

info CITO

Corporation de l'industrie touristique du Québec

VOLUME 3 > NUMÉRO 4 > SEPTEMBRE 2006

Sécurité

TEXTE PUBLICITAIRE

Sécuriser la clientèle, la priorité des priorités

Vous le savez, plusieurs éléments sont à considérer pour satisfaire votre clientèle et assurer sa fidélité. Cependant, un élément est souvent négligé et qui pourtant doit faire partie des priorités. La qualité du service à la clientèle a beau dépasser les attentes du client, si celui-ci s'étouffe en mangeant ou trébuche dans les escaliers, il s'attend à recevoir les premiers soins nécessaires par votre personnel et ce, avec raison !

Vous savez quoi faire en situation d'urgence? Est-ce que tout votre personnel sait comment intervenir? Prévention incendie, prévention des noyades, premiers soins et réanimation cardio-respiratoire sont autant de formations possibles. De plus, des formations sur mesure et des simulations en entreprise peuvent améliorer la capacité d'intervention du personnel.

À tort, la sécurité est trop souvent perçue comme une dépense inutile et pourtant cela fait partie intégrante de la qualité de votre entreprise... Soyez-en fier! Par exemple, affichez clairement à l'accueil et dans chaque chambre que tout le personnel est formé en premiers soins et réanimation cardio-respiratoire et qu'en cas de besoin ils trouveront une trousse de premiers soins à l'accueil. Vous démontrerez ainsi à vos clients que vous considérez que leur sécurité est aussi importante que leur confort.

Tel que stipulé par le *règlement sur les normes minimales* de premiers soins et de premiers secours, munir son établissement d'un nombre suffisant de trousse de premiers soins est obligatoire et ces trousse doivent être conformes à ce règlement. N'attendez pas qu'une urgence survienne, faites affaires avec des professionnels et marquez des points dans votre classification d'hébergement !

Benoit Couture, propriétaire
Bur : (418) 825-4151
Cell : (418) 561-3877
info@cardiosecoursrcr.com
www.cardiosecoursrcr.com



De retour d'une tournée de classification

Le mot
du directeur général

Au cours des dernières semaines, j'ai eu le plaisir de rencontrer plusieurs d'entre vous et de faire ce que nous appelons « du terrain ». Participant ou effectuant moi-même des visites de classification dans quelques régions du Québec, j'ai pu, une fois encore, toucher du doigt l'un des plus importants défis que doit relever la CITO, année après année.

Parcourir en quelques mois des milliers de kilomètres pour visiter et classer des milliers d'établissements - dont plusieurs sont en exploitation saisonnière - tout en assurant une saine gestion des ressources nécessaires à l'accomplissement d'une telle tâche est un défi de taille qui exige rigueur, ouverture et souplesse.

C'est donc avec la plus grande satisfaction que j'ai pu observer lors de mes récentes tournées de classification l'extraordinaire esprit de collaboration dont font preuve la grande majorité des exploitants. À cet égard, je remercie tout particulièrement tous ceux qui nous permettent de visiter leur établissement même si celui-ci est occupé par des clients. Je tiens d'ailleurs à assurer tous les exploitants que nos classificateurs savent faire preuve de la plus grande délicatesse et discrétion lorsqu'il s'avère nécessaire de classer quand l'établissement ou l'unité est occupé.

Je remercie également tous ceux qui comprennent que la nécessité de limiter nos déplacements, dans un souci de saine gestion, nous oblige parfois - et nous est permis par le ministère du Tourisme - de classer avant ou après les deux mois précédant l'échéance de leur attestation de classification. Pour en savoir davantage à ce sujet, je vous invite à lire la rubrique « Réponses à vos questions », en page 4 de ce bulletin.

C'est grâce à la collaboration de la plupart des exploitants et à notre gestion serrée des fonds qui nous sont confiés que nous avons d'ailleurs pu maintenir les frais inhérents à la classification au même niveau depuis 2001 et que nous les maintiendrons encore au même niveau en 2007. Peu d'organisations peuvent se vanter d'une telle performance dans un contexte où tout augmente, à commencer par le prix du carburant qui représente un enjeu majeur de notre budget.

Je vous remercie donc encore une fois de votre collaboration et vous invite à me faire part de vos commentaires et suggestions à ce sujet.

Michel Rheault

AVERTISSEMENT

Le contenu des publicités et des textes publicitaires paraissant dans ce bulletin n'engage en rien la responsabilité de la CITO et ne constitue nullement une directive de sa part. Bien que ces collaborations et publicités aient pour but de fournir une information utile pour l'exploitation d'un hébergement touristique, la CITO invite les lecteurs à bien se renseigner et à faire les comparaisons qui s'imposent avant d'opter pour un produit ou un service.

La qualité de la literie/lingerie des établissements hôteliers et des gîtes bientôt évaluée avec plus de précision

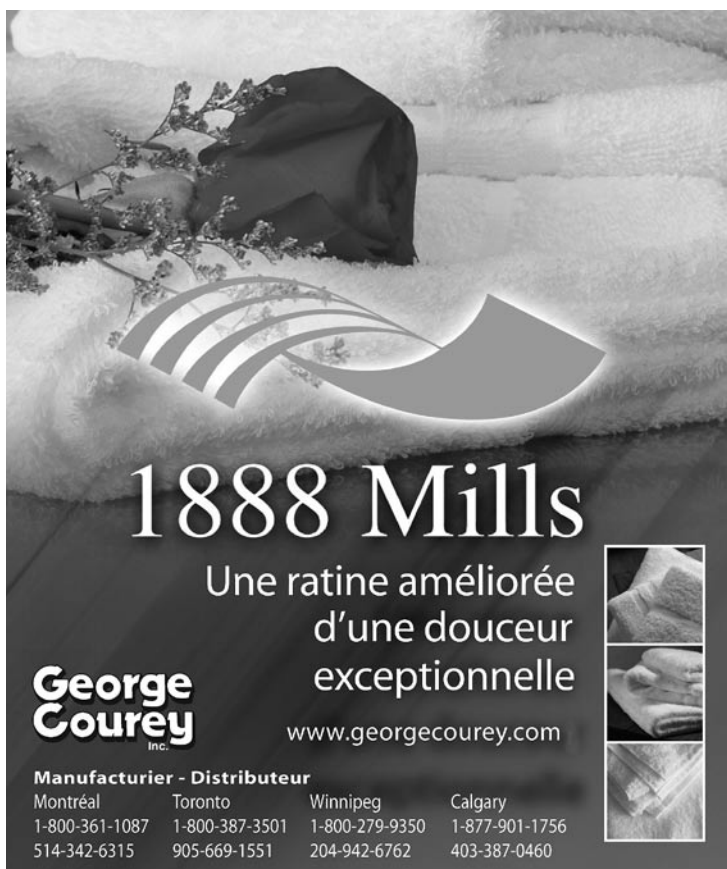
Une fois approuvées par la ministre du Tourisme, les nouvelles grilles de classification des établissements hôteliers et des gîtes * évalueront avec plus de précision la qualité de la literie/lingerie. Le poids fera partie intégrante de cette évaluation comme en témoignent les tableaux suivants :

LINGE DE TOILETTE **

NIVEAU 5	Plus de 7,7 kg (17 lb) Le poids est donné pour 12 serviettes de bain de 68 cm sur 137 cm - 27 po sur 54 po
NIVEAU 4	6,4 kg (14 lb) Le poids est donné pour 12 serviettes de bain de 68 cm sur 137 cm - 27 po sur 54 po
NIVEAU 3	5,5 kg (12 lb) Le poids est donné pour 12 serviettes de bain de 60 cm sur 132 cm - 24 po sur 52 po
NIVEAU 2	4,8 kg (10,5 lb) Le poids est donné pour 12 serviettes de bain de 60 cm sur 127 cm - 24 po sur 50 po
NIVEAU 1	3,6 kg (8 lb) Le poids est donné pour 12 serviettes de bain de 60 cm sur 120 cm - 24 po sur 48 po
NIVEAU 0	Moins de 3,6 kg (8 lb) Le poids est donné pour 12 serviettes de bain de 60 cm sur 120 cm - 24 po sur 48 po

LITERIE **

NIVEAU 5	Couvre-lit matelassé, édredon ou couette, avec cache-sommier à volant Couvre-lit matelassé d'au moins 310 grammes – 11 oz, édredon ou couette <ul style="list-style-type: none"> • Draps et taies de très grande qualité • Couvertures • Oreillers • Cache-sommier à volant
NIVEAU 4	Couvre-lit matelassé Couvre-lit matelassé d'au moins 310 grammes – 11 oz, recouvrant entièrement le lit, édredon ou couette <ul style="list-style-type: none"> • Draps et taies de coton ou coton-polyester de grande qualité • Couvertures • Oreillers
NIVEAU 3	Courtepointe <ul style="list-style-type: none"> • Couverture de lit ouatée et piquée • Draps et taies de coton-polyester de moins de 200 fils au pouce • Couvertures • Oreillers
NIVEAU 2	Couvre-lit rembourré <ul style="list-style-type: none"> • Couvre-lit rembourré de 150 grammes – 5 oz et moins • Draps et taies de coton-polyester de moins de 200 fils au pouce • Couvertures • Oreillers
NIVEAU 1	Dessus de lit en tissu <ul style="list-style-type: none"> • Dessus de lit recouvrant entièrement le lit et adapté à sa dimension • Draps, couvertures, oreillers et taies
NIVEAU 0	Draps, couvertures, oreillers et taies



1888 Mills
Une ratine améliorée d'une douceur exceptionnelle

George Courey inc.
www.georgecourey.com

Manufacturier - Distributeur

Montréal	Toronto	Winnipeg	Calgary
1-800-361-1087	1-800-387-3501	1-800-279-9350	1-877-901-1756
514-342-6315	905-669-1551	204-942-6762	403-387-0460

* En 2005, suite à une vaste consultation du milieu, la CITOQ a soumis à la ministre du Tourisme de nouvelles grilles de classification pour les sept catégories d'établissements qu'elle classe, grilles qui seront mises en application dès qu'elles auront obtenues l'approbation ministérielle.

** Extraits du Guide de classification des établissements hôteliers et du Guide de classification des gîtes présentés par la CITOQ à la ministre du Tourisme en 2005. Ces nouveaux guides sont toujours en attente d'approbation ministérielle.

Le *Team Cleaning*, une nouvelle approche en entretien ménager

Selon un article paru dans *Le globe-veilleur* du Réseau de veille en tourisme, des études semblent démontrer qu'une nouvelle approche en entretien ménager, le *Team Cleaning*, peut donner des résultats intéressants.

Misant sur le fait qu'un employé spécialisé dans une tâche est plus efficace, la méthode du *Team Cleaning* propose « une répartition du travail basée sur la fonction plutôt que sur une section de l'établissement ». L'entretien ménager est ainsi fait en équipe. Chaque équipe comprend généralement trois personnes : une pour la salle de bains, une pour la chambre et une autre au chariot de collecte et d'approvisionnement de la chambre. Cette méthode permet en outre le partage des tâches plus exigeantes (tourner le matelas, changer la housse de couette).

Plusieurs avantages semblent avoir été observés par les adeptes du *Team Cleaning*. Parmi ceux-ci : une amélioration sensible des résultats, de la satisfaction des clients et de la productivité (jusqu'à 30 %), un accroissement de la sécurité des clients et des employés ainsi qu'une plus grande satisfaction des employés au travail. « Certains hôteliers estiment que l'instauration du *Team Cleaning* a permis de réduire de plus de moitié le roulement du personnel, ce qui représente une économie substantielle de recrutement et de formation. » On précise toutefois que de telles performances dépendent beaucoup de l'habileté à former les bonnes équipes.

Source : Chevrier, François-G. (2006) « L'hôtellerie cherche à dépeussier l'entretien ménager », en ligne, *Le globe-veilleur*, 25 mai 2006, <http://www.veilletourisme.ca>

NDLR : La CITQ siège au comité d'orientation du Réseau de veille en tourisme.

LES CONSEILS DU CLASSIFICATEUR

■ Offrir un menu d'oreillers est un excellent moyen d'augmenter le confort de sa clientèle.

Quelques établissements proposent déjà à leur clientèle une panoplie d'oreillers offrant un choix de bourrures naturelles ou synthétiques (duvet, crin, blé, caoutchouc mousse, etc.), différents niveaux de fermeté (dur, moyen, mou) et adaptés à divers besoins (cervicaux, antistress, antiallergique, beauté, etc.).

■ Pour éviter que la clientèle ait l'impression d'endosser un peignoir qui n'a pas été lavé avant d'être réutilisé, il importe de s'assurer de bien vider les poches avant de les nettoyer. Emballés dans une pellicule plastique ou pliés soigneusement sur le pied du lit, les peignoirs seront encore plus invitants.



L'ITHQ POURSUIT SA COLLABORATION AU SITE WEB DE LA CITQ



Visitez le www.citq.qc.ca et découvrez les capsules d'information « En direct de l'ITHQ ». Renouvelées chaque quinzaine, ces capsules offrent une foule de renseignements utiles sur tous les aspects de l'hébergement touristique.

Entretien ménager

TEXTE PUBLICITAIRE

Il existe de la formation pour l'équipe de l'entretien ménager. Profitez-en!!!!

Peu de gens savent que l'entretien ménager est véritablement le cœur d'un hôtel. En effet, ce service compte dans ses rangs près de la moitié des employés et on y fait environ 50 % des dépenses annuelles. En outre, comme la propreté est la principale préoccupation des clients, c'est donc du service de l'entretien ménager que dépend la décision du client de revenir ou non.

Dans cette perspective, il paraît essentiel d'être bien formé sur les différents aspects de ce service, qu'il s'agisse de la gestion des employés, du contrôle des stocks ou de la communication avec les services ayant une influence directe sur l'entretien ménager. La formation continue est vraiment la clé du succès. Il importe donc d'enseigner aux préposé(e)s les nouvelles tendances en matière de literie et de produits d'accueil que l'on ajoute constamment dans les chambres, tout en conservant la même productivité.

Les équipiers doivent aussi faire l'objet de formations régulières, par exemple sur l'équipement ou les nouveaux produits de nettoyage. Par ailleurs, il est important d'assurer une communication constante avec les assistants, les véritables atouts du bon fonctionnement du service, de les aider à bien gérer les employés tout en s'assurant qu'ils enseignent les normes et les procédures propres à chaque bannière, chaîne ou réseau.

Un employé bien formé et bien informé sur son travail et le service offert à la clientèle ne pourra qu'être un employé rentable pour votre entreprise. Pour plus de détails, communiquez avec nous au (514) 282-5115 ou consultez notre site au www.ithq.qc.ca.

Marie France Pigeon,
Conseillère et formatrice, ITHQ

Institut de tourisme
et d'hôtellerie

Québec



➤ Membres de la CITQ:
Obtenez 3 mois gratuits à l'achat d'un abonnement de 1 an
code promo: CP3MCITQ

Chalets QC.com
L'index Web des chalets à louer au Québec

info CITQ

Environnement

TEXTE PUBLICITAIRE

Le respect, une valeur ajoutée

Qu'est-ce qui fait la différence entre un séjour agréable à votre hôtel et se sentir chez soi à votre hôtel?

C'est un accueil chaleureux, une chambre propre, un petit chocolat sur l'oreiller, un peignoir encore chaud, un café fraîchement torréfié. C'est la chaleur humaine et le respect. Le respect des gens, le respect de l'environnement.

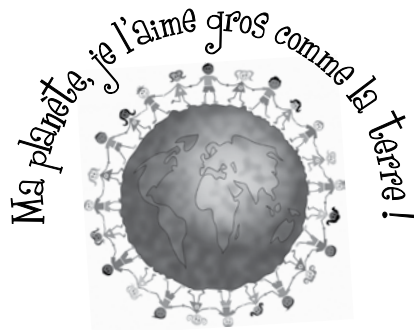
Chez Carrousel, le respect rime avec succès. Nos employés, nos clients, nos fournisseurs, nous les respectons, nous avons donc choisi d'offrir des produits respectueux de l'environnement et par le fait même, des gens.

Chez Carrousel, le respect, c'est une valeur ajoutée.

Les Emballages Carrousel

1401, rue Ampère,
Boucherville J4B 5Z5
514 875-2025

905, rue Philippe-Paradis,
Québec G1N 4E3
418 683-2025



Réponses

à vos questions :

La classification de la literie/lingerie est-elle la même pour toutes les catégories d'établissements classifiés par la CITQ ?

NON... La literie/lingerie ne revêtant pas la même importance d'une catégorie à l'autre, sa classification reflète donc cette différence.

Ainsi, pour les établissements hôteliers et les gîtes, la quantité, la qualité et l'état d'entretien et de conservation de la literie/lingerie constituent des critères de classification évalués sur plusieurs niveaux.

Pour les établissements d'enseignement et les villages d'accueil, seul l'état visuel de la literie/lingerie constitue un critère de classification évalué sur plusieurs niveaux.

Pour les résidences de tourisme et les auberges de jeunesse, seule l'absence de literie/lingerie entraîne des points de démerite.

Pour les centres de vacances, seule la présence de literie, qu'elle soit offerte en location ou non, génère des points de bonification.

ATTENTION : l'absence de couvre-matelas et de couvre-oreillers entraîne des points de démerite dans toutes les catégories d'établissements classifiés par la CITQ, à l'exception des centres de vacances où seule l'absence de couvre-matelas est prise en considération, car les visiteurs y apportent généralement leur oreiller.

Y a-t-il une date limite pour effectuer la visite de renouvellement de la classification d'un établissement ?

OUI... si les conditions le permettent. De façon générale, la CITQ doit visiter à nouveau chaque établissement au plus tard 2 mois avant l'échéance de son attestation de classification. L'attestation de classification est valide 24 mois, à l'exception des établissements d'enseignement dont l'attestation est valide 48 mois.

Certaines conditions telles que la saisonnalité, l'immensité du territoire et une saine gestion des déplacements peuvent cependant faire en sorte que des établissements soient visités avant ou après ce délai. Dans le cas où la visite de renouvellement de la classification s'effectue après l'échéance de l'attestation de classification, une attestation temporaire, basée sur les résultats de la visite précédente, est émise par le ministère du Tourisme.

Satisfaire les besoins des exploitants tout en respectant les contraintes d'une saine gestion des fonds qui lui sont confiés est un défi que la CITQ doit relever année après année.

ÊTES-VOUS INSCRIT CORRECTEMENT ?

Au cours des prochaines semaines, vous recevrez du ministère du Tourisme une lettre vous demandant de mettre à jour certains renseignements apparaissant à votre dossier. Assurez-vous que les coordonnées de votre établissement (adresse, numéros de téléphone et télécopieur, courriel, site Web), les prix affichés, le nombre d'unités et vos dates d'ouverture et de fermeture sont exactes.

Faites votre mise à jour sans tarder, car ce sont ces données qui serviront à faire la publicité de votre établissement dans le répertoire Hébergement Québec 2007 !



le coin du **planificateur.com**
réunions | mariages | vacances

Des centaines de visiteurs chaque jour cherchent à en savoir plus sur vous...

Soyez de la partie dès maintenant!

Gestionnaire officiel
de la classification de l'hébergement



Corporation de
l'industrie touristique
du Québec

Version électronique :
www.citq.qc.ca/infocitq

1010, rue De Sérigny, bureau 810
Longueuil (Québec) J4K 5G7
(450) 679-3737 1 866 499-0550
Télécopie : (450) 679-1489
www.citq.qc.ca info@citq.qc.ca

Envoi poste publication 40026257

Dans cette publication, l'emploi du masculin doit être entendu comme une forme neutre d'expression et n'a d'autre but que d'alléger le texte.

English version available upon request.



ÉDITION | CITQ
RÉDACTION | Service des communications de la CITQ
GRAPHISME | Pixel Communications
TIRAGE | 6200 exemplaires

DÉPÔT LÉGAL | BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES CANADA, 2006
BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES NATIONALES DU QUÉBEC, 2006
ISSN-1710-2405