

Contact :

**Christian Batardière**  
Responsable Qualité ISO

03.23.27.76.73  
[c.batardiere@aisne-tourisme.com](mailto:c.batardiere@aisne-tourisme.com)

**AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET DE  
RESERVATION TOURISTIQUES (ADRT)**

# COMMUNIQUÉ



## ADRT, l'efficacité certifiée !

*L'Agence de Développement et de Réservation Touristiques de l'Aisne décroche la certification internationale ISO 9001.*

**A l'heure où la norme ISO 9001 connaît un regain d'intérêt auprès des entreprises, elles sont 31000 en France, son obtention par l'Agence vient couronner plus de 18 mois de travail autour de la qualité des services et des biens qu'elle délivre.**

Depuis quelques années, l'Agence de Développement et de Réservation Touristiques de l'Aisne améliore continuellement son fonctionnement pour mieux répondre à sa vocation de développement touristique et économique du département. En septembre 2012, elle s'est donc engagée dans une démarche de certification ISO 9001, délivrée le 11 avril 2014 par l'Association Française de Normalisation (AFNOR). Une volonté d'innovation, qui l'a amenée à **réorganiser ses services pour un engagement fort auprès de ses clients**, qu'ils soient professionnels du tourisme ou touristes. Un processus qui l'incite également à mesurer systématiquement les résultats générés.

**afnor**  
CERTIFICATION

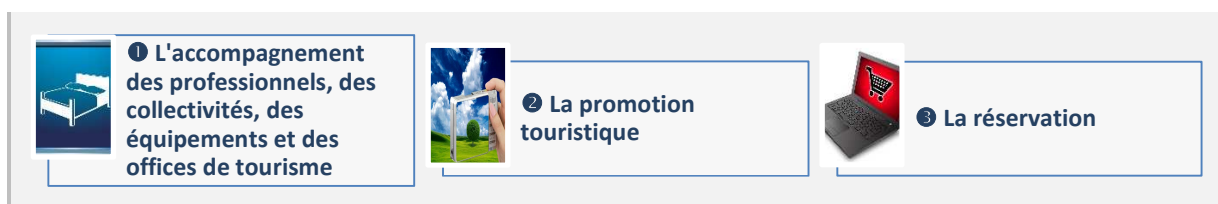
**ISO, socle de confiance pour l'ADRT**

La certification ISO 9001, norme de management internationale la plus utilisée dans le monde, est appliquée par plus d'un million d'entreprises et collectivités à travers 176 pays. Elle spécifie les exigences relatives au système de management de la qualité. [www.afnor.org](http://www.afnor.org)

## Structurer l'action autour d'une ambition collective

Pour renforcer l'impact de ses actions, l'Agence a repensé totalement son fonctionnement, en le fondant sur une nouvelle approche où prime **la logique de parcours client** et **une autre vision du management**. Une démarche globale qui associe toute l'entreprise : une direction engagée et des salariés impliqués qui coordonnent désormais leurs actions dans **trois processus métiers**, redéfinis grâce à ISO :

*(Voir les 3 processus en page suivante)*



Chaque collaborateur, expert dans un métier, a été sollicité pour repenser ses prestations et rebâtir son système d'écoute clients.

## ANNEXE 1 → La parole au directeur et équipier de l'ADRT

### 1 Accompagner plus efficacement les pros et évaluer leur satisfaction

L'ADRT se veut force d'écoute et de conseils au service d'une **clientèle professionnelle**, composée d'hébergeurs, de collectivités, d'offices de tourisme, ou d'investisseurs. Chacun exprime des besoins d'accompagnement variés : partage d'informations sur le secteur touristique, d'informations techniques professionnelles et de connaissances opérationnelles, demande d'accompagnement business en vue d'un développement local et de retombées économiques...

Dans le cadre d'ISO, **l'ADRT a conçu des services** répondant au cas par cas à cette expression de besoin. Elle propose des pré-études techniques, des cahiers des charges, des journées d'informations, des formations, des ateliers, etc... Autant de solutions pratiques pour l'élaboration de son projet, obtenir des conseils et avis, accéder à des financements, acquérir des compétences et outils numériques, faire l'objet d'un accompagnement marketing ou encore bénéficier d'informations juridiques.

**Pour mesurer la pertinence de ses actions**, et toujours selon les exigences de la norme ISO, l'ADRT a mis en place un dispositif continu d'analyse et d'écoute de ses clients : indicateurs de performance, enquêtes téléphoniques et web, questionnaires de satisfaction...



Mené en février 2014, le **baromètre de satisfaction des clients professionnels** construit avec le cabinet Qualitest a permis de collecter, sur l'analyse de 43 services parmi 180 établis, un niveau de satisfaction globale frôlant les 97,5%. En particuliers chez les prestataires de meublés et chambres d'hôtes, dont 95% recommanderaient l'expertise et le savoir-faire de l'Agence.

→ Résultats du baromètre disponibles sur demande au Responsable Qualité.

## ANNEXE 2 → La parole aux professionnels

## ANNEXE 3 → Les chiffres clés en matière d'accompagnement des professionnels

## ② Viser une promotion touristique qui implique toute la chaîne acteurs...l'exemple avec l'opération 'Centenaire' ...

Renforcer l'attractivité touristique du département permet de toucher au plus près la clientèle finale de l'ADRT : les touristes, les excursionnistes et les habitants. Des visiteurs considérés « *comme des amis* » qu'il faut séduire en leur apportant **une information personnalisée**.

Pour promouvoir la destination, l'ADRT déploie une large palette de supports de communication. Dernier exemple en date, la conception d'un dispositif média complet pour le Centenaire 14/18, aboutissement **d'une réflexion collective et d'un travail en réseau**.

Coordonnée par l'Agence, **cette campagne de promotion implique l'ensemble des acteurs** : sites de visite, Offices de Tourisme et intercommunalités. Avec pour objectif commun : proposer une gamme complète de prestations touristiques de découverte des hauts lieux militaires.

Une brochure « L'Aisne au cœur de la Grande Guerre », diffusée à 80 000 exemplaires, est le fruit de ce travail collectif permettant ainsi **de regrouper dans un seul document l'ensemble de l'offre**.

**Une culture du partenariat et du mode projet** qui a pris une dimension plus européenne grâce aux programmes 'Mémoire de la Grande Guerre' et 'Great War' menés avec des partenaires belges et anglais. Une appli 'carnet 14/18' offre aux visiteurs la possibilité d'avoir dans un seul dispositif l'ensemble des sites phares de la ligne de front, depuis Ypres jusqu'au Chemin des Dames. Lancée en novembre 2012, celle-ci a été téléchargée plus de 24000 fois (50% en version étrangère).

### ANNEXE 4 → Les chiffres clés en matière de promotion touristique

## ③ ... et vendre efficacement la destination Aisne

Le travail de structuration, de communication et d'évaluation des actions générées par la mise en place du processus de certification ISO accroît notablement l'efficacité des missions d'accompagnement des professionnels et de promotion touristique qui incombent à l'ADRT. Professionnalisation du secteur d'activité, communication, offres marketing ciblées viennent appuyer la mission finale de l'Agence : la commercialisation pour les groupes et les individuels d'offres et de locations touristiques.

**Une compétitivité et une plus-value pour le territoire directement mesurables** grâce à la centrale de réservations ou encore à la présence de l'ADRT au cœur de l'espace Aisne du Center Parcs.

### ANNEXE 5 → Les chiffres clés en matière de réservations

#### Contacts presse : interview, reportages, photos

**Christian Batardière**, Directeur adjoint, Responsable Qualité - 03.23.27.76.73 [c.batardiere@aisne-tourisme.com](mailto:c.batardiere@aisne-tourisme.com)  
**Christelle Clément**, Responsable Presse - 03.23.27.76.77 [c.clement@aisne-tourisme.com](mailto:c.clement@aisne-tourisme.com)

# Les annexes



## ADRT, l'efficacité certifiée !

*L'Agence de Développement et de Réservation Touristiques de l'Aisne décroche la certification ISO 9001.*

### ANNEXE 1 → La parole au directeur et équipier de l'ADRT



**Stéphane Rouziou, directeur de l'ADRT :** « Être certifié ISO, c'est envoyer des signes forts à nos clients : ceux d'une structure pro-active, qui sait s'affranchir des logiques pyramidales pour concevoir une approche par services clients. Aujourd'hui, des interactions se créent entre chacun de nos pôles métiers. ISO optimise notre efficacité et nous incite à rester en éveil, impliqués dans une démarche de progrès continue. »

### Christelle Poëtte, responsable du pôle Internet et Accompagnement web :

« ISO a amené l'équipe à restructurer totalement le processus d'accompagnement numérique des prestataires de tourisme. De simples modules de formation à l'unité, nous raisonnons désormais en parcours d'accompagnement complets : de la construction d'un site jusqu'à l'analyse de son audience. L'aboutissement de cette réflexion se concrétise par une demande récente d'agrément en tant qu'organisme de formation. »



### ANNEXE 2 → La parole aux prestataires



**Audrey et Philippe Bertholus Deram, propriétaires du complexe gîte et chambres d'hôtes 'La Cressonnière' à Noyant-et-Aconin.** «Lorsque nous nous sommes lancés dans ce projet de reconversion professionnelle, nous avons besoin d'un regard d'expert quant à sa viabilité et au potentiel touristique du territoire. Le service Ingénierie et développement de l'ADRT nous a immédiatement aiguillé sur les formations adéquates (création de site Internet, gestion de la réglementation et de la

**ADRT (AISNE TOURISME) DECROCHE LA CERTIFICATION ISO 9001**

fiscalité...). Il suit notre dossier de manière très personnalisée. Nous bénéficions également du travail en réseau de l'ADRT et du CRT Picardie. Notre présence sur le site [www.weekend-esprit-de-picardie.com](http://www.weekend-esprit-de-picardie.com) nous assure quasiment une réservation par semaine. »

### **ANNEXE 3 → Les chiffres clés en matière d'accompagnement des professionnels**

#### **En 2013... 180 prestations de services livrées aux professionnels...**

\* Pour développer les meublés de tourisme et chambres d'hôtes :

→ 7 réunions de porteurs de projets meublés et chambres d'hôtes (47 projets)

→ 17 visites de faisabilité et pré-études

28 classements en meublés de tourisme

\* 8 projets d'hôtellerie-restauration et d'hôtellerie de plein air accompagnés

\* 30 missions d'accompagnement auprès des collectivités

\* 50 prestataires accompagnés dans leur stratégie web marketing

\* 35 prestataires accompagnés dans le 'marketage' de leurs offres week-ends

### **ANNEXE 4 → Les chiffres clés en matière de promotion touristique (2013)**

\* 17 684 demandes d'informations touristiques traitées (Espace Center Parcs compris)

\* 165 000 brochures diffusées dont 75 000 guides « Trésors et Merveilles ».

\* 34 568 topo-fiches ou traces GPX téléchargées sur [www.randonner.fr](http://www.randonner.fr)

\* Audioguides numériques : 60 232 bandes-annonces visionnées et 135 215 pistes audios téléchargées.

\* 32 800 interactions sur nos réseaux sociaux (J'Aime l'Aisne & Randonnées)

### **ANNEXE 5 → Les chiffres clés en matière de réservations & ventes (2013)**

\* 1,1 M€, c'est le chiffre d'affaires de la centrale

\* 2146 contrats locatifs gérés dont 738 contrats web

→ Taux d'occupation des gîtes en centrale : 54% (France : 36%)

→ Poids de la clientèle étrangère en gîtes : 40,9% (France : 18%)

\* 139 contrats groupes (excursions à la journée et séjours)