



LA FILIERE DES OFFICES DE TOURISME

❖ PARTIE I : SYNTHÈSE DES
ÉVOLUTIONS ENTRE LES
REFERENTIELS « QUALITE
TOURISME » (v. 04/22 = VISITE
MYSTERE ET AUDIT COMPLET)
ET LE REFERENTIEL
« DESTINATION D'EXCELLENCE »
(v.27/03/2025 = VISITE MYSTERE)

❖ PARTIE II : CALENDRIER DE
TRANSITION VERS
DESTINATION D'EXCELLENCE

-
Version du 27 mars 2025



PARTIE I - SYNTHÈSE DES ÉVOLUTIONS ENTRE LES RÉFÉRENTIELS « QUALITÉ TOURISME » (V. 04/22 = VISITE MYSTÈRE ET AUDIT COMPLET) ET LE RÉFÉRENTIEL « DESTINATION D'EXCELLENCE » (v.27/03/2025 = VISITE MYSTÈRE)

1. Points clés à retenir dans le cadre du nouveau référentiel OT Destination d'Excellence
2. Présentation générale du référentiel
3. Nouveaux critères
4. Critères supprimés
5. Critères modifiés ou précisés
6. Chapitres réorganisés

Préambule : Cette synthèse complète un référentiel plus complet sous Excel détaillant chaque critère, et présentant des éléments d'appréciation.

1. POINTS CLÉS À RETENIR DANS LE CADRE DU NOUVEAU RÉFÉRENTIEL DES OFFICES DE TOURISME DESTINATION D'EXCELLENCE

- ❖ **Le label Destination d'Excellence est évalué sur la base d'une visite mystère sur un cycle de 5 ans (et non plus sur la base d'une visite mystère + un audit « complet »). Il y a donc un seul référentiel.**
- ❖ **Cette visite mystère porte désormais sur 2 piliers complémentaires = Pilier Qualité et Pilier écoresponsable.**
- ❖ **Afin de favoriser la transversalité de la démarche, et conforter le rôle de l'OT comme animateur de la démarche Qualité et RSE à l'échelle de la destination :**
 - **Des critères ou chapitres (Organisation d'événement, commercialisation et GQD) ont été supprimés du pilier Qualité afin de s'adapter à la méthodologie d'audit en visite mystère.**
Mais la mise en œuvre demeure de l'ensemble des critères supprimés demeure toujours recommandée en interne.
L'outil « excel interne » développé pour notre réseau permet de visualiser et intégrer ces critères.
 - **14 « anciens » critères de l'audit complet essentiels ont été conservés dans le référentiel Destination d'Excellence et seront audités lors de la partie « en dévoilé, à découvert » (Ex : Stratégies, Disposition pour assurer la qualité des services, engagements envers la collectivité, formation et communication interne)**
- ❖ **Comme précédemment certains critères ne sont audités, que sur le seul BIT principal (celui accueillant le plus de visiteurs).**
- ❖ **Le référentiel de chaque filière comprend à l'initiative de la DGE et d'Atout France un certain nombre de critères communs à toutes les filières (= *tronc commun*). Les Offices de Tourisme conservent dans les 2 piliers des critères spécifiques.**

Un pilier « Qualité »



Une actualisation du volet « Qualité » sur la base de votre retour d'expérience

Multi-filières :

Des critères modifiés ou supprimés (ex : état et propreté)

Pour les OT :

De nouveaux critères « Qualité »

Des critères modifiés ou supprimés

Des critères deviennent « bonus »

Des chapitres réorganisés



Et intégration de nouveaux chapitres

L'accessibilité : des critères **obligatoires** (comme pour certains critères « écoute client » comme précédemment) et des critères bonus

La gestion des flux



Un objectif de 85% de taux de conformité sur ce pilier « Qualité » (= tous les critères sont « rattrapables » dans le mois suivant la visite mystère)

10

Un pilier « Eco Responsable »

Un « tronc commun » d'engagements pour l'ensemble des filières

+ des critères RSE spécifiques à chaque filière



= *Applicables que l'établissement soit ou non propriétaire du bâti et soumis à une politique d'achat public*

Des infobulles assez longues se voulant « pédagogiques » (pas systématiquement adaptées aux autres filières que l'hôtellerie)

Tous les critères éco responsables sont « rattrapables » et ils comportent des coefficients de 1 à 9

Les modes d'évaluation : à préciser pour certaines (ex : attestations du DG , ou « nombre ou points par actions » issus de l'outil de diagnostic à partir duquel la DGE a rédigé les projets de référentiels)

Pour les OT : Des critères applicables sur le **BIT principal**, et pour certains sur les **BIT secondaires** (certains pouvant être non applicables sur les BIT mobiles ou saisonniers)

Une intégration progressive de ce pilier : **Objectif de 60% de taux de conformité** lors du 1^{er} audit intégrant les critères, puis 80% au cycle suivant.



Les taux de conformité « Qualité » (= 85%) et « Eco-Responsable » (60%) ne se compensent pas

Possible équivalence de ce pilier avec des labels reconnus (Ex : Ecolabel européen ou Clef Verte pour l'hôtellerie). **Demande en cours auprès d'Atout France pour Green Destination**

11

12 Thématiques

ACCES ET MOBILITE :

- Réduire l'impact des déplacements

COMMUNICATION ET USAGE DU NUMERIQUE :

- Communication numérique : optimiser les usages et les supports
- Documents imprimés

VOLET SOCIAL ET SOCIETAL

- Respecter l'égalité, faciliter le dialogue et la transmission

SOBRIETE ENERGETIQUE

- Maitriser les gaspillages

CONSOMMATION ET PRODUCTION D'ENERGIE

- Améliorer les systèmes et produire autrement

CONSOMMATION D'EAU

- Diminuer la demande et récupérer la ressource

PRODUITS D'ENTRETIEN

- Utiliser des produits écolabellisés et naturels

REDUCTION, TRI ET VALORISATION DES DECHETS

- Agir et sensibiliser aux bonnes pratiques

TRAVAUX, EQUIPEMENTS, MOBILIERS ET PRESENTOIRS

- Acheter local et durable

PRODUITS ALIMENTAIRES

- Consommer local et réduire le gaspillage local et durable

SERVICES ECOSYSTEMIQUES

- Protéger la faune et la flore

POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE

- Formaliser son projet d'acteur du Tourisme responsable

- **Focus sur le chapitre « Consommation et production d'énergie » : possible « non concerné » sur les BIT mobiles ou saisonniers et une majorité des critères coefficient 1**

- **Pour les bâtiments anciens classés « bâtiments historiques », des exemptions peuvent être appliquées pour les critères de ce pilier éco responsable**



2. PRESENTATION GENERALE DU REFERENTIEL

I PILIER QUALITE

PROMOTION / COMMUNICATION

Stratégie de promotion

Présence numérique

STRATEGIE D'ACCUEIL

Stratégie d'accueil

Accueil téléphonique

Courriel

Les abords de l'établissement et la signalétique

Le parking et les extérieurs privatifs (si existants)

Les affichages extérieurs

L'espace d'accueil

Accueillir et informer

La documentation sur la destination

LES SERVICES COMPLEMENTAIRES DE LA STRUCTURE PRINCIPALE

La boutique

L'ECOUTE CLIENT

Le suivi de l'e-réputation

Le suivi de la satisfaction

Le suivi des réclamations

DISPOSITIONS POUR ASSURER LA QUALITE DES SERVICES

Disposition pour assurer la qualité des services

ENGAGEMENTS INTERNES ENVERS LA COLLECTIVITE ET LES SOCIOPROFESSIONNELS

Engagements internes envers la Collectivité et les socio-professionnels

LES DISPOSITIONS DE MANAGEMENT

Formation du personnel



Communication interne

GESTION DES FLUX

Gestion des flux

PROMOTION LABELS TOURISME

Promotion Labels du tourisme

ACCESSIBILITE

Accessibilité

BIT(S) Secondaire(s) (Le cas échéant)

II PILIER ECO-RESPONSABLE

ACCÈS ET MOBILITÉ

Réduire l'impact des déplacements

COMMUNICATION ET USAGE DU NUMÉRIQUE

Communication numérique : Optimiser les usages et les supports

Documents imprimés

VOLET SOCIAL ET SOCIÉTAL

Respecter l'égalité, faciliter le dialogue et la transmission

SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE

Maîtriser les gaspillages

CONSOMMATION ET PRODUCTION D'ENERGIE

Améliorer les systèmes et produire autrement

CONSOMMATION D'EAU

Diminuer la demande et récupérer la ressource

PRODUITS D'ENTRETIEN

Utiliser des produits écolabellisés et naturels

RÉDUCTION, TRI ET VALORISATION DES DÉCHETS

Agir et sensibiliser aux bonnes pratiques

TRAVAUX, ÉQUIPEMENTS, MOBILIER ET PRÉSENTOIRS

Acheter local et durable

PRODUITS ALIMENTAIRES

Consommer local et réduire le gaspillage

SERVICES ÉCOSYSTÉMIQUES

Protéger la faune et la flore

POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE

Formaliser son projet d'acteur du tourisme responsable

3. NOUVEAUX CRITERES

I PILIER QUALITE

PROMOTION / COMMUNICATION - Présence numérique

7 - L'Office de tourisme est présent sur au moins un réseau social, la page dédiée à l'Office de tourisme est actualisée et animée

STRATEGIE D'ACCUEIL

Accueil téléphonique

14 - Lors de l'appel, le conseiller en séjour 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.

Les affichages extérieurs

43 - BONUS : Les langues parlées au sein de l'OT ou du BIT sont actualisées quotidiennement en considération des langues effectivement parlées par les conseillers présents.



(* il s'agit d'un nouveau critère Bonus, introduit alors que l'infobulle du critère précédent a été modifié
42 - A minima, il est affiché les horaires et les périodes d'ouverture, les langues pratiquées, les numéros d'urgence et un plan de la ville ou du territoire. (Infobulle : ...Les langues parlées au sein de l'OT ou du BIT sont indiquées à minima de façon générique.)

LES SERVICES COMPLEMENTAIRES DE LA STRUCTURE PRINCIPALE

La boutique

72 - BONUS : L'OT dispose d'une boutique

ENGAGEMENTS INTERNES ENVERS LA COLLECTIVITE ET LES SOCIOPROFESSIONNELS

147 - BONUS : L'OT réalise au moins une action annuelle de sensibilisation des prestataires aux missions de l'OT

149 - L'OT définit une stratégie de démarchage pour proposer l'offre de service établie

150 - L'OT mesure annuellement le niveau de service apporté et identifie les actions à mener.

GESTION DES FLUX

ACCESSIBILITE

II PILIER ECO-RESPONSABLE

Ce chapitre comprend des nouveaux critères issus du tronc commun Label Destination d'Excellence multi filières et des critères spécifiques aux Offices de tourisme (anciennement dans la famille ou le chapitre « Développement durable » de l'ancien référentiel Qualité Tourisme).

4. CRITERES SUPPRIMES

A RETENIR : Certains critères et 3 chapitres complets sont supprimés et ne sont plus audités dans la cadre du label Destination d'Excellence afin de s'adapter à la méthodologie d'audit en visite mystère.

La mise en œuvre demeure de l'ensemble des critères supprimés demeure toujours recommandée en interne pour favoriser la transversalité de la démarche, et conforter le rôle de l'OT comme animateur de la démarche qualité et RSE à l'échelle de la destination (GQD). L'outil excel interne au réseau permet de visualiser et intégrer ces « anciens » critères.

- ❖ Organisation d'évènement
- ❖ Commercialisation
- ❖ Groupe Qualité de Destination

Tous les détails des autres suppressions, chapitre par chapitre :

PROMOTION / COMMUNICATION

Stratégie de promotion

6 - L'OT formalise une ligne éditoriale

STRATEGIE D'ACCUEIL

Stratégie d'accueil

Le personnel formalise la mise à jour et l'actualisation de la documentation et de l'information

Accueil téléphonique

12 - La reformulation de la demande par le conseiller est réalisée de manière formelle, claire et précise

(* la reformulation figure désormais dans l'infobulle du critère précédent comme une des méthodes pouvant être employée dans le cadre du ciblage de la demande).

21 - Le personnel d'accueil assure le même niveau de service au téléphone qu'en face à face.



(Ce critère demeure recommandé, il a cependant été supprimé lors de l'audit, le résultat pouvant être apprécié lors de l'évaluation de l'accueil téléphonique).

L'ancien Critère 31 (Logo QT dans signature lors d'une réponse) reporté

Les abords de l'établissement et la signalétique

39 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont harmonieuses.

Accueillir et informer

61 - La reformulation de la demande par le conseiller en séjour est réalisée de manière formelle, claire et précise.

(* la reformulation figure désormais dans l'infobulle du critère précédent comme une des méthodes pouvant être employée dans le cadre du ciblage de la demande).

63 - Le personnel d'accueil enregistre les informations de dernière minute concernant les activités touristiques du territoire (fermeture pour travaux, changement d'heures d'ouverture, annulation de manifestation...) et en informe les visiteurs.

(* Ce critère a été intégré dans l'infobulle du critère n° 10 relatif à la stratégie d'accueil « Le conseiller en séjour doit fournir une information actualisée et qualifiée sur sa destination. »)

74 - L'OT fournit l'information spécifique relative aux services et structures adaptés à la clientèle en situation de handicap

(* Critère non repris dans le chapitre Accessibilité mais il demeure fortement recommandé).

LES SERVICES COMPLEMENTAIRES DE LA STRUCTURE PRINCIPALE

La boutique

93 - Les modalités de vente sont définies (identification du besoin, conseil, réalisation de la vente)

94 - L'OT dispose d'un outil de gestion de stocks (tableau, seuil d'alerte, inventaire annuel a minima)

95 - Une analyse globale des ventes est effectuée au minimum une fois par an

Chapitre : Organisation d'évènement

Chapitre : Commercialisation

DEVELOPPEMENT DURABLE

Les critères de ce chapitre ont été repris en tout ou partie dans le second pilier « EcoResponsable ».

DISPOSITIONS POUR ASSURER LA QUALITE DES SERVICES

154 - L'ensemble des documents est indexé et archivé entre deux audits. L'équipe assure la mise à jour des outils du système documentaire.

177 - L'OT 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 oeuvre (cahier, boîte à idées, réunions, etc.).

184 - Le personnel (stagiaires et bénévoles compris) est informé de la démarche qualité (*critère repris dans l'infobulle sur le livret d'accueil)

186 - Un bilan annuel de l'écoute client est présenté au personnel (*critère repris dans l'infobulle sur la réunion annuelle qualité)

188 - Le plan d'action est établi lors du pré-audit ou de l'audit précédent (visite mystère ET audit complet), il est pris en compte et mis en oeuvre.

153 - La structure documentaire de l'OT est formalisée et permet la transmission et la continuité du service (fiches procédures, processus, site web, etc)



Chapitre Groupe(s) Qualité de Destination

ENGAGEMENTS INTERNES ET ENVERS LA COLLECTIVITE

160 - L'OT doit être associé à la réflexion et à la mise en oeuvre du schéma de développement touristique local si existant

162 - La direction présente la politique stratégique et qualité de l'OT au personnel et aux partenaires

166 - La forme juridique, les moyens attachés et les missions confiées à l'OT sont formalisés dans un ou plusieurs documents cadres. Ces documents sont validés par la collectivité de rattachement

178- L'établissement a une connaissance fine de ses clientèles

164 - L'OT met en place des indicateurs d'activité (Exemples : Visites, téléphone, e-mails, courrier, type nature et origine des demandes, état des ventes, fréquentation du site web...)

165 - L'OT établit un bilan annuel de ses actions pour l'ensemble de ses services (financier, qualitatif et quantitatif), qu'il transmet à sa collectivité, à son personnel et aux prestataires

151 - Les avantages et services proposés aux partenaires sont clairement identifiés ainsi que leurs tarifs (Pour les OT associatifs : services distincts de l'adhésion)

LES DISPOSITIONS DE MANAGEMENT

Gestion des ressources humaines

167 - Il existe des fiches de poste en conformité avec la Convention Collective où sont mentionnées les responsabilités du personnel dans la démarche qualité

168 - Il existe un organigramme à jour (* ce critère n'est plus audité dans le cadre de la labellisation mais sera examiné lors de la candidature auprès d'ADN Tourisme).

169 - L'OT dispose d'un règlement intérieur

170 - La direction définit les modalités de recrutement de son personnel (permanent, vacataire, stagiaire...)

Formation du personnel

172 - La direction met en place des entretiens annuels d'évaluation avec objectifs individuels et des entretiens professionnels

173 - L'ensemble du personnel bénéficie d'au moins 3 jours de formation par an : formation externe, formation interne, éductours, de visites de prestataires, journées techniques, séminaires...

174 - L'OT met en place un enregistrement annuel individuel des formations réalisées

Note : ce chapitre « gestion des RH » et certains critères du chapitre « Formation » ne sont plus audités dans le cadre de la labellisation Destination d'Excellence.

Ces dispositions demeurent cependant pertinentes et recommandées, voire pour certaines obligatoires (ex : règlement intérieur au-delà de 50 salarié.es, entretiens professionnels – consulter la plateforme juridique d'ADN Tourisme)

Communication interne

176 - Réunion périodique d'information du personnel et/ou création d'un outil adapté (au moins une fois par mois)

180 - La présentation et le bilan de la saison sont réalisés auprès du personnel

5. CRITERES MODIFIES ET PRECISES

Dans un objectif d'harmonisation, le terme « conseiller en séjour » est employé dans l'ensemble du référentiel.



Un certain nombre de critères ou d'infobulles ont été reformulés pour plus de clarté, ils sont indiqués en gras dans l'outil interne sous format excel.

Par ex, STRATEGIE D'ACCUEIL

11 - La demande du client est explorée pour permettre une bonne prise en charge. Appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination devient 15 - Lors de l'appel, le conseiller en séjour questionne le client pour explorer sa demande et permettre une bonne prise en charge et appréhender les centres d'intérêt pour lesquels le visiteur est venu dans la destination.

13 - Après avoir répondu précisément à la question posée, le conseiller élargit son conseil pour mieux vendre son territoire et susciter l'acte d'achat, au regard de la demande exprimée devient « 16 - Lors de l'appel, après avoir répondu à la demande, le conseiller en séjour élargit son conseil pour mieux vendre son territoire, au regard de la demande exprimée

26 - L'envoi d'informations correspond précisément à la demande du client et 29 - Lors d'une demande d'information en français, la réponse écrite est personnalisée et adaptée.

Devient 28 - Lors d'une demande d'information, la réponse correspond précisément à la demande du client et 29 - Lors d'une demande d'information en français, la réponse écrite est personnalisée.

35 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres. Et 36 - Les abords privatifs de l'établissement sont en bon état.

Fusionnent et deviennent 35 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres et en bon état.

37 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont propres. Et 38 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont en bon état.

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

40 - Les extérieurs privatifs et l'entrée sont dotés de poubelles et de cendriers, vidés régulièrement. Modification infobulle « La présence d'une poubelle et d'un cendrier à proximité de l'entrée de l'OT et des BIT est recommandée. Jusqu'à 5 mètres de l'entrée. Possible Non concerné pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Pénaliser si absence d'action. Possible Non concerné si : - l'OT justifie sur le territoire d'une stratégie favorisant le tri des déchets et la protection de l'environnement grâce à la suppression des poubelles - ou zone non fumeur - ou OT implanté dans une zone classée

73 - A la fin de la prestation, le personnel s'assure d'avoir répondu à la demande du client de manière satisfaisante et l'incite à remplir l'outil de recueil de satisfaction.

Devient 65 - A la fin de l'échange, le conseiller en séjour s'assure d'avoir répondu à la demande du client de manière satisfaisante. Et 66 - A la fin de l'échange, le client est invité à exprimer sa satisfaction. Et 67 - Le départ du visiteur s'accompagne d'une prise de congé chaleureuse, aimable et souriante avec remerciements

78 - Le personnel doit fournir une information actualisée, qualifiée et complète sur sa destination dans l'intérêt du client.

Devient n°10 (intégré à la stratégie d'accueil) Le conseiller en séjour doit fournir une information actualisée et qualifiée sur sa destination. (* suppression adjectif « complète »)

La boutique

89 - Le personnel (au moins 1 permanent) est formé à l'aménagement de ces vitrines ainsi qu'à l'approvisionnement et aux relations avec les fournisseurs.

Devient n°82 Infobulle Une personne permanente de l'OT et pas nécessairement par BIT a bénéficié d'une formation agréée dédiée.



90 - L'OT disposant d'un site internet présente l'espace boutique

Devient 83 - L'OT disposant d'une boutique, la présente sur le site internet de l'office.

Commercialisation

112 - L'OT définit ses partenariats : il formalise son cahier des charges

Devient 104 - L'OT formalise un document afin de définir ses partenariats et les modalités de sélection et d'évaluation sont portées à la connaissance des prestataires (ex : cahier des charges, charte..)

114 - L'OT met en place un système d'écoute client à disposition des visiteurs et de ses partenaires

Devient 106 - Dans le cadre de la commercialisation, l'OT met en place un système d'écoute client à disposition des visiteurs. Et 107 - Dans le cadre de la commercialisation, l'OT met en place un système d'écoute client à disposition de ses partenaires.

L'ECOUTE CLIENT

Le suivi de l'e-réputation

120 - L'OT prend connaissance des avis des consommateurs sur au moins 2 sites.

Devient 112 - L'OT prend connaissance des avis des visiteurs sur au moins 2 sites.

121 - L'OT a revendiqué la fiche de son OT sur au moins 2 sites d'avis en ligne

Devient 113 - L'OT a revendiqué la fiche de sa destination sur au moins 2 sites d'avis en ligne

122 - L'OT exerce son droit de réponse aux avis de consommateurs

Devient 114 - L'OT exerce son droit de réponse aux avis en ligne.

PROMOTION QUALITE TOURISME

Devient PROMOTION LABELS TOURISME

DISPOSITIONS POUR ASSURER LA QUALITE DES SERVICES

Groupe(s) Qualité de Destination

Tous les critères du chapitre GQD deviennent Bonus.

Ce GQD demeure cependant recommandé, afin d'animer la démarche de progrès à l'échelle de la destination, et d'améliorer l'écoute client.

ENGAGEMENTS INTERNES ET ENVERS LA COLLECTIVITE

Devient ENGAGEMENTS INTERNES ENVERS LA COLLECTIVITE ET LES SOCIOPROFESSIONNELS

DISPOSITIONS DE MANAGEMENT

Formation du personnel

175- L'OT formalise l'intégration du personnel non permanent ou nouvel entrant (vacataire, stagiaire, personnel débutant...)

Devient 154 - L'OT formalise l'intégration de tout personnel nouvel entrant (permanent, vacataire, stagiaire, personnel débutant...)

Communication interne

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

Devient 157 - La présentation et le bilan de la saison sont réalisés auprès du personnel



6. CHAPITRES REORGANISES

Des critères des Chapitres DISPOSITIONS POUR ASSURER LA QUALITE DES SERVICES, ENGAGEMENTS INTERNES ET ENVERS LA COLLECTIVITE, LES DISPOSITIONS DE MANAGEMENT sont transférés d'un chapitre à l'autre pour une meilleure cohérence (cf référentiel sous Excel).



PARTIE II - CALENDRIER DE TRANSITION VERS DESTINATION D'EXCELLENCE

Pour connaître, la période de sa prochaine visite mystère Destination d'Excellence, il faut tenir compte à la fois de :

- La date de sa dernière visite mystère et de la décision de la commission Qualité Tourisme associée à cette visite (cf site Atout France/ Label DEx/Procédure et « prorogation du label »)
- Et du fait que la Marque Qualité Tourisme prendra fin au 31 décembre 2026 (> Perte de la labellisation)

Selon la date de la dernière visite mystère Qualité Tourisme, il peut être opportun de réaliser sa visite mystère Destination d'Excellence sur le pilier « Eco-responsable » seul, ou réaliser ou privilégier une visite mystère sur les 2 piliers.

Dernière visite client mystère	Date visite en client mystère « Bascule » et obtention du Label Destination d'Excellence	Date de la visite en client mystère Destination d'Excellence suivante
2020	Au plus tard en 2025 (= cycle de 5 ans) : Visite mystère pilier Qualité et pilier Eco-responsable (Ex : 06/20 décision QT > VM DEx avant 06/25 échéance de QT pour l'OT)	2030
2021	Au plus tard en 2026 (=cycle de 5 ans) : Visite mystère pilier Qualité <u>et</u> pilier Eco-responsable (Ex : 06/21 décision QT > VM DEx avant 06/26 échéance de QT pour l'OT)	2031
2022	Au plus tard en décembre 2026 (= Extinction QT au 31/12/26) : 1^{ère} possibilité : Visite mystère du seul pilier Eco-responsable en 2025 ou 2026	2027 : Nouvelle visite mystère pilier Qualité <u>et</u> pilier Eco-responsable (Ex : 06/22 décision QT > VM DE avant 06/27) puis prochaine VM en 2032
	2^{ème} possibilité : Visite mystère pilier Qualité <u>et</u> pilier Eco-responsable en 2025 ou 2026 (par anticipation de l'échéance à 5 ans qui aurait dû avoir lieu en 2027)	2030 ou 2031 (selon date du précédent renouvellement) : Visite mystère pilier Qualité <u>et</u> pilier Eco-responsable
2023	Au plus tard en décembre 2026 (= Extinction QT au 31/12/26) : 1^{ère} possibilité : Visite mystère du seul pilier Eco-responsable en 2025 ou 2026	2028 : Nouvelle visite mystère pilier Qualité <u>et</u> pilier Eco-responsable (Ex : 06/23 décision QT > VM DE avant 06/28) puis prochaine VM en 2033
	2^{ème} possibilité : Visite mystère pilier Qualité <u>et</u> pilier Eco-responsable en 2025 ou 2026 (par anticipation de l'échéance à 5 ans qui aurait dû avoir lieu en 2028)	2030 ou 2031 (selon date du précédent renouvellement) : Visite mystère pilier Qualité <u>et</u> pilier Eco-responsable
Janvier à août 2024	Au plus tard décembre 2026 (=Extinction QT au 31/12/26) : 1^{ère} possibilité : Visite mystère du seul pilier Eco-responsable en 2025 ou 2026	2029 : Nouvelle visite mystère pilier Qualité <u>et</u> pilier Eco-responsable (Ex : 06/24 décision QT > VM DE avant 06/29) puis prochaine VM en 2034
	2^{ème} possibilité : Visite mystère pilier Qualité <u>et</u> pilier Eco-responsable en 2025 ou 2026 (par anticipation de l'échéance à 5 ans qui aurait dû avoir lieu en 2029)	2030 ou 2031 (selon date du précédent renouvellement) : Visite mystère pilier Qualité <u>et</u> pilier Eco-responsable

