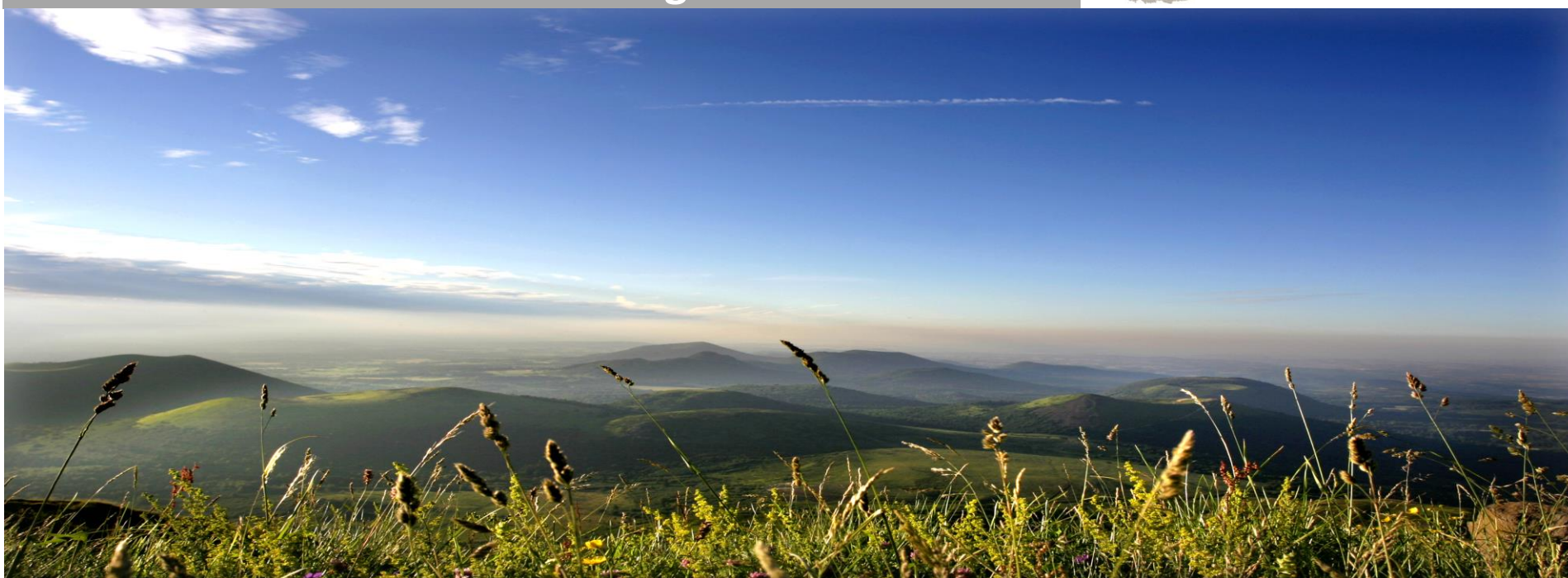




Cahier d'idées des hébergements « Nattitude »
Cahier tous hébergements, hors
HPA et Hébergements Insolites



Le cahier d'idées « Nattitude » est basé, pour chaque hébergement, sur les valeurs qui représentent son territoire et sur les aspirations de ses clients.

Les objectifs pour les hébergeurs :

- **La recherche de l'excellence** dans son établissement : même si 100% des hébergements ne peuvent pas respecter la totalité des valeurs de ce cahier d'idées, tendre vers l'excellence est une évidence pour le client.
- **Construire, améliorer ou conforter son image et celle de son territoire** : l'hébergement est le contact quasi incontournable d'un touriste avec une destination. Dans des territoires sans image touristique lisible, c'est l'hébergement qui se doit de devenir la destination !
- Une **réponse marketing** particulièrement adaptée aux attentes des clientèles qui choisissent votre territoire pour leurs séjours touristiques,
- Une **efficacité commerciale optimisée** pour l'établissement et le territoire,
- **L'appartenance à un réseau** qui cultive le même état d'esprit et qui partage les mêmes valeurs.

Ce cahier d'idées est construit autour de **7 valeurs d'excellence**, au cœur des attentes des clientèles touristiques d'aujourd'hui qui recherchent un « vécu » au-delà de l'image, une **expérience** plus qu'une activité. Il représente **l'idéal** vers lequel chaque hébergement touristique se doit de tendre pour cultiver sa différence et pour répondre au plus près, aux aspirations de ses clients :

1. qualité et esthétique du paysage, du bâti, des intérieurs, ...
2. Une identité forte et reconnaissable : matériaux, architecture, produits du terroir, un accueil et une maison traduisant la personnalité de l'exploitant, ...
3. Une localisation dans un espace naturel préservé et valorisant : pas de déception pour celui qui arrive, l'image correspond à la réalité et inversement.
4. Un respect environnemental dans tous les aspects du bâti, de l'aménagement paysager et du fonctionnement.
5. Le bien-être « dans tous ses états » : rivières, lacs, eaux minérales, eaux thermales, équipements ou activités bien-être, ... ou tout simplement, un lieu et une vue « à couper le souffle » !
6. Une promesse d'expériences et de partages : des activités et des vécus en lien avec le territoire et ses habitants, avec la personnalité des exploitants,
7. Des entreprises performantes en termes commercial pour faciliter le parcours-client et en termes de gestion pour garantir leur pérennité.

Grâce à cet outil, évolutif par définition, chacun peut orienter ses choix d'investissements, de fonctionnement et de positionnement, en s'inspirant de près de 300 idées qui matérialisent l'**esprit « Nature Attitude »** pour le client. Chacun peut donc les utiliser ou en inventer de nouvelles, plus personnalisées et mieux adaptées à son établissement, à son propre vécu, à sa clientèle, à son territoire, ...

Traduire un « vécu » c'est devenir « unique » aux yeux des consommateurs !

Le cahier d'idées se distingue d'un cahier des charges par le fait que toutes les propositions sont des idées et non des obligations, que le cadre reste de ce fait souple pour plutôt privilégier les objectifs de la démarche plutôt que les moyens d'y arriver, l'état d'esprit plutôt que les contraintes matérielles, et surtout, pour **éviter une offre standardisée et impersonnelle**.



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

Villages de caractère, parcs naturels, sites emblématiques, cœur historique des villes, ... le paysage, le bâti local, font partie des richesses les plus précieuses de chaque territoire. Aussi, **les établissements « Nattitude » sont idéalement situés dans les sites les plus remarquables** mais surtout à l'écart de toute forme de pollution visuelle, olfactive ou auditive, en pleine campagne, à flanc de montagne, nichés en ville dans un quartier historique, ou ... Chaque hébergement offre la possibilité de découvrir son territoire de proximité sous l'une de ses mille et une facettes.

Privilégier un environnement valorisant (à l'exclusion des zones industrielles, artisanales ou commerciales, de la proximité immédiate des grands axes de circulation et des lotissements)

Prioritairement en pleine nature, dans un cadre de qualité, avec un panorama attrayant, un environnement naturel préservé.

En ville : quartier historique attractif ou propriété urbaine dégageant une atmosphère à part et qui fait oublier son environnement de proximité peut-être moins attrayant.

Dans un village typique, de caractère (ex. : Plus Beaux Villages de France) ou ...

Lieu sans pollution perceptible et permanente (visuelle, auditive, olfactive).

En ville : aucune nuisance sonore permanente à l'intérieur et à l'extérieur de l'établissement et pas de nuisances olfactives et visuelles dans les parties extérieures, terrasses, jardin d'agrément, ...

Sites arborés quand ils existent : protéger l'existant et valoriser les essences endogènes.

Les « plus » susceptibles d'impacter le choix des clientèles :

- La proximité (30 min) d'un pôle d'activités touristiques reconnu (station, parc d'attraction, ...)
- La proximité (30 min) de sites d'intérêt culturel et historique reconnus
- La proximité (30 min) de sites naturels attractifs
- La présence de l'eau sous sa forme naturelle, sur le site ou à proximité immédiate (mitoyen à la propriété) : rivière, étang, lac, ruisseau, ...
- La proximité des infrastructures de transport : 1h aéroport, 30 minutes gare SNCF, 30 minutes autoroute

Accès facilité par un fléchage visible, efficace et respectueux des règles de signalétique du territoire. Un plan d'accès, les coordonnées GPS, ou autre info utile sont mis à disposition sur les différents supports de communication ...



2 – Qualités architecturales, environnementales et décoratives : charme, authenticité, design, ...

Loin des standards nationaux et internationaux, **l'authenticité, l'atypique, le design et, dans tous les cas, une architecture respectueuse du site et du patrimoine local sont privilégiés.** Intérieurs chaleureux, ambiances 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 se doit d'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 de l'établissement.**

Tous les Etablissement Recevant du Public (à partir de 15 personnes) doivent être adaptés ou aménagés afin que les personnes en situation de handicaps puissent y accéder et bénéficier des prestations offertes dans les mêmes conditions que l'ensemble des clientèles. La réglementation sur l'accessibilité est donc à prendre en compte dès lors que des travaux sont envisagés. Pour les autres, il est conseillé de s'y référer également.

LES EXTÉRIEURS

Se poser les bonnes questions :

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

Evaluer le potentiel de son jardin ou parc pour se caler sur ses possibilités : en rechercher les particularités, l'état d'esprit, lui conserver un aspect naturel, ...

Composer ses espaces extérieurs

Proposer un parking (ou aire de stationnement) privatif, sécurisé, bien dimensionné.

Soigner et paysager les cheminements : revêtement résistant, naturel (ne pas hésiter à utiliser les ressources locales : tuiles, pouzzolanes, bois...).

Dès que possible, prévoir un parc ou jardin (privatif ou à proximité) et une terrasse ombragée, les espaces extérieurs font partie intégrante de l'esprit «Nature Attitude».

Soigner et entretenir les espaces verts en privilégiant (l'élément végétal donne couleurs, senteurs, et volumes au jardin).

Mobilier extérieur de qualité : parasols non publicitaires, bois, fer...

Mise en scène des extérieurs

Privilégier la mise en scène de l'eau : fontaine, chemin d'eau, bassin, brumisateurs, jets d'eau... en évitant le gaspillage.

Organiser des espaces ou sentiers à thèmes : plantes aromatiques, médicinales,...

Essayer d'utiliser ses extérieurs comme un refuge pour la biodiversité : refuge LPO

Privilégier les plantes autochtones et endogènes.



Entretenir son jardin

Faire tourner ses cultures (si potager).

Utiliser le potentiel naturel des plantes (répulsives, protectrices...).

Utiliser des engrais naturels (compost, fumier) et des traitements non pollués.

Bien gérer l'arrosage : binage, goutte à goutte, récupérateur d'eau de pluie, paillage, arrosage de nuit en été, ...



LE BATI

Intégration harmonieuse du bâti dans son environnement :

Bâti vernaculaire ou contemporain, design ou authentique, privilégier des matériaux locaux et naturels.

Choisir des couleurs adaptées (voire autorisées, cf. PNR, Bâtiments de France...) pour les murs, la toiture, les huisseries .

Architecture vernaculaire ou récente, ne pas s'interdire l'innovation et l'originalité (design, contemporain, ...).

Points de vigilance dans l'aménagement du bâti

Dès que possible, et surtout pour une construction neuve (ou rénovation fondamentale d'un bâtiment), orienter le bâtiment en fonction de son usage pour optimiser les économies d'énergie.

Privilégier la lumière naturelle : baies vitrées, fenêtres ... (sanitaires compris)

Optimiser les performances énergétiques et privilégier les isolants naturels ou recyclés : isolation naturelle (chaux, laine de roche, ouate de cellulose, paille, laine de bois, chanvre, ...), double vitrage, énergie renouvelable (chaudière bois, géothermie, pompe à chaleur, ...).

Favoriser les entreprises et artisans locaux dans les travaux de construction et/ou de rénovation.

Utiliser des matériaux d'écoconstruction et/ou locaux (pierre, bois, chaume, pisé, tuiles, lauzes, ...).

Dès que possible, équiper les ouvrants de double ou triple vitrage (isolation thermique et phonique).



LES ESPACES COMMUNS

Les éléments clés de l'esprit « Nattitude »

Haute technologie : wifi, CPL (internet par les prises de courant), écrans plats, ordinateurs à disposition, ... (choix liés au positionnement marketing).

Sérénité : mobilier confortable et de qualité, non dépareillé ; ambiance musicale, ambiances lumineuses, décoration harmonieuse et esthétique, ...

Naturalité : favoriser les matériaux naturels et sains (bois, pierre, lauze, lave, verre, métal, chaux, ...).

Eléments d'ambiance clés :

Soignée et accueillante, aspect visuel harmonieux pour éviter le banal, le standardisé, le mobilier de récupération en mauvais état et/ou non qualitatif, le tout avec une touche d'originalité, de design, de couleurs, ...

Eclairage adaptable en fonction de l'usage : intime pour les moments de détente, intensif pour le maquillage, reposant pour l'espace bureau, rayonnante au-dessus de la douche/baignoire, ...

Privilégier une signalétique thématique et non standardisée (noms des chambres plutôt que n°, matériaux, ...).

Privilégier un mobilier confortable, en bon état et **non dépareillé** (adapté au positionnement de l'établissement et cohérent avec l'ambiance générale).

Prévoir si possible un coin feu : cheminée avec foyer fermé, poêle à bois, granulés, ... (éviter les cheminées à éthanol, électriques, gaz, ...).

Espaces communs : accueils/réceptions, couloirs, sanitaires, vestiaires, salles de restaurant, salles à manger, salons, ...

L'espace accueil est clairement identifié et permet de recevoir les clients dans un cadre agréable (ne concerne pas les gîtes ruraux et les chambres d'hôtes).

La signalétique interne (si besoin) est claire (permet de se repérer facilement) et personnalisée (lien au territoire, à une histoire particulière de l'établissement...).

Aménager un salon cosy et confortable.

Concevoir un espace de présentation et/ou de vente de produits et/ou de savoir-faire locaux.

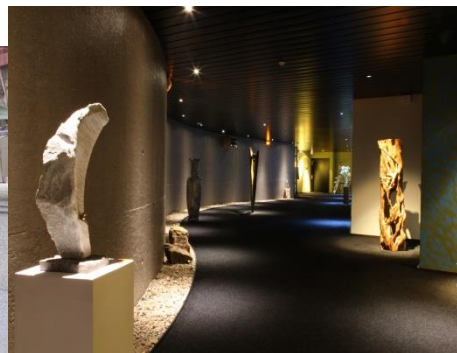
Travailler l'ambiance des couloirs (lumière, matériaux, expositions temporaires...).

Etre attentif à la cohérence entre l'aménagement intérieur, la décoration des sanitaires et le reste de l'établissement : formes, couleurs, matériaux.

Maîtriser la couleur et l'intensité des éclairages en salle de restaurant ou salle à manger (veiller à ce qu'elles ne modifient pas la couleur des aliments).

La vaisselle, les textiles et le décor de table doivent être en adéquation avec le concept et le niveau de gamme de l'établissement et de la cuisine proposée.

Pouvoir différencier les espaces de restauration si clientèle mixte : individuelle, groupes, enfants, repas festifs, ... (concerne essentiellement les restaurants et les salles à manger d'hébergements collectifs).



LES CHAMBRES

En construction neuve ou rénovation, si choix de labels et/ou classements, se référer aux prescriptions de surfaces exigées par leurs cahiers des charges.

Le nettoyage de la chambre s'effectue selon positionnement et typologie de l'hébergement en tenant compte des choix éco-responsables affichés, ...

Le confort du couchage

Privilégier les couettes et les oreillers de qualité.

Privilégier du linge de lit non allergène, naturel et/ou bio (coton bio, fibre de bambou...) en harmonie avec l'ambiance générale.

Une literie de qualité king-size au moins ou plus (GL : 160x200 ou S : 90x200) et/ou literie à l'italienne (2x(80x200) ou 2x(90x200)).

Préserver un espace de circulation dégagé (ou pouvant être dégagé) autour du lit (personnel d'entretien et confort client) (hors lit d'appoint)

Prévoir un système d'occultation générale et d'isolation phonique efficaces.

Les accessoires

TV écrans plats avec large choix de chaînes nationales et internationales (attention à la hauteur de fixation de l'écran si fixation murale. Eviter près du plafond !

Possibilité d'accès à un contenu multimédia complet : prises adéquates, wifi ...

Prévoir un miroir en pied pour se changer.

Prévoir des espaces de rangement adaptés à la capacité et durées de séjour : penderies, tiroirs, porte bagages ...

Aménager un espace bureau permettant de travailler (surtout si clientèle affaire).

Prévoir un éclairage efficace et adapté en fonction de l'usage : lit, bureau, coin salon (plus ou moins fort et plus ou moins direct).

Prévoir des espaces privatifs extérieurs (si possible) : balcon, terrasse, jardin, avec mobilier de qualité (pas de mobilier publicitaire et pas de plastique).



LES SANITAIRES PRIVATIFS

Existence d'un sanitaire privatif par unité d'hébergement (au minimum 1 pour 6 pers. si chambres familiales ou mini-dortoirs).

Privilégier la lumière naturelle (attention à l'efficacité de l'éclairage au-dessus de la douche et du lavabo).

Proposer un équipement irréprochable, en bon état de fonctionnement et complet : revêtements et joints propres, douche/baignoire, sèche-cheveux performant, grand miroir (anti buée si possible), miroir grossissant, prise rasoir, porte et/ou sèche serviettes, rangements suffisants, poubelle, ...

L'entretien de la salle de bain (toilettes inclus) s'effectue quotidiennement.

Prévoir un chauffage d'appoint utilisable toute l'année dans les SdE et SdB.

Aménager de préférence des douches spacieuses, équipées de pare-douche (baignoires acceptées dans les chambres familiales).

Les rideaux de douche ou baignoire sont proscrits.

Privilégier les doubles vasques (au moins dans des chambres de plus de 2 pers.).

Privilégier les WC séparés dès que possible et au moins pour plus de 2 pers.

Privilégier les produits d'accueil rechargeables pour minimiser les emballages individuels (prévoir des contenants siglés correspondants aux contenus ou présenter les produits)

Privilégier les produits éco-labellisés et/ou naturels et/ou de proximité.

Créer des ambiances : musique et lumière.



3 – Management environnemental : « la Nature-Attitude »

La marque « Nattitude » favorise l'émergence d'une gamme d'hébergements touristiques qui répond à la tendance 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, de la gestion des déchets et des énergies, du mode de fonctionnement éco-responsable des exploitants et des clients, les établissements portent leur attention à leur comportement en termes de gestion des ressources naturelles** mais aussi à la sensibilisation de leur personnel et de leurs clients.

Gestion des énergies

Si besoin, faire réaliser une analyse thermique du bâtiment pour identifier les zones de déperdition d'énergie.

Isoler les canalisations d'eau chaude pour éviter les pertes d'énergie.

Privilégier l'énergie renouvelable pour :

- La production de chaleur ou d'eau chaude : panneaux solaires, pompe à chaleur, géothermie, chaudières bois ou granulés, puits canadien, ...
- La production d'électricité : photovoltaïque, mini-éolienne ...

Si piscine sur place, système de chauffage basé sur des énergies renouvelables.

Les systèmes individuels de chauffage et/ou de climatisation sont équipés d'un système d'arrêt automatique à l'ouverture des fenêtres et de thermostats et/ou régulateurs.

Effectuer une maintenance régulière des chaudières et des systèmes de climatisation (au moins une fois par an ou plus souvent si la législation l'oblige).

Mettre en place un partenariat avec un fournisseur d'énergie verte.

Choisir les équipements électriques en intégrant leur rendement énergétique (voir étiquettes environnementales)

Privilégier l'éclairage basse consommation : Led/LFC ...

Prévoir détecteurs de présence extérieur ou intérieur dès que possible.

Mettre en place des compteurs divisionnaires permettant le suivi de la consommation poste par poste : cuisine, espace bien-être, restaurant ...

Procéder à un relevé régulier des compteurs d'électricité (une fois par mois).

Gestion de l'eau

Récupérer l'eau de pluie pour l'arrosage ou un autre usage ... (si autorisé).

Utiliser des régulateurs de débit :

- Pour les robinets et douches : mousseurs, robinets thermostatiques, réducteurs de pression,
- Pour les chasses d'eau : système 3-6L ou toute autre solution pour diminuer le volume de l'eau.

Installer des compteurs divisionnaires permettant de suivre au mieux votre consommation d'eau avec un relevé régulier.

Si arrosage des espaces verts, système raisonné de nuit (entre 20H et 6H par ex.).

Effectuer un bilan comparatif de vos consommations en énergie d'une saison sur l'autre.

Mettre en place un système actif pour prévenir, détecter et réparer d'éventuelles fuites.

Equiper certains robinets, de détecteurs de mouvement.

Bien sensibiliser et informer les hôtes et le personnel pour la gestion raisonnée du linge (toilette et lit).

Si assainissement privé, présence d'un bac à graisse en amont de la fosse septique.



Gestion des déchets

Mettre en place un système de tri sélectif (pour le personnel et la clientèle) : verre, carton et papier, acier et aluminium, plastiques, déchets verts, déchets toxiques, cartouche d'encre, piles... (bacs de tri sur place ou en déchèterie). Au moins 3 éléments triés.

Si la collectivité locale n'assure pas la collecte des déchets à proximité de l'établissement, assurer le transport vers le site le plus approprié pour les traiter.

Privilégier les papiers bénéficiant d'un label écologique (papier hygiénique, absorbant, bureau, ...).

Prévoir le tri sélectif en chambre ou dans chaque unité d'hébergement.

Installer un compost pour les déchets verts (si possible).

Démarche environnementale

Désigner un responsable de la gestion environnementale au sein de l'établissement (si salariés)

Sensibiliser la clientèle aux comportements en faveur de la préservation de l'espace naturel

Former le personnel aux enjeux environnementaux et assurer un suivi

Profiter d'un projet d'investissement pour s'appuyer sur le référentiel d'un écolabel existant (Clé verte, Ecolabel européen, Green Globe...)

Privilégier (si possible) des produits d'entretien éco-labellisés ou respectueux de l'environnement

Privilégier les entreprises locales dans tous les domaines (travaux, hygiène, restauration, prestations externes...)

Proposer une sensibilisation originale et ludique aux enjeux environnementaux spécifiques pour les enfants

Si piscine privée extérieure : elle est couverte la nuit (maintien de la t°)

Si présence d'un potager, entretien respectueux de l'environnement

Utilisation des produits d'entretien et de lavage naturels et/ou écolabellisés

Si présence d'un potager, d'un verger, ils sont cultivés et entretenus en respectant l'environnement

Sensibilité environnementale

Informers la clientèle et le personnel sur la politique environnementale de l'établissement et les inciter à y contribuer (éco-messages pertinents sur le site internet, livret d'accueil, ...).

Inciter le client à économiser l'eau, l'énergie, à trier les déchets, ... sur un support matériel (présent dans chaque unité d'hébergement).

Informers les clients de la possibilité de faire changer leurs draps et linge de toilette uniquement sur demande.

Inciter les clients à éviter l'usage de la voiture : l'informers sur les transports collectifs, les possibilités de randos au départ de l'hébergement, ...

Réfléchir à intégrer un écolabel.

Recueillir les « idées vertes » de sa clientèle.

Lorsque vous remplacez du matériel : imprimante, électroménager, ..., meubles, linge, ..., la réparation ou récupération des objets usagers s'ils sont réparables et encore utilisables, est organisée

Vous avez un référent « environnement » dans l'établissement

Si salariés, leur qualité de vie au travail (organisations horaires/semaine de travail), participer à la vie locale dans des assoc. Locales, soutenir leurs passions et leur donner les moyens de les développer, etc, ...), est favorisée.

Si salariés, un plan d'amélioration de votre politique environnementale partagé, avec des objectifs pour les années à venir, est en place



4 – Le bien-être : zen « à tous les étages » !

Grâce aux volcans, aux stations thermales, aux sources d'eau minérale (Volvic, Vichy, Evian, ...), aux lacs, rivières, ..., **l'eau et le bien-être sont et restent des atouts forts de toute destination touristique**. L'eau, capital inestimable et très valorisant, il doit être relayé dans les hébergements sous des formes qui peuvent être très variées. Les hébergements Nattitude privilégient des prestations, des partenariats, des activités et/ou des équipements eau/bien-être en tenant compte des contraintes d'économies des ressources (eau, énergie). **S'offrir un séjour « zen » dans un hébergement va bien au-delà d'une simple détente dans un sauna ou dans un hammam**. L'équipement a certes son importance, mais il ne serait rien sans un environnement offrant le bien-être au naturel et des propositions d'activités « zen ».

Activités aqua-ludiques (maîtrisant les ressources)

Espace dimensionné selon le type et le positionnement de l'hébergement : piscines, pataugeoires, bassin à vague, baignade naturelle, ...

Équipement chauffé (énergie renouvelable ci-dessous) et/ou utilisable toute l'année (couvert) si possible.

Respecter les normes en matière de sécurité et hygiène (cf. ARS).

Se différencier avec des équipements complémentaires et originaux : nage à contrecourant, geysers, pluie de ciel, plaques de bulles champagne, transats bouillonnants, jeux de lumières, haut-parleurs subaquatiques ...

Chauffage privilégiant les énergies renouvelables : pompe à chaleur, solaire, géothermie, bois ...

Couvrir les piscines et bassins extérieurs chauffés, hors utilisation, de bâches isothermes (conservation des calories et limitation de l'évaporation).

Valoriser les traitements de l'eau respectueux de l'environnement (dans la limite des dispositifs réglementaires autorisés par l'ARS) : électrolyse, traitement au sel, ultra-violet, ozone, dosage automatique, baignade naturelle ...



Activités « Bien-être et Spa » (maîtrisant les ressources)

Dessiner l'espace extérieur en fonction des usages : pratiques liées à des gestes, des sentiments (intensité, liberté, sécurité...), des sensations, ...

Proposer un ou plusieurs équipements adaptés à votre clientèle et si possible originaux pour vous différencier (murs d'eau, couloir de nage, ...).

Soigner le design de ces espaces : ambiance relaxante, rupture avec l'extérieur... Solliciter les 4 sens : choix des matériaux (toucher), ambiance sonore (ouïe), lumineuse (vue), senteurs (odorat).

Organiser l'espace de façon fonctionnelle :

- Prévoir un espace vestiaire confortable et bien dimensionné (si besoin),
- Imaginer un cheminement logique et confortable,
- Segmenter les usages en fonction du type de clientèle (famille, enfants, individuels, groupes). La possibilité de le privatiser est un « plus ».

Valoriser le linge de toilette en matière naturelle (tissus non traités ou bios).

Proposer un mobilier de repos confortable (bois, résine, fer forgé, coussins, ...).

A défaut d'équipements communs (ou en plus si possible) proposer des équipements individuels dans les sanitaires privés des chambres (douches multi-jets, baignoires balnéos, luminothérapie, ...). Plus l'hébergement est haut de gamme, plus des équipements privatifs sont souhaités par la clientèle.



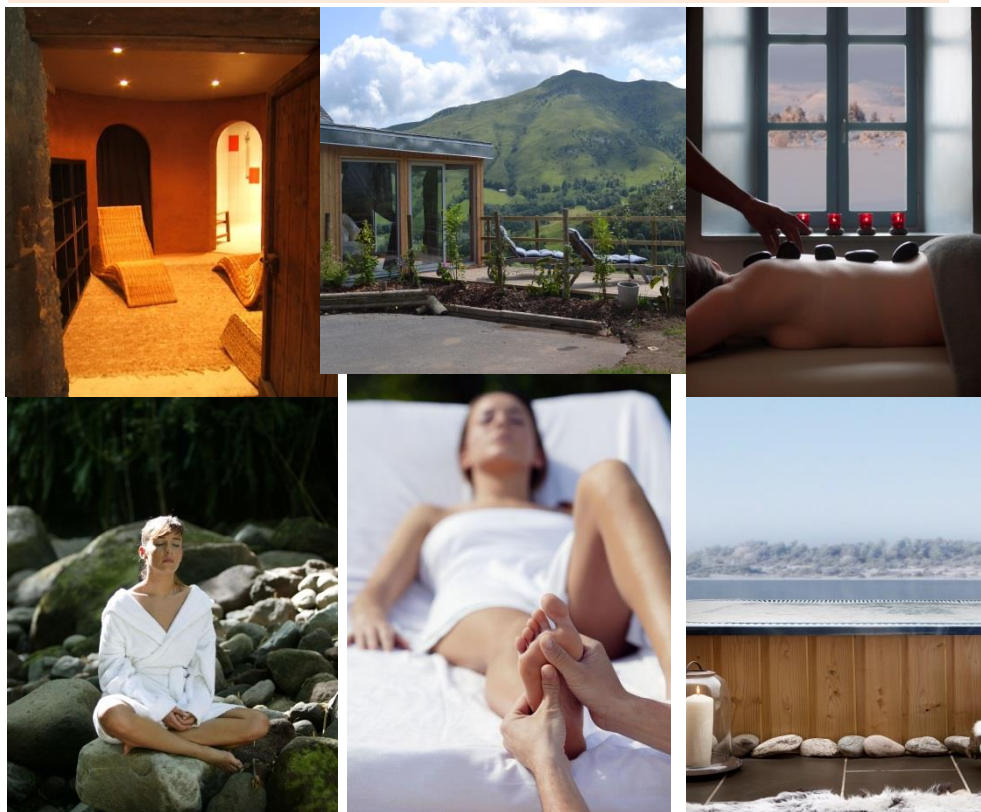
Activités « Bien-être et soins »

Proposer des prestations « à la carte » : massages (si kinésithérapeute), modelages (si esthéticienne), soins esthétiques, ...

Soins réalisés par des personnes qualifiées soit salariées par l'exploitant de l'hébergement, soit en sous-traitance avec un prestataire extérieur qualifié (qualification et compétences contrôlées).

Proposer des services annexes : tisanderie bio, collation naturelle ...

Un bonus si les produits utilisés sont bio et/ou naturels.

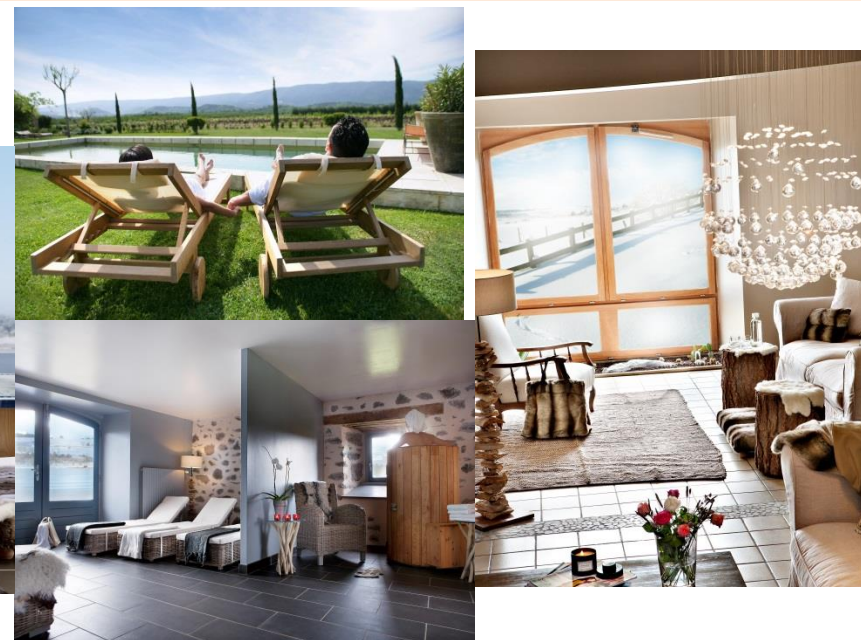


Bien-être lié au site : l'hébergement est dédié à 100% au Bien-être

Si c'est le cas :

Le lieu offre une vue et un emplacement hors du commun : la vue est dégagée sur un paysage exceptionnel, un paysage « carte postale »,

- Aucune pollution n'est perceptible ni sonore, ni visuelle ni olfactive, même occasionnelle,
- Les ambiances, les aménagements et l'organisation de l'ensemble de l'établissement sont orientés vers le bien-être extérieur et intérieur : musiques d'ambiance, lumière adaptée, diffuseurs d'arômes, présence d'espaces de relaxation intérieurs et/ou extérieurs (terrasses, jardin, parc, ...),
- Proposer des activités en lien avec la relaxation : Tai-Chi, yoga, réflexologie, ...,
- Proposer dans un espace dédié, une tisanderie bio, des collations naturelles, ... (payantes ou gratuites selon positionnement),
- Mettre à disposition du mobilier adapté, qualitatif et confortable, fait pour le repos : fauteuils, chaises longues, hamacs, coussins, ...



5 – Valoriser et mettre en relation le client avec son territoire

Faire connaître sa région aussi à travers les producteurs locaux et régionaux et leurs produits participe non seulement à la stratégie de **développement durable** (filières courtes) mais aussi à la valorisation du patrimoine régional. **Cette éthique d'intégration dans le tissu économique local** permet, au-delà des paysages et du bien vivre, de faire découvrir le Terroir Gourmand autour de votre maison.

Hébergements qui proposent une prestation repas : petits-déjeuners et/ou déjeuners et/ou dîners et/ou goûters, pique-niques, ...

Pour les hébergements ne servant **que les petits déjeuners** : la proximité de restaurants et/ou de commerces alimentaires est recommandée. Liste de restaurants à proximité fournie.

Vaisselle esthétique en rapport avec le positionnement de l'établissement (porcelaine/design/poteries, ...).

Soigner la présentation de la table : fleurs, nappage, qualité de la table, objets ...

Le petit déjeuner est composé d'un large choix de produits frais et/ou maison et/ou locaux (au moins 1 confiture, 1 miel, 1 jus de fruits et/ou fruit frais, 1 fromage, pain et/ou brioche et/ou viennoiseries faites maison ou fabrication artisanale de la boulangerie locale).

Cuisine élaborée sur place ou fournie par un traiteur/restaurateur local, à partir de produits frais, locaux, de saison.

Valoriser les recettes locales.

Pour les produits non locaux, favoriser les produits issus des filières équitables et sous signe de qualité.

Mettre à disposition certaines recettes « maison », locales, ...

Proposer des goûters et pique-nique à base de produits locaux et/ou bio (respect des contraintes d'hygiène et de ruptures thermiques)

Prêter de la vaisselle non jetable et/ou recyclée et recyclable, et un contenant adapté à la cible : mallette en osier, sacs à dos, sacs biodégradables ou à rapporter, ...

Pouvoir assurer une petite restauration d'appoint (hors horaires repas) privilégiant les produits locaux et frais (assiette de charcuterie, fromage, salade, tartes, ...).

Prise en compte des allergies et de la demande de plats végétariens.

Eviter les emballages individuels jetables : confitures dans des petits pots, plaquettes de beurre individuelles, ...



Hébergements sans prestation repas

(Gîtes ruraux, héb. collectifs en gestion libre, ...)

Proximité de restaurants et/ou de commerces alimentaires accessibles à pied (10mn maximum) et/ou existence d'une cuisine équipée

Mettre à disposition des listes de producteurs, de marchés avec dates, de restaurants, ... à proximité

LES ACTIVITES : en interne ou avec un prestataire externe, formalisées et visibles

Dans un hébergement « Nattitude », on ne s'ennuie pas ! Un soin particulier est apporté à la proposition et à la formalisation d'activités adaptées à tous les types de séjours : en famille, pour un séjour-loisirs, pour un week-end romantique ou pour un séjour plus sportif, 100% nature ... **Des activités, visites, circuits, ... sur mesure sont proposés.** Et les idées ne manquent pas : randonnée, parapente, ski, rafting, VTT, activités manuelles, artisanales, artistiques, culinaires, ... La nature et le patrimoine s'apprécient sous tous les angles, ... mais toujours avec respect !

Etre capable d'informer sur les activités touristiques (conseils pratiques, numéros des prestataires, ...) et sur les événements locaux (brochures, présentoirs, directory, livret d'accueil, site internet, ...).

Identifier et faire appel à des prestataires d'activités de proximité.

L'hébergeur est capable de proposer des visites plus « confidentielles », autres que celles figurant dans les dépliants touristiques.

Proposer la prise d'information sur les disponibilités, les conditions de réservation (voire réserver), les lieux de vente, ... pour des prestations extérieures.

Proposer un programme d'activités varié, personnalisé, en interne ou avec un partenariat local extérieur à l'établissement.

Formaliser son offre d'activités :

- en proposant des produits packagés (si autorisation de vente. Si non, mis en vente auprès d'un opérateur),
- en proposant sur le site internet et/ou sur les supports papier, des prestations détaillées (partenariat possible avec un prestataire extérieur) : type de prestation, prix, plages horaires, possibilité de réservation sur demande, ...,

Proposer des activités en lien avec le potentiel naturel du territoire : randonnées thématiques, rafting, parapente, VTT, équitation ...,

En lien avec le territoire ou avec ses propres compétences, centres d'intérêt, passions, ... proposer :

- des activités de savoir-faire : cours de cuisine, horticulture, potager ...,
- des activités originales : astronomie, nordic walking, ...,
- des activités créatives manuelles : céramique, poterie, vannerie, ...,

- des rencontres avec le « local » : commerçants, producteurs, artisans, ...
- des activités Pleine Nature « libres » ou encadrées.
- des activités thématiques associant randos et connaissance du milieu naturel : volcanisme, flore, faune, minéralogie, ...
- des stages photos, vidéos, ...
- des activités artistiques : concert, exposition, cinéma...

Mettre à disposition les documents de sensibilisation et/ou d'information existants sur le milieu naturel environnant

Organiser, lorsque l'environnement s'y prête, un programme pédagogique d'interprétation du milieu naturel et culturel

Prêter des outils de découverte du milieu naturel (jumelles, loupes, guides faune et flore...)

Organiser ou référencer des activités dédiées à l'écologie, adaptées aux cibles (connaissances de la flore, des oiseaux, entretien d'un ruisseau...)

Mettre à disposition des vélos (payants ou gratuits) ou être en contact avec un prestataire spécialisé dans la location de cycles

Prêter ou louer du matériel de guidage GPS



6 – Savoir-faire technique : management, communication, stratégie commerciale et relation client

Savoir se vendre c'est aussi et surtout savoir recevoir ! Une qualité d'accueil sincère et spontanée est indissociable de l'état d'esprit « Nattitude » ! **Le plus important dans une entreprise touristique, c'est le client !** De la préparation de son voyage à son départ, lui faciliter le séjour implique que chaque hébergeur soit performant et ait des outils de communication et commerciaux à son image, efficaces, et qu'il s'entoure d'une équipe motivée ... le tout **avec une qualité professionnelle !**

Supports de communication

Site internet de l'établissement

Disposer d'un site internet attractif, ergonomique et complet (tarifs, coordonnées, plan d'accès, ...).

Proposer une visite virtuelle de l'établissement (vidéo, ou 360°) est un « plus »

Avoir un site traduit au moins en une langue étrangère (anglais au minimum).

Proposer un formulaire de contact et/ou une adresse mail.

Offrir la possibilité de réserver/payer à partir du site internet.

Utiliser un planning en ligne.

S'appuyer sur un référencement de qualité.

Communiquer sur son établissement via les réseaux sociaux (Facebook...) et les sites participatifs (Tripadvisor...) (attention, les réponses aux commentaires déposées sur ce genre de site doivent être réfléchies et toujours constructives).

Autres supports

Porter attention au nom de l'établissement et à la qualité visuelle de l'enseigne.

Disposer d'une photothèque de l'ensemble de l'établissement (intérieur, extérieur, ambiance) de qualité professionnelle et en haute définition.

Si l'établissement dispose de supports papiers, veiller à ce qu'ils soient :

- Ergonomiques, attractifs, sur des supports écologiques,
- Cohérents avec le positionnement et la nature de l'établissement,
- Traduits au minimum en 1 langue étrangère (anglais au moins).

Inscrire son établissement sur des supports institutionnels et/ou privés collectifs (brochures OT, CDT, CRT...).

Une fois que l'établissement est intégré dans le réseau, il doit communiquer sur la marque Nattitude.

Valoriser la région en portant la marque de son territoire de destination.

Stratégie commerciale

Formaliser son plan d'actions commerciales

Définir sa (ses) clientèle(s) cible(s) (groupes, familles, sportifs...) pour anticiper leurs attentes et y répondre au mieux durant le séjour (à disposition, des cahiers des charges par filière d'activités : sports pleine nature, motos, bien-être, familles).

Mettre en place une véritable politique tarifaire dynamique (haute/basse saison, semaine/weekend, *early-booking/last-minute*...) cohérente vis-à-vis du positionnement et garantissant la rentabilité de l'établissement.

Formaliser son offre de séjour (ne pas proposer que l'hébergement « sec ») :

- En proposant des produits packagés (si autorisation de vente),
- En proposant depuis le site internet ou les supports papiers de communication, des prestations détaillées (partenariat possible avec un prestataire extérieur) : le type de prestation, son prix, les plages horaires spécifiques, la possibilité de réservation sur demande ...

Rechercher des labels et réseaux commerciaux existants qui renforcent le positionnement de l'établissement et facilitent sa mise en marché (Rando Accueil, Châteaux et Hôtels Collections, Gîtes de France, ...) de façon à avoir un meilleur référencement auprès des clientèles cibles.

Travailler avec des intermédiaires commerciaux en lien avec le positionnement de l'établissement (TO, OTA, centrales de réservation, agences de voyages, plateformes spécialisées dans le tourisme durable, ...) : meilleure visibilité et multiplication des canaux commerciaux.

S'intégrer aux actions des réseaux locaux (clubs professionnels, offices de tourisme, associations ...).

Personnel et exploitant

(pour les établissements ayant du personnel salarié)

Définir un projet d'entreprise et d'investissements (si besoin) et impliquer ou le faire partager à son équipe.

Appliquer la convention collective relative à la nature de l'établissement et la mettre à disposition des salariés (grilles de salaires, rémunération des heures supplémentaires...).

Etre attentif aux conditions de travail de ses collaborateurs : règlement intérieur (obligatoire), respect des horaires de travail, identification et prise en compte des risques sur le poste de travail, ...

Mettre en place des fiches de poste et des check-lists (si besoin)

Accorder une attention particulière à l'intégration des nouveaux salariés (saisonniers/CDD/CDI) : livret d'accueil, repas de début de saison, période de parrainage, ...

Privilégier les ressources humaines locales pour le recrutement (si possible),

Mettre en place une véritable politique de ressources humaines : recrutement, plan de formation (schéma régional de professionnalisation, organismes formateurs, ...), rémunération (intéressements, primes...), valorisation des savoir-faire personnels (animations, services...), réalisation d'un diagnostic RH, ...

Former à une bonne connaissance du territoire, des savoir-faire, des activités de proximité. Moyens : éductours, offices de tourisme, rencontres avec les prestataires, ...

Impliquer son équipe dans la gestion de la qualité et de l'éco-responsabilité

Privilégier le personnel multilingue (ou former),

Tenue vestimentaire et corporelle propre et soignée (tenue personnalisée à l'établissement, ...)



Relation clients

Avant le séjour

Répondre au téléphone (avant la 5^{ème} sonnerie de préférence)

En cas d'absence :

- Un répondeur permet de laisser un message : le message présente le nom de l'établissement et donne les informations nécessaires pour expliquer la procédure de réservation (bilingue), il est convivial et agréable
- Un transfert d'appel est réalisé.

Dans le cas d'une demande écrite (courrier/mail), le propriétaire répond dans les meilleurs délais aux demandes de renseignement : moins de 24h par mail et 48h maximum par courrier.

Donner les informations de base (par téléphone, mail, courrier) : fonctionnement de l'établissement, activités, potentiel du territoire, accès, ... (livret d'accueil).

Dans le cas où l'établissement est complet, une solution alternative dans le réseau Nattitude est spontanément proposée.

Confirmer le contenu complet de la réservation avant l'arrivée du client (1 à 2 semaines) (sauf si résa de dernière minute) avec des propositions de services, d'activités, ... à prévoir ou réserver à l'avance.



Pendant le séjour

Accueillir le client dans les meilleures conditions : échanges courtois et conviviaux, présentation de l'établissement, présentation de la chambre, prise en charge des bagages, ...

Limitier le temps d'attente ou prévoir des dispositions particulières pour le rendre le plus agréable possible.

Si la personne en charge de l'accueil ne peut être présente à l'arrivée du client, prendre les dispositions pour que l'installation s'effectue correctement (se faire remplacer ou prévoir un support à cet effet).

Dans la mesure du possible prévoir un petit geste d'accueil à l'arrivée : accueil personnalisé, apéritif de bienvenue, fleurs fraîches en chambre, produits maisons ou locaux (eau minérale, gourmandises, fruits frais, ...).

En cas d'arrivée tardive des clients, des dispositions sont prises pour faciliter l'installation et dépanner le cas échéant : éclairage, plateau repas ...

Les informations pratiques (tarifs, activités, menus...) sont affichées clairement et régulièrement mises à jour (réglementaire).

Le propriétaire renseigne sur les attraits touristiques de la région :

- En mettant à disposition un nombre suffisant de brochures touristiques,
- En établissant un livret d'accueil avec sa propre sélection d'activités et de sites touristiques (bilingue si possible) et sur les activités propres à l'établissement,
- En renseignant ses clients sur les « petits plus » pour sortir des sentiers battus.

Faciliter le paiement : accepter le plus possible de moyens de paiement dont les chèques-vacances ou tickets restaurants (restaurants et HR surtout), ...

Après le séjour

Créer un fichier client (attention RGPD) :

- Qualifier sa clientèle : âge, motif de séjour, préférences gastronomiques / allergies, activités consommées ...,
- Utiliser son fichier client régulièrement : newsletter, infos pratiques... (maintenir le contact après le séjour), ...

Elaborer une stratégie de fidélisation : carte privilège, remise, cadeaux, ...

Instaurer un système de suivi de la satisfaction client :

- Questionnaire à disposition dans les chambres,
- Questionnaire format électronique intégré à un mail succédant chaque départ,
- Gérer les commentaires sur les sites de vente, ...

Quelques Labels et réseaux commerciaux (liste non exhaustive)

Démarches Qualité



Qualité Tourisme www.qualite-tourisme.gouv.fr

Ecolabels



Ecolabel européen www.ecolabels.fr



La Clef verte www.laclefverte.org



Green Globe www.greenglobe.com



Ecogite www.ecogite.fr



Parc et Chartre européenne pour le tourisme durable www.parc-livradois-forez.org ; www.parc-volcans-auvergne.com