

# La qualité n'est pas tout, mais sans la qualité, tout n'est rien!

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2000)**

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629793>

## **Nutzungsbedingungen**

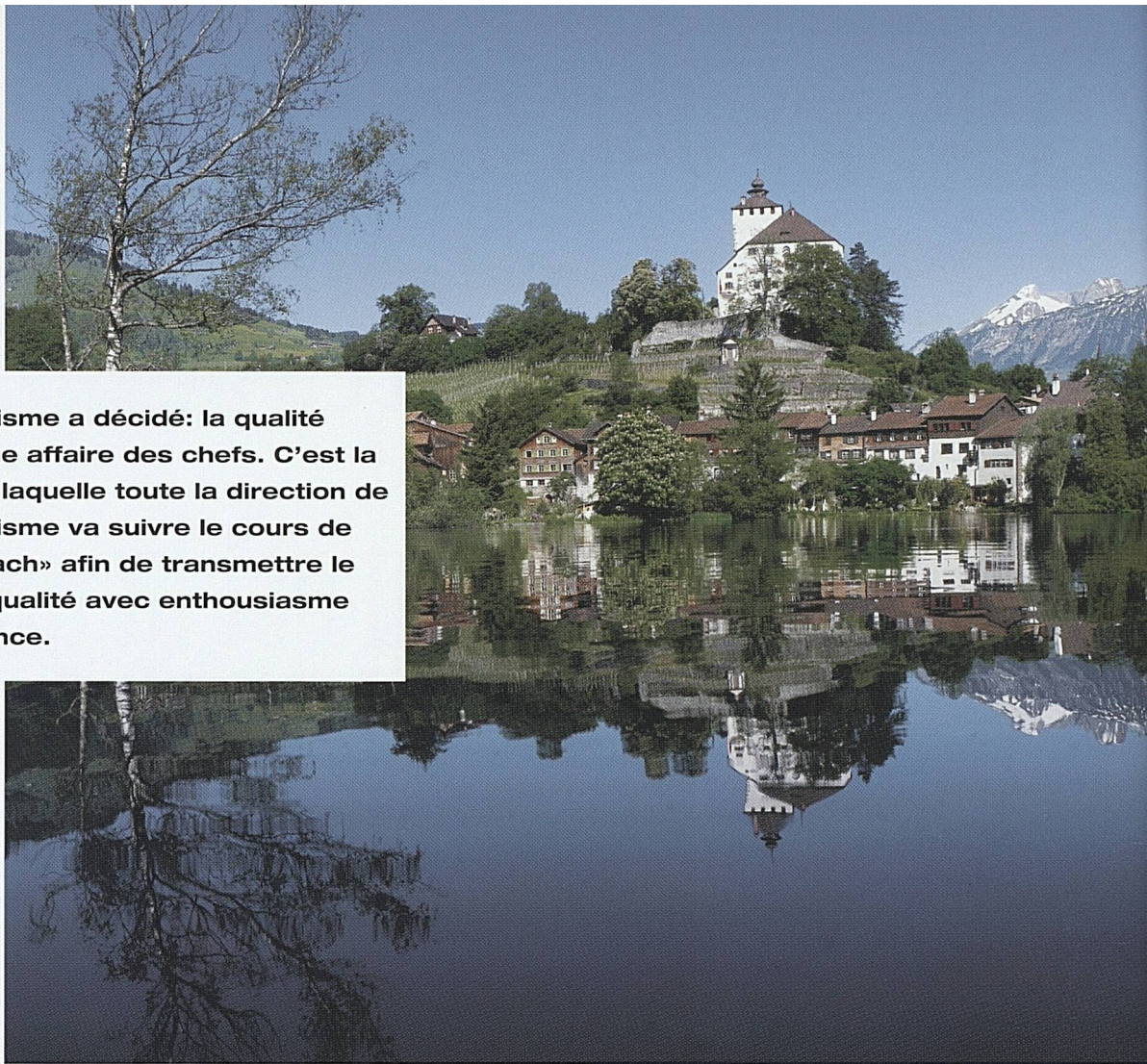
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



**Suisse Tourisme a décidé: la qualité est aussi une affaire des chefs. C'est la raison pour laquelle toute la direction de Suisse Tourisme va suivre le cours de «Quality Coach» afin de transmettre le virus de la qualité avec enthousiasme et compétence.**

# La qualité n'est pas tout, mais sans la qualité, tout n'est rien!

En Suisse, la qualité est une nécessité économique et une réalité. La Suisse doit s'affirmer dans le monde entier dans la situation concurrentielle toujours plus importante dans le domaine du rapport prix-prestation. La prestation se définit par l'infrastructure et – justement – par la qualité de la prestation, l'encadrement des hôtes et la gestion d'une entreprise. Et c'est précisément là que s'applique le programme Label de qualité pour le tourisme suisse.

Ce programme comprend trois niveaux, le premier niveau concernant la qualité du service, le deuxième met-

tant l'accent sur la qualité de la gestion. Enfin, le troisième niveau mène au Total Quality Management (TQM). Suisse Tourisme montre lui-même l'exemple: en l'an 2000, tous les offices à l'étranger et tous les services du siège ont obtenu le label de qualité 1. En outre, environ 750 entreprises ont reçu jusqu'ici le Label de qualité pour le tourisme suisse.

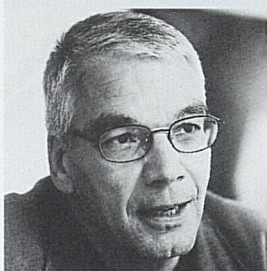
La vision de la branche touristique doit être que toutes les régions et offices du tourisme obtiennent le Label de qualité, niveaux 1 et 2.

Suisse Tourisme a décidé: la qualité est aussi une affaire des chefs. C'est la raison pour laquelle toute la direction de Suisse Tourisme va suivre le cours de «Quality Coach» afin de transmettre le virus de la qualité avec enthousiasme et compétence.



«Avec les critères obligatoires et souhaités pour l'obtention du label de qualité «Bienvenue aux familles», les organisations touristiques disposent d'un instrument pour inciter les prestataires sur place à axer leur offre sur les besoins et les attentes des familles. Le label de qualité aide surtout les moyennes et petites stations touristiques à se positionner et ainsi à être perçues sur le marché. Nous sommes heureux que, dans la campagne pour les familles qui vient de commencer, Suisse Tourisme mise également de manière conséquente sur ce label.»  
*Richard Hug, Directeur de l'Office du tourisme de Aletsch-Belalp*  
*Tourisme*

### Offensive de la qualité dans le tourisme suisse



«Environ 750 entreprises ont été «contaminées» par le virus de la qualité et ont développé une flamme intérieure qui les aide à optimiser les processus constamment axés sur l'hôte, de motiver les collaborateurs et d'économiser des frais. C'est réjouissant, mais de loin pas suffisant encore, car le marché de demain réagira de manière encore plus virulente à la non-qualité.»

*Prof. Hansruedi Müller, Directeur de l'Institut de recherches pour les loisirs et le tourisme (FIF) de l'Université de Berne*



«Dès le début, la philosophie du label de qualité m'a plu: il ne s'agissait pas de suivre une tendance à la mode et un gag de PR mais d'accomplir correctement les tâches liées à l'encadrement des clients et à l'élaboration de l'offre. Avec la formation de «Quality-Coach» a été mis à ma disposition une série de solutions sous une forme simple, mais efficace afin d'analyser nos propres points faibles dans la chaîne de service et d'introduire des améliorations de la qualité par le biais d'un plan de mesures.»

*Hans Zwahlen, responsable de la qualité auprès de la Compagnie de navigation du lac des Quatre-Cantons*

