et de Groupes.
- 4 Conforter le rôle du Bureau des Congrès.



Destination d'excellence

Modalités

- Être en conformité avec la réglementation de sa filière professionnelle (engagement sur l'honneur);
- Être classé si le classement réglementaire existe sur l'activité (Hôtels, Campings, Résidences de tourisme, Villages Vacances);
- Mettre en place une écoute client obligatoire (traitement des réclamations, questionnaire de satisfaction, analyse de l'e-réputation, réponse aux avis...);
- Être audité sur la base de référentiels nationaux (entre 250 et 600 critères d'évaluation) par un cabinet externe et indépendant à une fréquence régulière : 5 ans pour les professionnels accompagnés);
- Atteindre un niveau de performance élevé lors de cet audit réalisé en client mystère (score minimal de 85%).

Filières touristiques accompagnées : Activité sportive et de loisir, Agence de locations saisonnières, Café/bar/brasserie, Caveau/Point de vente, Chambre d'hôtes, Hôtellerie, Hôtellerie de plein air, Hôtellerie-restauration, Lieu de visite, Résidence de tourisme, Restauration, Séminaire, Village vacances et VTC/Limousine



Destination d'excellence

Modalités

- Chaque filière à son référentiel Existence de critères communs pour toutes les filières
- Critères rattrapables et non rattrapables
- Des critères obligatoires sur l'écoute client et l'accessibilité
- Type d'évaluation : Oui / Non / Non mesuré
- Très satisfaisant / Satisfaisant / Insatisfaisant / Très insatisfaisant / Non mesuré
- Label valable 5 ans, audité en visite mystère avec débriefing



Destination d'excellence

Modalités

- Sensibilisation et accompagnement : **Louison Montier - Chargée de mission tourisme - Qualité**
Tél. : 33 (0)7 64 81 50 06, Courriel : qualite@tourismebretagne.com
- Plus d'informations :
 - Webinaire le 28 novembre à 14h : [Destination d'excellence, un label 360°](#)
 - <https://pro.tourismebretagne.bzh/actu/la-fin-du-label-qualite-tourisme-evolution-vers-destination-dexcellence/>
 - <https://www.atout-france.fr/fr/destination-dexcellence>
- Le témoignage d'un professionnel en [vidéo](#)

Analyse de l'impact de la marque Qualité Tourisme™ (remplacée depuis septembre 2024 par le label Destination d'excellence)



Un impact très positif sur l'expérience

Analyse du Guest Experience Index (GEI) – Indice composite

32

Hébergements (score GEI / 100)

Echantillon Test
(Qualité Tourisme™)

83,2



Echantillon Contrôle

77,8



+ 5,4
points

Lieux de visite (score GEI / 100)

Echantillon Test
(Qualité Tourisme™)

84,5



Echantillon Contrôle

81,1



+ 3,4
points



Analyse de l'impact de la marque Qualité Tourisme™ (remplacée depuis septembre 2024 par le label Destination d'excellence)

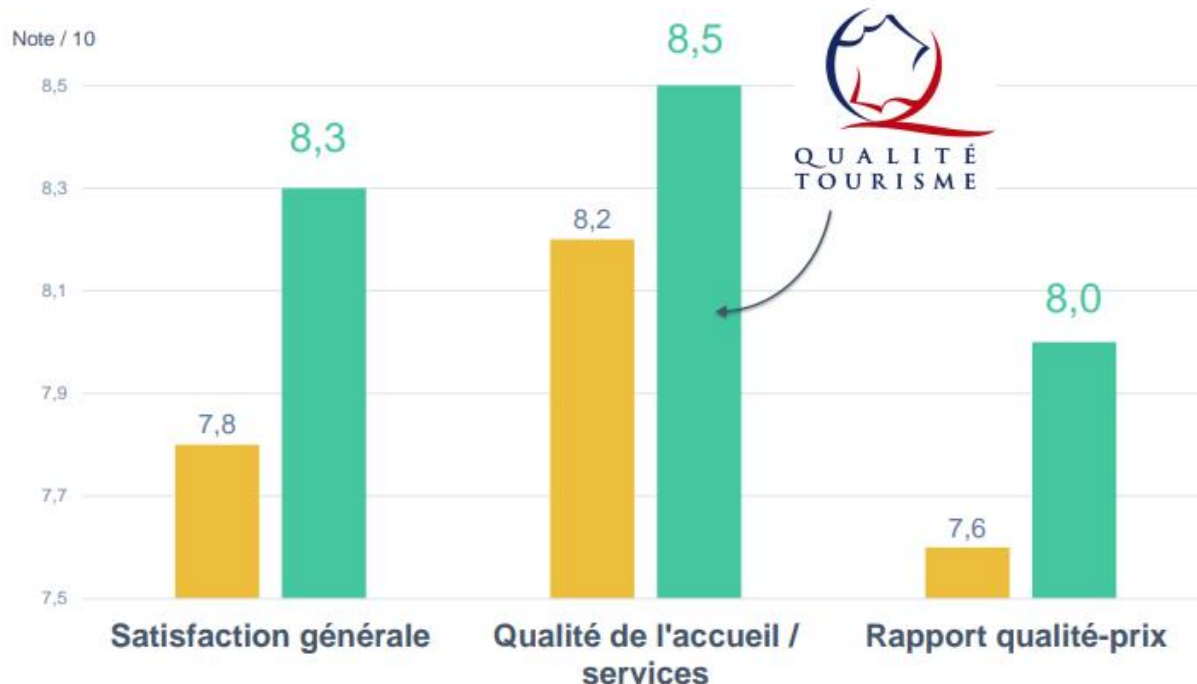


Impact positif sur les hébergements

Zoom sur les hébergements Qualité Tourisme™



Une expérience significativement meilleure dans les hébergements porteurs de la marque Qualité Tourisme™, qu'il s'agisse de la satisfaction générale, de la qualité de l'accueil et de service mais également en matière de rapport qualité-prix.



+78%

41,3% des établissements Qualité Tourisme™ bénéficient d'avis très favorables (Indice GEI > 85) contre 23,1% en moyenne.

X 3

Le risque d'une mauvaise expérience (Indice GEI < 75) est multiplié par 3 parmi les non porteurs de la marque Qualité Tourisme™.



Destination d'excellence

Le réseau breton

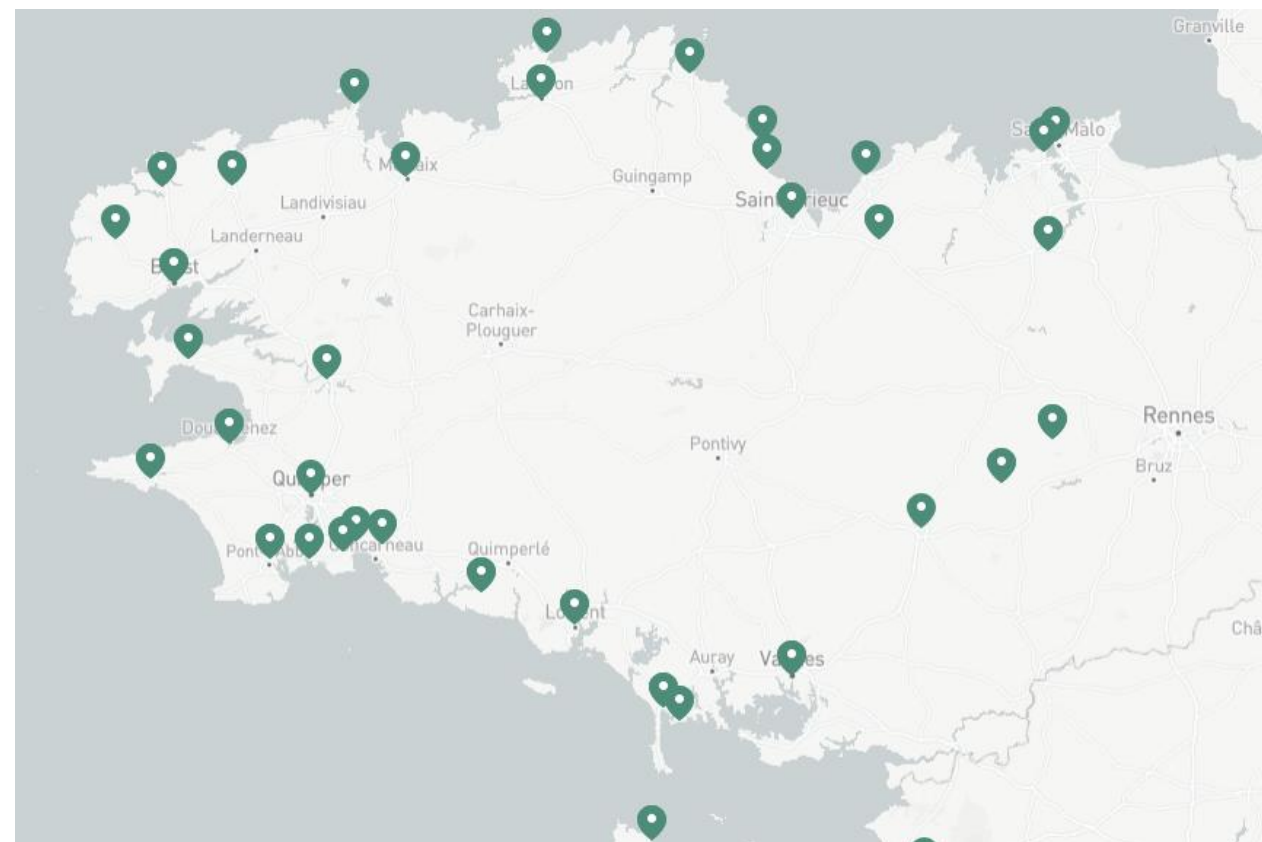
Quelques chiffres...

En France:

- Plus de **5500** établissements marqués Qualité Tourisme™ en France (environ 2000 hébergements, 1000 hôtels-restaurants, 1000 restaurants, 900 lieux de visite)
- **600** Offices de Tourisme titulaires de la marque (hors BIT secondaires) en France

En Bretagne:

- Environ **200** établissements marqués
- **32** offices de tourisme et **4** en démarche d'adhésion
- Moyenne nationale de la filière (QT août 2024) 92,71%
- Moyenne régionale de la filière (QT août 2024) 93,96%





CONTACT

Karen PAILLAT

Responsable qualité
Fédération des Offices de Tourisme de
Bretagne

Tél. 06 31 81 25 97

karen@otb.bzh

1C-1D Avenue de Belle Fontaine
35510 Cesson-Sévigné

www.otb.bzh



OTB

Fédération
des Offices
de Tourisme
de Bretagne