



CLD DE L'ÉRABLE  
Octobre 2010

## Table des matières

---

Introduction à la charte de qualité .....	3
Les raisons motivant l'exercice .....	3
Les objectifs .....	4
Les clientèles visées .....	4
Les catégories d'intervention.....	5
Les critères de la charte de qualité touristique de la MRC de l'Érable au Centre-du-Québec.....	6
Conclusion .....	10
Ressources .....	11

# Introduction à la charte de qualité

---

Le thème de la qualité dans le tourisme est au cœur des préoccupations et des activités du Comité stratégique tourisme du CLD de l'Érable. La présente ébauche ne fournit qu'un cadre général pour l'élaboration d'une « charte de qualité » qui devra de toute évidence être adaptée aux besoins des entreprises désireuses d'améliorer la qualité de leurs services.

Une telle charte ne peut être définie et mise en œuvre qu'au niveau local tout en respectant les règlements qui régissent ce secteur d'activité. À cet égard, la Charte de qualité touristique n'est pas un substitut au Programme Qualité de Tourisme Québec qui a préséance mais plutôt un outil qui se veut complémentaire. L'efficacité d'une démarche **de qualité étant conditionnée par l'adhésion des principaux intéressés, entreprises et attraits touristiques présents sur le territoire qui demeurent les premiers acteurs de la qualité. Cette orientation qualité débute par une entente annuelle signée entre le CLD de l'Érable (Tourisme Érable) et l'entreprise.** Toutefois, après trois plaintes écrites provenant de la clientèle touristique dans la même année, le CLD de l'Érable se voit dans l'obligation de faire un suivi auprès de l'entreprise concernée. De là, une vérification sur la pertinence de l'adhésion de l'entreprise sera évaluée pour la prochaine année afin d'être partenaire du volet touristique du CLD de l'Érable et de bénéficier ainsi des services de promotion et de distribution.

## Les raisons motivant l'exercice

---

La qualité est le premier facteur déterminant pour le développement d'une activité touristique créatrice de valeur ajoutée dans l'économie locale. Sur le marché très compétitif du tourisme, le premier objectif d'un territoire est de **garantir au visiteur un haut niveau de satisfaction dans l'ensemble des services qui concourent à son séjour et un haut niveau de qualité dans la mise en valeur des ressources touristiques.**

Les territoires engagés dans cette démarche de qualité sont solidaires face à cet enjeu. Ils visent à être identifiés comme **un ensemble de destinations d'excellence.** A ce titre, ils se donnent **un cadre d'orientation commun** leur permettant d'harmoniser la mise en place opérationnelle de plans locaux de qualité touristique. Ils s'engagent à faciliter leur mise en œuvre en prévoyant des projets et des moyens d'assistances techniques et de formation, facilitant l'adhésion à l'ensemble des opérateurs touristiques aux objectifs de qualité et les mettant en situation de les atteindre. Ce n'est que dans la mesure où cet objectif de qualité sera pris en compte que la mise en place d'un réseau de coopération dans le secteur du tourisme sera possible et efficace. **A partir de l'application de la Charte de qualité, l'effet « boule de neige » entraînera probablement une généralisation du niveau de la qualité des services offerts par ses participants.** Tous travailleront sur un même pied d'égalité et tenteront d'atteindre le même degré de qualité.

L'efficacité de la mise en place de la charte de qualité de notre produit touristique sera gagnante grâce à la collaboration de toutes les entreprises touristiques. Celles-ci doivent toutefois y voir l'avantage d'une telle politique, car le but de cet exercice n'est pas de réduire le nombre d'entreprises touristiques en région, mais bien de rehausser la qualité de ces dernières.

# Les objectifs

---

La charte de qualité touristique vise à :

- garantir le niveau de qualité de l'ensemble des entreprises touristiques de la région auprès de la clientèle.
- répondre aux attentes de la clientèle en plaçant le client au cœur des préoccupations des entreprises agrotouristiques.
- développer un esprit touristique commun axé sur l'excellence de la qualité.
- accroître la compétitivité de l'industrie touristique de la région sur la scène provinciale, nationale et internationale avec l'offre d'une destination de qualité.
- intéresser les intervenants touristiques à hausser le niveau de qualité de leur entreprise.
- doter les entreprises touristiques actuelles et futures d'une charte de qualité adaptée aux caractéristiques particulières de la région.

## Les clientèles visées

---

Cette charte de qualité s'adresse aux différentes entreprises touristiques de la MRC de l'Érable correspondant à une des catégories suivantes :

### Attrait touristique/Arts et Culture :

Cette catégorie regroupe les entreprises qui exploitent des musées, des galeries d'art, des centres d'interprétation, des ateliers d'artisans, des antiquaires, des théâtres d'été, des salles de spectacles, des sites historiques, patrimoniaux, religieux, des jardins horticoles, des spas, des centres de santé, etc...

### Agrotourisme et produits régionaux :

Cette catégorie regroupe des entreprises offrant des activités touristiques complémentaires à l'agriculture, qui effectuent la transformation ou la préparation alimentaire. Les visites offertes sur les lieux de l'exploitation agricole permettent de découvrir le milieu agricole, la production et/ou la transformation par l'accueil et l'information transmise, tout en permettant la vente de produits.

### Activités de plein air et de loisir :

Cette catégorie regroupe des infrastructures pour la pratique libre d'activités telle que le vélo, la randonnée pédestre, le ski alpin, la planche à neige, la glissade, le ski de fond, le golf, la chasse, la pêche, le kayak, l'ornithologie, l'équitation, les promenades en carriole, la baignade, la motoneige et le quad en sentiers, etc.

### Écotourisme et tourisme d'aventure :

Cette catégorie regroupe des entreprises offrant la pratique encadrée d'activités physiques en plein air ou dans un milieu naturel particulier qui comporte un niveau de risque variant selon l'environnement telle que le parachutisme, l'escalade, etc.

### Hébergement :

Cette catégorie regroupe des entreprises offrant des services d'hébergement tels les hôtels, les motels, les auberges, les gîtes touristiques, les résidences de tourisme, les terrains de camping, la location de chalets, les établissements d'enseignement, les pourvoiries, les camps et les camps de vacances.

**Festivals et événements :**

Cette catégorie regroupe des entreprises offrant une série d'activités sous la forme d'un festival, de rencontres sportives, culturelles ou populaires, etc., ou s'adressant notamment à des visiteurs de l'extérieur.

**Transport :**

Cette catégorie regroupe des entreprises offrant un service de transport pour les visiteurs telles les compagnies d'autocar, de taxis, d'aviation, etc.

## Les catégories d'intervention

---

**Obligations légales**

Le CLD de l'Érable (Tourisme Érable) veut s'assurer que les entreprises qu'il représente remplissent leurs obligations légales, telles que les lois, les règlements, les permis et les assurances adéquates pour exploiter leur entreprise.

**Sécurité et environnement**

Le CLD de l'Érable (Tourisme Érable) veut promouvoir des entreprises qui veillent à la sécurité des clients et des visiteurs, de leurs biens, ainsi que des ressources humaines, des ressources naturelles, culturelles et patrimoniales.

**Gestion de la clientèle**

Les infrastructures touristiques devront être bien adaptées aux différentes clientèles pour faire partie des futures publications du CLD de l'Érable (Tourisme Érable).

**Accueil et information**

Les entreprises promues par le CLD de l'Érable (Tourisme Érable) sauront accueillir leur clientèle d'une façon professionnelle, avec compétence et devront s'assurer de transmettre des renseignements clairs, précis, complets, objectifs et véridiques à leurs visiteurs.

**Affiliation et partenariat**

Le CLD de l'Érable souhaite que les entreprises touristiques adhèrent à une organisation professionnelle dans son secteur d'activité en plus de travailler en partenariat avec le CLD de l'Érable de même qu'avec les autres entreprises touristiques afin de créer une dynamique touristique solide.

# Les critères de la charte de qualité touristique de la MRC de l'Érable au Centre-du-Québec

---

Chacune des catégories est sous-divisée en deux critères, soit les critères incontournables et les suggestions.

◇ : Ce sigle signifie que ce critère est une INCONTOURNABLE pour l'intervenant agrotouristique et elle devra être respectée.

☺ : Ce sigle signifie que ce critère est une SUGGESTION et peut être mise en place en tout temps pour accroître le niveau de qualité de l'offre agrotouristique.



Attention particulière à la clientèle de groupe

## Obbligations légales



◇ Respecter l'ensemble des lois et règlements applicables au niveau fédéral, provincial et municipal.



◇ Posséder tous les permis d'exploitation nécessaires au fonctionnement de l'établissement touristique.



◇ Afficher les permis en permanence dans un endroit à la vue du public.



◇ Posséder une assurance en responsabilité-civile d'un minimum de 1 million de dollars.

◇ Détenir l'autorisation de la Commission de la protection du territoire agricole du Québec (CPTAQ) (s'informer auprès de la municipalité) pour les producteurs agricoles exploitant le volet « agrotouristique » sous forme de visites, d'animation, d'interprétation, de restauration, d'hébergement ou toute autre activité à caractère touristique.

## Sécurité et environnement



◇ Maintenir à la disposition de la clientèle, des équipements propres et appropriés répondant aux normes de sécurité et d'hygiène en vigueur et en parfaite condition d'usage.









◇ Avoir à sa disposition ou à proximité, un téléphone ou un appareil de communication ainsi que les coordonnées des services d'urgence.















◇ Détenir sur les lieux de l'entreprise, une trousse de premiers soins accessible et adéquate en tout temps.







◇ S'assurer d'avoir une personne-ressource en tout temps possédant un cours de secourisme en règle.













-  ◇ Veiller en tout temps à la sécurité des visiteurs en limitant ou contrôlant l'accès aux bâtiments, aux équipements, à la machinerie dangereuse ou aux animaux d'élevage et domestiques comprenant les chiens.
-  ◇ Présenter un environnement extérieur accueillant, entretenu et propre.
-  ◇ Fournir les articles de protection pour les visiteurs, si la visite des lieux l'exige.
-  ◇ Tenir éclairée toutes les entrées ou sorties lors de vos heures d'ouverture en soirée, sauf si l'établissement n'est pas alimenté par un réseau public d'électricité.
-  ◇ Ranger hors de l'atteinte des visiteurs, tout produit toxique susceptible de causer du tort à la clientèle.
-  ☺ Encourager la conservation des ressources naturelles. Mettre en place des pratiques écoresponsables concernant l'eau et l'environnement. Utiliser des produits biodégradables et de l'énergie renouvelable.




### ***Gestion de la clientèle***

-  ◇ Avoir un horaire d'ouverture bien établi. Il doit être affiché et respecté.
-  ◇ Mettre en évidence les prix et les services offerts. Ils doivent être conformes à ceux présentés dans les outils promotionnels de l'entreprise.
-  ◇ Les prix et les services offerts doivent être conformes à ceux présentés dans les outils promotionnels de l'entreprise.
-  ◇ Disposer d'une aire d'accueil bien identifiée sur le terrain de l'entreprise, afin qu'elle soit accessible aux visiteurs dès leur arrivée.
-  ◇ Rendre disponible un stationnement à la clientèle. Ses aires de stationnement doivent être bien aménagées et entretenues. Un autocar peut faire un demi-tour aisément à proximité du lieu de visite.
-  ◇ Posséder une ligne téléphonique avec une personne responsable et en dehors des heures d'ouverture, que le client ait accès à une boîte vocale ou un répondeur.
-  ◇ Disposer d'outils de transmission de documents (ex. : télécopieur et/ou courriel).
-  ◇ Rendre disponible à la clientèle, un lavabo et un cabinet de toilette. Ces derniers doivent être bien entretenus afin d'assurer une bonne salubrité.
-  ◇ Répondre avec vigilance aux demandes (commentaires positifs et négatifs, gestion des plaintes) des clients
-  ◇ Pour les exploitants offrant la vente de produits :
  - Avoir sur les lieux, un kiosque, une boutique ou un espace intérieur réservé à la vente des produits. Cet espace doit être sécuritaire et conforme aux lois en vigueur.
-  ☺ Établir une politique de réservation et d'annulation, incluant un registre, un mode de paiement et une facturation.
-  ☺ Avoir un livre de registre à l'accueil pour tenir des statistiques sur l'achalandage et la provenance de la clientèle;





-  ☺ Installer sur les lieux, des tables, des poubelles, des bacs de récupération, des bacs pour le compost, des chaises et des cendriers à la disposition des visiteurs.
-  ☺ Pour les attraits extérieurs, installer un abri adéquat pour accueillir les visiteurs en cas de mauvais temps. Cet abri peut abriter le même nombre de visiteurs que la capacité maximale d'accueil de l'entreprise.
-  ☺ Offrir la possibilité de déguster les produits qui sont mis en vente chez l'entreprise selon les normes de salubrité.
-  ☺ Mettre à la disposition des visiteurs une formule d'évaluation anonyme (commentaires/suggestions) qui servira de mécanisme d'analyse.

### **Accueil et information**

-  ◇ Maîtriser la langue française parlée et écrite (qui se reflète dans l'accueil, l'animation et l'affichage).
-  ◇ Avoir au moins un (1) outil de communication disponible pour la clientèle (ex : carte d'affaires, site Web, dépliant, etc.).
-  ◇ Faire figurer le nom et les coordonnées complètes de l'entreprise sur l'ensemble de la papeterie et/ou outil promotionnel. Également, pour les entreprises accréditées par Tourisme Québec, Qualité Tourisme, Canada Select ou autre, indiquer la classification sur vos outils promotionnels.
-  ◇ Posséder une enseigne identifiant l'entreprise. L'enseigne doit être située sur l'avant du terrain de l'entreprise ou sur la façade.
-  ◇ Accueillir la clientèle avec professionnalisme, compétence et courtoisie. Démontrer souci et considération envers la clientèle ayant des contraintes ou des besoins particuliers (ex. : déplacement en fauteuil roulant ou en poussette).
-  ◇ Transmettre aux visiteurs des informations claires, précises, complètes et authentiques.
-  ◇ Disposer d'un nombre d'employés suffisant et ayant les connaissances et les aptitudes à communiquer, afin de bien accueillir le groupe dans le temps alloué et d'offrir une visite professionnelle (ex. : 1 personne responsable pour un nombre de personnes maximum selon la capacité d'accueil des lieux).
-  ◇ S'abstenir de manger, boire, fumer et mâcher de la gomme en présence des visiteurs, si vous êtes la personne responsable de l'accueil et/ou l'animateur ou l'animatrice.
-  ☺ Afficher les allergènes qui sont possibles d'être rencontrés sur les lieux (ex. : aliments contenant des arachides).
-  ☺ Avoir un plan de visite structuré sur les différentes étapes qui seront présentées lors de la visite guidée de votre entreprise.
-  ☺ Offrir la visite en anglais si on souhaite accueillir de la clientèle non francophone.
-  ☺ Présenter une vitrine sur Internet, en ayant son propre site Internet ou avoir une représentation à partir d'un autre site partenaire, mis à jour régulièrement. Faire des liens avec ce site, l'ATR et le site de l'Offices de tourisme de la région (Tourisme Érable).

-  ☺ Encourager la formation des ressources humaines et le développement de leurs expertises technique et technologique.
-  ☺ Posséder un présentoir afin de disposer les dépliant promotionnels des autres attraits touristiques du territoire, ceux publiés par les Offices de tourisme et l'ATR.
-  ☺ Installer une signalisation routière le long des routes principales pour faciliter l'accès à votre entreprise. Cette signalisation doit absolument être conforme à toute législation et réglementation gouvernementale et/ou municipale.

### ***Affiliation et partenariat***

-  ☺ L'entreprise est considérée comme partenaire de Tourisme Érable dans la mesure où elle adhère à un des niveaux du Plan partenaire touristique Or, Argent ou Bronze
-  ☺ L'entreprise doit être membres d'une organisation professionnelle (Association touristique régionale (ATR) du Centre-du-Québec, Conseil de développement du camping (Camping Québec), Société des Fêtes et Attractions touristiques du Québec, etc, de son secteur d'activité.
-  ☺ L'entreprise utilise le matériel promotionnel produit par l'ATR Centre-du-Québec et de Tourisme Érable.
-  ☺ L'entreprise travaille de concert avec les diverses entreprises touristiques du milieu afin de développer un véritable réseau d'hôtes touristiques.

## Conclusion :

---

Grâce à cette initiative, nous espérons voir les entreprises touristiques hausser la qualité de leurs prestations.

La Charte de qualité proposée par le CLD de l'Érable se veut avant tout un guide de référence permettant aux entreprises touristiques actuelles et futures, d'assurer une qualité constante dans l'offre touristique régionale.

### **Mon engagement envers la Charte de qualité touristique du CLD de l'Érable**

Je, \_\_\_\_\_, de l'entreprise \_\_\_\_\_

comprends les objectifs visés par l'implantation d'une charte de qualité et je suis convaincu qu'en atteignant le niveau de qualité de cette charte, mon entreprise en sortira grandit et les clients seront très bien servis. C'est pourquoi, je m'engage à atteindre et à maintenir ces niveaux de qualité, pour le bien de mon entreprise et de l'ensemble des entreprises formant l'offre touristique régional mais surtout dans un souci de bien répondre à la clientèle touristique.

\_\_\_\_\_  
signature

\_\_\_\_\_  
date

**Pour toute question concernant cette charte de qualité.  
Renseignez-vous au CLD de l'Érable  
auprès de Renaud Binette, agent de développement touristique  
au 819 362-2333, poste 230 ou [rbinette@cld-erable.gc.ca](mailto:rbinette@cld-erable.gc.ca)**

#### Sources :

Charte de qualité touristique, Carrefour tourisme, culture et loisir, MRC Bécancour  
Charte de qualité touristique des Bois-Francs, Tourisme Bois-Francs, MRC d'Arthabaska  
Charte de qualité agrotourisme Centre-du-Québec, MAPAQ, Direction régionale du CdQ

# ANNEXE

---

## **RESSOURCES**

### **CLD DE L'ÉRABLE (TOURISME ÉRABLE)**

1783, Saint-Édouard, bur. 200  
Plessisville (Québec) G6L 3S7

☎ : 819 362-2333

Télec.: 819 362-8022

Sans frais: 1-800-360-2989

[information@tourisme-erable.qc.ca](mailto:information@tourisme-erable.qc.ca)

### **BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE DE PLESSISVILLE**

Opération saisonnière de 24 juin au 1<sup>er</sup> septembre

CARREFOUR DE L'ÉRABLE 1280 rue Trudelle

Plessisville (Québec) G6L 3K4

☎ : 819 362-9292

### **TOURISME CENTRE-DU-QUÉBEC**

20, boulevard Carignan Ouest

Princeville (Québec) G6L 4M4

☎ : 819 364-7177 poste 300

Télec. : 819 364-2120

Sans frais : 1 888-816-4007

Web : [www.tourismecentreduquebec.com](http://www.tourismecentreduquebec.com)

### **MAPAQ – DIRECTION RÉGIONALE DU CENTRE-DU-QUÉBEC**

460, boulevard Louis-Fréchette, 2e étage

Nicolet (Québec) J3T 1Y2

☎ : 819 293-8501

Télec. : 819 293-8446

Web : [www.mapaq.gouv.qc.ca/centreduquebec](http://www.mapaq.gouv.qc.ca/centreduquebec)

### **CORPORATION DE DÉVELOPPEMENT AGROALIMENTAIRE DU CENTRE-DU-QUÉBEC**

303-1, rue Éloi-de-Grandmont

Nicolet (Québec) J3T 2A4

☎ : 819 293-5836

Télec. : 819 293-5323

Web : [www.cdafcq.qc.ca](http://www.cdafcq.qc.ca)

Notes :