

l'encoche

revue d'information
de la commune de Montana



Décembre 1999 - N° 3

Qualité dans le tourisme

Qualité dans le tourisme

A ce jour, plus d'une centaine d'entreprises valaisannes ont obtenu le label « *Qualité dans le tourisme* ». La qualité ne devrait-elle pas être une évidence pour les prestataires de service du tourisme valaisan ? N'est-ce pas illogique de mettre en valeur les entreprises par des labels « *Qualité* » ?

Pour répondre à ces questions, il faut s'accorder sur la signification du mot « *Qualité* ». Le plus souvent, il est associé aux caractéristiques techniques du produit ou du service. Cette définition traditionnelle est trop étroite. En effet, un produit peut avoir les caractéristiques énoncées sans pour autant répondre aux attentes de la clientèle. ISO¹ définit la qualité comme « *l'ensemble des caractéristiques d'une entité, qui lui confère l'aptitude à satisfaire des besoins exprimés et implicites* ». Les **besoins de nos hôtes!** c'est bien là le cœur du problème. Comment les identifier, les satisfaire et enfin évaluer la satisfaction de notre clientèle ?



Yvan Aymon
Responsable marketing à
Valais-Tourisme

Dans l'économie touristique mondiale, tout évolue extrêmement vite. Au cours de cette dernière décennie, le nombre des acteurs se partageant le gâteau du tourisme a fortement augmenté. Les prestations fournies par nos nouveaux concurrents sont souvent, pour une qualité comparable, meilleur marché que les nôtres et de surcroît, plus « exotiques ». Les règles du jeu sont mises sens dessus dessous. De plus, nous avons passé de l'ère industrielle à l'ère de la communication. Aujourd'hui, le client a la possibilité de choisir parmi toute une série de produits comparables à l'échelle mondiale. Il est devenu plus exigeant et examine de près le rapport prix/performance. Ainsi, une optimisation permanente des prestations des entreprises est devenue une condition *sine qua non*. Ce sont les acheteurs qui font la loi sur le marché, et cette situation nous plonge dans une concurrence acharnée, où la seule beauté de nos paysages ne suffit plus. On a tôt fait de se trouver éliminé de la compétition si l'on est incapable de lire les signes du temps, d'adapter notre

¹ ISO = International Standard of Organization.



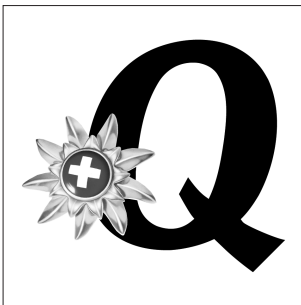
Qualité dans le tourisme

(suite)

comportement au nouvel environnement, de satisfaire les attentes explicites ou implicites de nos clients. Pour rester dans le peloton de tête, parmi les meilleurs, il faut apprendre à maîtriser la qualité. Nous sommes contraints à produire un effort permanent pour améliorer nos prestations. Nous n'avons aucune autre alternative.

Et pourtant, le stress dans lequel nous vivons aujourd'hui nous pousse à agir à court terme, à résoudre des problèmes urgents, à être constamment confrontés à des impondérables. Nous n'avons plus le temps de prendre le temps. Sommes-nous bien sur la bonne voie ? Comment remédier à ce syndrome collectif de la hâte ? La mise en place d'un processus d'amélioration continue n'est souvent pas prioritaire. Pourtant ne serait-ce pas là un point essentiel pour assurer la pérennité de nos entreprises ?

Pour obtenir un succès durable, il est nécessaire de disposer d'un système qui permette de déceler les besoins de nos clients, d'optimiser nos processus, d'assurer la satisfaction du personnel et le respect de l'environnement.



Label de qualité délivré par la
Fédération Suisse du Tourisme

Les organisations faïtières du tourisme suisse ont choisi de développer un concept de management de la qualité adapté à la structure du tourisme dans notre pays. Le label « *Qualité* » dans le tourisme comprend trois niveaux de qualité qui amènent au TQM (Total Quality Management), objectif final de ce concept. Il est parfaitement utilisable par toutes les sociétés de notre branche, du restaurant familial à la grande entreprise employant plusieurs centaines de personnes. Au niveau 1 sont élaborées les bases pour le développement de la qualité dans le service. Le niveau 2 est axé sur la qualité de la gestion qui garantit celle du service. Enfin, les entreprises touristiques qui désirent poursuivre leur développement peuvent briguer le Système du Total Quality Management. Malgré la simplicité des instruments qui sont proposés (cf. page suivante), un effort important est néanmoins déjà nécessaire au niveau 1. A la clé, des résultats probants au sein de l'entreprise.

Est-ce cet engagement qui retient les entreprises touristiques de Crans-Montana ? L'intérêt pour le label



Qualité dans le tourisme

(fin)

qualité sur le Haut-Plateau n'est pas très marqué. Chacun des prestataires du tourisme peut pourtant tirer profit de la mise sur pied du programme « *Qualité* ». Le « *label qualité pour le tourisme suisse* » lui offre des instruments immédiatement utilisables, de véritables recettes en matière de management de la qualité. Il serait regrettable que Crans-Montana, l'un des plus beaux fleurons du tourisme valaisan, ne profite pas de ce concept pour s'assurer une qualité de prestations digne de son rang. Pour ma part, je suis persuadé que notre région saura se profiler en leader suisse sur le plan de la qualité, comme elle a su le faire dans d'autres domaines.

Yvan Aymon

Pas à pas vers le label de qualité de niveau 1

Quoi	Comment	Renseignement
Former un responsable qualité dans votre entreprise	Formation: Quality-Coach Durée: 2 jours Prix: 450.– Où: 4 à 5 cours organisés chaque année en Valais	Valais Tourisme - Sion Christine Gigandet 027/327.35.70 christine.gigandet@valaistourism.ch
Evaluer la qualité du service dans votre entreprise	Transfert du contenu du cours dans l'entreprise	
Etre disposé à améliorer constamment la qualité	Etablir un plan d'action annuel	
Envoyer les documents à l'office de contrôle		Fédération Suisse du Tourisme Bern 031/307.47.47 quality@swisstourfed.ch
Corrections éventuelles	Avec l'aide de l'office de contrôle	
Préavis de la commission cantonale de qualité	Sur conseil de l'office du tourisme local	
Obtention du label « <i>Qualité dans le tourisme</i> » niveau I	Validité: 3 ans Coût: de fr. 250.– à fr. 700.– selon votre chiffre d'affaires	