



Cahier d'idées Filière « Motos »
Tous hébergements
Edition 2013



Méthode d'utilisation du cahier d'idées : Les « idées » de la grille de contrôle et du cahier d'idées sont présentées en 2 catégories : les idées ou critères **obligatoires** et les **optionnels** selon leur importance pour la satisfaction des clientèles spécialisées dans l'activité à qualifier. Obligatoires : ceux qui font que le client est mécontent s'il ne les trouve pas et ne reviendra pas. Optionnels : le degré de satisfaction et donc de fidélisation augmente proportionnellement au taux de critères mis en place.

1 - Spécificités du lieu d'implantation : des sites exceptionnels !

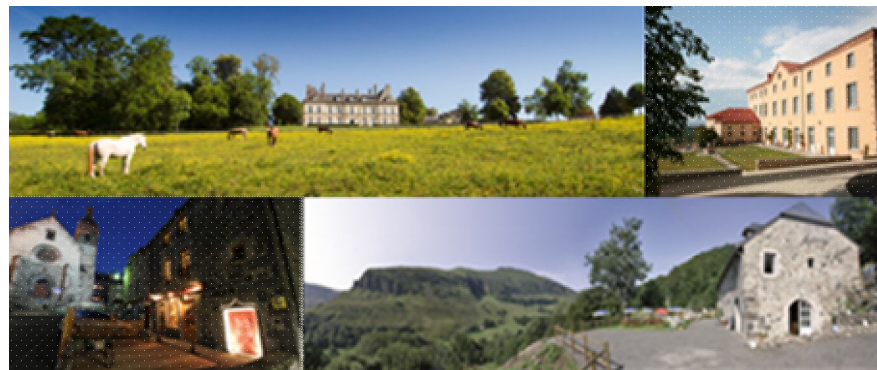
Villages de caractère, parcs naturels, sites emblématiques... nos paysages, notre bâti, constituent nos richesses les plus précieuses. Aussi, les établissements doivent s'inscrire de préférence dans les sites d'Auvergne les plus remarquables. A l'écart de toute forme de pollution visuelle, olfactive ou auditive, en pleine campagne, à flanc de montagne ou niché en ville, dans un quartier historique, chaque hébergement doit offrir la possibilité de découvrir l'Auvergne sous l'une de ses mille et une facettes.

UN ENVIRONNEMENT VALORISANT

Hébergement situé sur ou à proximité (moins de 15 mn à moto) d'un itinéraire répertorié par les road-books spécialisés de la région

L'hébergement ne doit pas se situer à proximité immédiate (limitrophe) d'une autoroute, d'une zone industrielle ou d'un lotissement ou dans l'un ou l'autre.

Lieu sans pollution perceptible et permanente (visuelle, auditive, olfactive). En ville : aucune nuisance sonore à l'intérieur de l'établissement ou dans les parties extérieures (terrasses, jardin d'agrément)



Loin des standards internationaux, il s'agit de privilégier l'authentique ou l'atypique et, dans tous les cas, une architecture respectueuse du site et du patrimoine local. Intérieur chaleureux, ambiance cosy, chambres douillettes, rien n'est laissé au hasard. C'est le souci du détail qui prime. Ensuite, c'est chacun son style ! Du classique au contemporain, en passant par l'original, chaque établissement doit être un nouveau lieu à explorer. Mais tous doivent se rassembler autour des notions de confort, de qualité et d'harmonie, le tout en parfaite adéquation avec le positionnement marketing et économique de l'établissement.

Tous les Etablissements Recevant du Public (ERP à partir de 15 personnes) devront être adaptés ou aménagés pour les personnes en situation de handicaps avant le 01/01/2015. La réglementation sur l'accessibilité est donc à prendre en compte dans les phases de préparation et de réalisation de travaux. Pour les autres, il est conseillé de s'y référer également.

2 – Qualités architecturales, environnementales et décoratives : charme, authenticité et originalité qui peuvent aussi rimer avec innovation !

LES EXTÉRIEURS

Se poser les bonnes questions : Penser Moto !

Donner un sens à son projet d'aménagement des extérieurs : pour qui ? pourquoi ? Pour quel usage ? pour quel intérêt ? (être cohérent)

Aménager ses espaces extérieurs : accès et stationnement en fonction des besoins de la clientèle « Motards »

Accès à un point d'eau extérieur pour le nettoyage des motos avec matériel de nettoyage adapté (chiffons, éponges, produits de nettoyage, ...)

Proposer un parking privatif et stabilisé (surface plane).

Possibilité de stationnement sécurisé et couvert (abris, ...).

Les cheminements pour l'accès au parking sont stabilisés et bien intégrés à l'environnement de l'hébergement.

Un garage fermé (gratuit ou payant) est idéal.

LES ESPACES COMMUNS

Les éléments-clés de l'accueil motard

Un espace vestiaire équipé : séchoir et/ou espace chauffé pour sécher les vêtements, nettoyer chaussures, ...

Local ou lieu (ex. placard) de rangement sécurisé (dépôt de bagages, casques, ...)

L'hébergement dispose d'un local d'entretien équipés (chiffons, éponges, produits de nettoyage, outils, ...)

Eléments d'ambiance

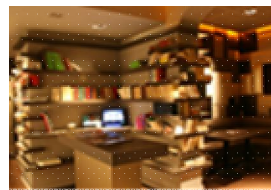
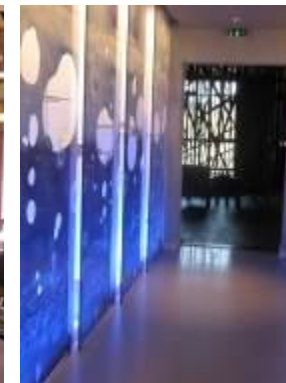
Existence d'un espace cosy pour réunions et soirées (préparation itinéraires du lendemain, débriefings, ...)

S'il existe, espace équipé : vidéoprojecteur, bibliothèque, télé écran plat, ...

Un coin feu sera un « plus » apprécié

Espaces communs bien entretenus et propres

Présence d'une terrasse ou d'un jardin avec mobilier confortable et non publicitaire



LES CHAMBRES

Pour un confort optimum, 100 % des unités d'hébergements sont équipées de sanitaires privatifs complets (y compris les locatifs des campings, sauf hébergements collectifs).

Au moins 1/3 des chambres sont équipées de literie King Size (au moins 160 x 200) et/ou de lits à l'italienne (2x90) (y compris les locatifs en HPA)

Les chambres des gîtes de groupe et d'étape sont équipées de sanitaires privatifs individuels (100% pour valider le critère)

Espaces extérieurs privatifs s'ils existent, bien aménagés : balcon, terrasse, jardin avec mobilier de qualité, non publicitaire.



3 – Management environnemental : « la nature attitude »

La demande des clientèles touristiques, quelles qu'elles soient, favorise aujourd'hui l'émergence d'une gamme d'hébergements touristiques qui répond à la tendance actuelle d'une « nature attitude » où l'on consomme responsable et citoyen tout en prenant le temps de se ressourcer. Qu'il s'agisse des matériaux de construction ou de la gestion des déchets et des énergies, les établissements se doivent aujourd'hui, de porter attention au recyclage des ressources naturelles mais aussi de sensibiliser leur personnel et leurs clients au respect l'environnement.

Gestion des énergies

L'hébergeur sensibilise ses clients aux bonnes pratiques éco-citoyennes : gestion des déchets, de l'eau, respect de l'environnement naturel, ...

Il les informe sur l'organisation du tri des déchets dans sa maison.

L'hébergeur donne à ses clients, un sac poubelle biodégradable pour qu'ils puissent rapporter les déchets de la journée.



4 – L'eau et le bien-être : zen à tous les étages

Grâce aux volcans, aux stations thermales, aux sources d'eau minérale (Volvic, Vichy...), l'Auvergne reste identifiée comme le "château d'eau" de la France. Capital inestimable et très valorisant, il doit impérativement être relayé dans les hébergements sous des formes qui peuvent être très variées. Les prestations et les activités de bien-être non seulement sont de plus en plus recherchées par tous mais sont aussi cohérentes avec une des images les plus fortes de l'Auvergne. S'offrir un séjour « zen » dans un hébergement en Auvergne va bien au-delà d'une simple détente dans un sauna ou un hammam. L'équipement a certes son importance, mais avec ou sans, l'environnement préservé et « nature » de la région favorise le bien-être naturel.



Eau et bien-être

Présence d'un espace aqualudique dimensionné selon le type de l'hébergement et ses clients ou partenariat formalisé avec centre aqua-ludique présent sur le territoire (visible par le client sur les supports de communication avant arrivée)

Présence d'équipements bien-être privatifs : douche hydromassante, baignoire balnéo, luminothérapie (

Prestation massage et/ou modelage et/ou esthétique et/ou sophrologie ... sur place ou en partenariat formalisé avec un prestataire de proximité.

Salle fitness en interne.

5 – Qualité de services : mise en relation avec son territoire.

Le développement durable passe aussi par les choix de produits de saison et de proximité. Aussi, les propriétaires ont tout intérêt à se fournir le plus possible auprès de producteurs locaux. Cette éthique d'intégration dans le tissu économique régional nourrit une véritable démarche qualité et une volonté de développer l'économie locale, en priorité pour les matières premières utilisées aux repas. Elle permet également et surtout de découvrir l'Auvergne Gourmande !

LA RESTAURATION

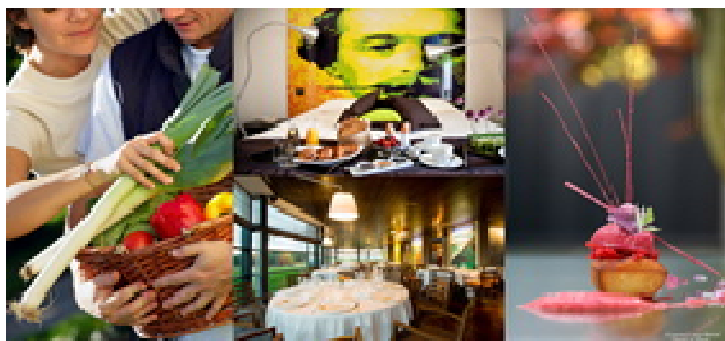
Proposition de restauration sur place ou au minimum, à proximité c'est-à-dire accessible à pied (moins de 10 mn à pied).

Possibilité de se faire préparer des pique-niques terroir et/ou bio (gîtes non concernés).

Large choix de produits frais et/ou maison et/ou artisanaux (de producteurs de proximité) au petit-déjeuner et aux repas (si restauration sur place)

Solution de « casse-croûte » d'appoint salé ou sucré sur demande, privilégiant les produits locaux, régionaux ou maison (charcuterie, fromage, tartes, gâteaux, ...)

Possibilité de petits-déjeuners servis tôt, avant 7H30 (affichage obligatoire dans l'hébergement et sur internet).



LES ACTIVITES ET LES SERVICES

Un soin particulier doit être apporté aux attentes des hôtes qu'ils viennent pour le sport, pour un week-end romantique ou pour un séjour 100% nature... Les informations utiles aux activités motos en priorité, des activités sur mesure peuvent aussi leur être proposées : elles peuvent inciter les motards à prolonger leur séjour de nuits supplémentaires. Et en Auvergne, elles ne manquent pas : randonnée, parapente, ski, rafting, VTT... La nature s'apprécie sous tous les angles, mais toujours en la respectant !

Conseils pour le bon déroulement du séjour : état des routes, conditions météo, liste des stations essence ouvertes 24/24, distributeurs de billets, ...

Mise en relation possible avec des réparateurs ou des vendeurs spécialisés de proximité.

Supports de communication ciblés "filiales" existants sur site internet, supports papier, ...

Information et bonne connaissance sur les activités touristiques et les événements locaux : brochures, flyers, point d'accès internet permanent à disposition des clients, liste des marchés, des fêtes locales, des festivals, ...

Mise à disposition de cartes routières (type Michelin), carte IGN, road-books ... pour étudier les itinéraires

Affichage météo au moins sur 3 jours

Mise à disposition (gratuite ou payante) de produits de dépannage : crèmes solaires, nécessaire couture, toilette (brosse à dents, rasoirs, ...) ...

Mise à disposition de solutions pour laver et séchage rapide du linge (gratuite ou payante) : lave-linge et sèche-linge sur place ou solution externe



6 – Savoir-faire technique et humain : vie d'entreprise, stratégie commerciale et relation client

Savoir se vendre c'est aussi savoir recevoir ! La qualité de l'accueil occupe une place centrale : il se doit d'être sincère et spontané. Le client cristallise toutes les attentions (depuis la préparation de son voyage jusqu'à son départ) et pour lui faciliter le séjour, chaque hébergeur veille à soigner ses supports de communication, former au mieux son personnel ... Le tout dans le cadre d'une stratégie commerciale professionnelle !

POLITIQUE COMMERCIALE, RELATION CLIENTS ET COMMUNICATION

Proposition tarifaire dégressive pour un séjour de 2 nuits et plus

Possibilité de tarifs 1/2P ou soirée-étape (en HR) dès la 1ère nuit

Hébergement accepte le paiement par chèques-vacances

Une personne au moins dans l'établissement parle l'anglais

Hébergement accepte le commissionnement d'intermédiaires pour la commercialisation

Traduction des supports en langue étrangère (anglais minimum)

Appartenance ou engagement dans une démarche Qualité reconnue Qualité Tourisme (si démarche existante)

Si pas de démarche qualité, proposer au minimum un questionnaire de satisfaction-clients

