

Nr postępowania: PARP 2.12/1/2016_RR w ramach projektu Sektorowa Rada ds. Kompetencji w Turystyce
nr POWR.02.12.00-00-0010/16

**ANALIZA CERTYFIKACJI AFNOR W ZAKRESIE USŁUG
TURYSTYCZNYCH I FRANCUSKIEJ MARKI „QUALITÉ TOURISME”
JAKO NARODOWEGO, TURYSTYCZNEGO CERTYFIKATU
ZE SZCZEGÓLNYM UWZGLĘDNIENIEM WYMAGAŃ
KOMPETENCYJNYCH OSÓB ZAANGAŻOWANYCH W PROCES ICH
TWORZENIA I FUNKCJONOWANIA NA RYNKU TURYSTYCZNYM.**

dr Bartłomiej Walas
Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii
Sucha Beskidzka

Listopad 2018

Niniejszy raport jest uzupełnieniem obszernej ekspertyzy „Systemy certyfikacji w turystyce krajowej i międzynarodowej” dla Sektorowej Rady ds. Kompetencji -Turystyka z roku 2017. W uzupełnieniu ekspertyzy poniżej dokonano analizy certyfikacji prowadzonej przez francuski Association Française de Normalisation¹ (AFNOR) w zakresie usług turystycznych oraz marki „Qualité tourisme” (jakość w turystyce) będącego narodowym certyfikatem w obszarze turystyki. W obu przypadkach poszukiwać się będzie wymagań dotyczących posiadania kompetencji.

Niniejsze uzupełnienie powinno być analizowane po zapoznaniu się z raportem podstawowym, w szczególności przedstawionych w nim koncepcji zarządzania jakością, akredytacji i certyfikacji.

W rekomendacjach poprzedniej ekspertyzy, na stronach 50-51 wskazano....*”bilans kapitału ludzkiego oraz analizy różnorodnych systemów certyfikacji wskazują, że stosowane znaki jakościowe (certyfikaty) koncentrują się prawie wyłącznie na standaryzacji i eksponowaniu funkcji certyfikowanego produktu turystycznego bez uwzględnienia procesu zarządzania jakością w całym przedsiębiorstwie a w tym bez analizy kompetencji. W zdecydowanej większości systematów certyfikacji element wiedzy, umiejętności i kompetencji personalnych nie jest wyraźnie artykułowany. Pojawia się on, co prawda wśród kryteriów certyfikacji, ale definiowany niezwykle miękko, jak przykładowo: uprzejmość, gościnność, znajomość języków obcych, dysponowanie wiedzą i kwalifikacjami zawodowymi (ale nie określono jakimi), otwartość na potrzeby klienta. W kilku przypadkach procedur wprowadza się pojęcie stanowiska pracy „koordynator ds. jakości”, jednak mało realne jest aby takie stanowisko wystąpiło w mikro oraz MŚP turystycznych”.*

AKREDYTACJA A CERTYFIKACJA

W procesie potwierdzania jakości należy wyróżnić etap akredytacji i certyfikacji. **Akredytacja** to potwierdzenie kompetencji według określonego zakresu działania. Natomiast **certyfikacja** to przedsięwzięcie ze strony niezależnej jednostki, które wykazuje, że istnieje odpowiednie zaufanie,

¹ Francuskie Stowarzyszenie Normalizacyjne

iż prawidłowo oznaczony wyrób, proces lub usługa są zgodne z określoną normą lub innymi dokumentami normatywnymi. Dla ujednoczenia działania w zakresie akredytacji i certyfikacji w Unii Europejskiej ukształtowała się **trójpoziomowa struktura systemu akredytacji i certyfikacji**, na którą składa się:

1. **organ akredytujący jednostki certyfikujące**. Z reguły w krajach UE jest tylko jedna jednostka akredytująca, działająca pod egidą rządu (w zależności od kraju są różne formy powiązania i różny status takiej jednostki),
2. **jednostki certyfikujące** wyroby, systemy zarządzania (jakością, środowiskowe, bezpieczeństwem i higieną pracy, odpowiedzialnością społeczną biznesu, bezpieczeństwem żywności), personel,
3. **organizacje, wyroby, usługi poddawane procesowi certyfikacji**.

Akredytacja

Dla certyfikacji istotne znaczenie ma proces **akredytacji**, a więc **potwierdzenia kompetencji** według określonego zakresu działania. Akredytacja to procedura, w wyniku, której **upoważniona przez władze państwowe instytucja akredytująca oficjalnie uznaje, że wskazana jednostka lub osoba jest kompetentna do wykonywania określonych zadań czyli do certyfikacji**. W krajach UE władze z reguły upoważniają tylko jedną jednostkę do akredytacji. Akredytacja oznacza również uznawanie kompetencji jednostek certyfikujących do prowadzenia certyfikacji wyrobów, personelu i systemów zarządzania.

Zasady akredytacji ujęte są w międzynarodowych normach i wytycznych, w których określone są wymagania, zarówno dla jednostek akredytujących, jak i dla podlegających akredytacji jednostek oceniających zgodność. Uzyskanie akredytacji oznacza, że akredytowane podmioty zostały ocenione według tych norm i wytycznych.

Zgodnie z polityką jakości UE i funkcjonowaniem systemu akredytacji i certyfikacji, w Polsce funkcjonuje jedna instytucja mająca autoryzację rządową do akredytacji jednostek certyfikujących, inspekcyjnych i laboratoriów – **Polskie Centrum Akredytacji**. Podstawą prawną funkcjonowania systemu akredytacji, certyfikacji i badań w Polsce jest ustawa z dnia 30 sierpnia 2002 roku o systemie oceny zgodności oraz Ustawa z dnia 15 grudnia 2006 roku o zmianie ustawy o systemie oceny zgodności oraz zmianie niektórych ustaw, która weszła w życie z dniem 7 stycznia 2007 roku.

Ustawa ta dokonuje wdrożenia 38 dyrektyw UE, ustanawia, iż system nadzoru nad rynkiem dotyczący obszaru regulowanego przepisami prawa (wyrobów podlegających dyrektywom nowego podejścia i oznaczanych obowiązkowo znakiem CE) tworzą Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wyspecjalizowane organy.

Na poziomie europejskim, akredytacja posiada uprzywilejowane miejsce. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 765/2008 z dnia 9 lipca 2008 r. ustanawiające wymagania w zakresie akredytacji i nadzoru rynku odnoszące się do warunków wprowadzania produktów do obrotu i uchylające rozporządzenie (EWG) nr 339/93 - wprowadza **obowiązek utworzenia w każdym kraju członkowskim jednostki akredytującej**. Na poziomie europejskim, krajowe jednostki akredytujące wprowadziły system audytów krzyżowych w celu zapewnienia wzajemnego uznawania ich usług². Jego realizacja jest zapewniona przez European Cooperation for Accreditation (EA), która skupia wszystkie europejskie organizacje akredytacyjne.

Akredytacja ma istotne znaczenie dla administracji publicznej, bowiem jest mechanizmem wykorzystywanym w celu zapewnienia publicznego zaufania w odniesieniu do wiarygodności działań, istotnych z punktu widzenia wpływu na zdrowie, bezpieczeństwo i środowisko. Z tego względu jest często stosowanym sposobem identyfikacji jednostek kompetentnych przy wdrażaniu przepisów prawnych. Akredytacja odgrywa istotną rolę w procesie notyfikacji³. Stanowi pomoc techniczną przy ocenie jednostek, które mają być notyfikowane: poprzez zweryfikowanie kompetencji technicznych jednostki, jej niezależności i bezstronności oraz systemu zarządzania. Równocześnie przynosi korzyści przedsiębiorcom przyczyniając się do likwidacji barier w handlu poprzez wzajemne uznawanie procedur oceny zgodności (swobodny handel międzynarodowy jest stymulatorem wzrostu ekonomicznego).

Certyfikacja

Certyfikacja to proces ze strony niezależnej jednostki, które wykazuje, że istnieje odpowiednie zaufanie, iż **prawidłowo oznaczony wyrób, proces lub usługa są zgodne z określoną normą lub**

² Audyt krzyżowy jest czynnością sprawdzającą, przeprowadzaną u kontrahenta kontrolowanej instytucji.

³ Notyfikacja polega na poinformowaniu Komisji Europejskiej oraz państw członkowskich Unii Europejskiej przez właściwego ministra lub kierownika urzędu centralnego, że dana jednostka spełniająca odpowiednie wymagania została wyznaczona do wykonywania oceny zgodności we wskazanym zakresie.

innymi dokumentami normatywnymi. Polską jednostką certyfikującą jest **Polskie Centrum Badań i Certyfikacji - PCBC**, które jest akredytowane przez PCA i ma status jednostki notyfikującej w obszarze obowiązkowym dla dziewięciu dyrektyw. PCBC jest również właścicielem znaków przyznawanych w ramach certyfikacji dobrowolnej. Klientom oferowane są następujące znaki: B (bezpieczny wyrób), Q (wyrób wysokiej jakości) Eco (wyrób ekologiczny). Obok w/w znaków certyfikacji PCBC jest jednostką upoważnioną do certyfikacji znaków rolnictwa ekologicznego. PCBC zajmuje się badaniami i certyfikacją wyrobów, systemów zarządzania, szkolenia personelu, certyfikacją osób. Osoby, które ukończą szkolenie według ramowego programu szkolenia PCBC i zdadzą wymagany sprawdzian przeprowadzany przez Zespół Oceniający otrzymują stosowne zaświadczenie lub certyfikat potwierdzający "kwalifikacje".

Z obszaru turystyki występuje w Polsce tylko **certyfikat kompetencji „Specjalisty ds. jakości i bezpieczeństwa w SPA i Wellness”** (prowadzony przez AWF Kraków i WSTiE w Suchej Beskidzkiej). PCBC prowadził certyfikację EuropeSpa realizowaną na terenie całej Europy, lecz nie spotyka się ona z zainteresowaniem przedsiębiorców.

Zakład ds. Certyfikacji Systemów Zarządzania PCBC współpracuje z sektorem edukacyjnym (uczelnie i inne organizacja szkoleniowe) w zakresie szkolenia według wymagań uprawniających do uzyskania certyfikatów osób.

Ze względu na **przedmiot certyfikacji** wyróżnia się:

certyfikację osób – pisemne uznawanie kompetencji i autoryzacja wykonywanych zawodów,

certyfikację wyrobu/usługi – uznanie, że wyrób/usługa są zgodne z wyszczególnionymi wymaganiami,

certyfikację przedsiębiorstw – uznanie przez stronę trzecią, że systemy zarządzania są zgodne z wyszczególnionymi wymaganiami.

Ze względu na **podmiot, który żąda certyfikatu** wyróżnia się:

Certyfikat urzędowy – wymagany jest przez ustawodawcę i z reguły dotyczy problemów bezpieczeństwa konsumentów, środowiska naturalnego. Certyfikaty należące do tej grupy muszą być wystawiane bez względu na wolę stron umowy. Przedsiębiorstwa turystyczne korzystają z wyrobów, które podlegają takiej certyfikacji. Przykładem mogą być urządzenia zasilane energią

elektryczną. Wyposażając hotel w żelazka, lodówki, suszarki należy pamiętać, że te urządzenia muszą być oznakowane znakiem CE, który oznacza, że wyrób jest zgodny z wymaganiami zasadniczymi, co utożsamiane jest z jego bezpieczeństwem. Nie można więc zakupić tych urządzeń z kraju z poza UE.

Certyfikat komercyjny – wymagany przez partnera umowy gospodarczej. Posiadanie tego certyfikatu jest wymagane przez kontrahenta. Przykładem może być firma, która przed podpisaniem wieloletniej umowy na organizowanie szkoleń i konferencji stawia warunek posiadania przez hotel certyfikatu systemu zarządzania jakością ISO 9001.

Certyfikat promocyjny – nie wymagany przez prawo czy partnera umowy gospodarczej. Przedsiębiorstwa starają się o różne certyfikaty noszące znamiona rekomendacji, aby być bardziej konkurencyjnymi. Często są to certyfikaty systemu zarządzania jakością ISO 9001, czy zarządzania środowiskowego ISO 14001, ale również certyfikaty organizacji branżowych (np. certyfikat produktu turystycznego Polskiej Organizacji Turystyki, rekomendacja Profesional Congress Organiser). Pojawiają się coraz powszechniej certyfikaty wystawiane przykładowo przez OTA (np. booking.com) oparte głównie na subiektywnych wrażeniach dotychczasowych klientów.

Jeżeli założyć, iż certyfikat wystawiany ma być w oparciu o subiektywizowane kryteria normatywne, audyt, powtarzalną w czasie kontrolę to istnieje szereg standaryzowanych wyróżników jakości, które nie spełniają kryteriów nazwy „certyfikat”, pomimo używania takiego określenia.

Ze względu na **status podmiotu wystawiającego certyfikat:**

Certyfikat pierwszej strony – wystawiany przez dostawcę wyrobu lub usługi (deklaracja dostawcy),

Certyfikat drugiej strony – świadectwo badania technicznego wystawia odbiorca (jest to rzadki przypadek),

Certyfikat trzeciej strony – wystawiany przez niezależną jednostkę certyfikującą .

Trudno jest oszacować, jak wiele systemów jakości istnieje obecnie w Europie. Na podstawie szacunkowej oceny można założyć, że istnieje 100 systemów certyfikatów związanych z aspektami obejmującymi jakość, takimi jak kultura, rekreacja, higiena i inne elementy

jakościowego łańcucha wartości oraz podobna liczba systemów certyfikacji związanych ze środowiskiem.

Rozróżniać należy certyfikaty prowadzone przez rząd lub regiony, głównie w celu promowania krajowej lub regionalnej konkurencyjności, tworzenia punktów obsługi informacji turystycznych i poprawy ogólnej jakości od certyfikatów prywatnych dotyczących jakości usług, które są często dobrowolne i mniej wszechstronne.

AFNOR

Association Française de Normalisation
(Francuskie Stowarzyszenie Normalizacyjne)



W większości krajów system potwierdzania jakości obejmuje instytucję akredytującą oraz instytucje certyfikujące. We Francji Comité Français d'Accréditation (COFRAC) - Francuski Komitet Akredytacyjny jest **jedynym organem odpowiedzialnym za wydawanie akredytacji** dla instytucji zajmujących się oceną zgodności norm jakościowych. Jest stowarzyszeniem założonym w 1994 przez administrację publiczną. Wszystkie instytucje-beneficjenci akredytacji są reprezentowani w jego zarządzie. COFRAC jest członkiem Europejskiej Organizacji EA (European Accreditation), która z kolei jest członkiem ILAC (Międzynarodowe Laboratorium Akredytacyjnej).

Akredytacja dotycząca turystyki, rekreacji i gastronomii prowadzana przez COFREC obejmuje zarówno podmioty zajmujące się kategoryzacją bazy noclegowej (akredytacja obowiązkowa) oraz akredytacje nieobowiązkowe instytucji zajmujących się certyfikacją lokalnego hotelarstwa i

gastronomii, biur informacji turystycznej, publicznych i społecznych instytucji zajmujących się turystyką odpowiedzialną (le tourisme responsable⁴), certyfikacją gastronomii bio.

Natomiast system normalizacji i certyfikacji jest prowadzony przez AFNOR (grupa interesu generalnego i rozwoju ekonomicznego (forma organizacyjna nie istniejąca w Polsce, bliska spółce celowej) powstały w 1926 roku, integrujący różne instytucje. Aktualnie członkiem AFNOR jest ponad 3000 przedsiębiorstw. AFNOR umocowuje inne instytucje do zadań sektorowych. Innymi instytucjami normalizacji i certyfikacji są sektorowe biura normalizacji (BNS) uprawnione przez Ministra odpowiedzialnego za przemysł. AFNOR opracowuje i ustanawia normy jakościowe. Posiadając wiedzę z zakresu krajowego i zagranicznych systemów normalizacji i certyfikacji AFNOR proponuje także usługi „szyte na miarę” w zakresie ewaluacji i wykonalności certyfikatów. AFNOR współpracuje z ponad 1200 partnerami w 13 delegaturach regionalnych oraz za granicą, w 28 w krajach. Liczbę klientów szacuje się na 75000. AFNOR koncentruje się na czterech filarach działalności: normalizacja, certyfikacja, szkolenie, wprowadzanie rozwiązań i usług informacji technicznej.

W strukturze tej jednostki wyróżnia się AFNOR Kompetencje, AFNOR Standaryzacja oraz AFNOR Certyfikacja⁵. AFNOR-Kompetencje jest liderem szkoleń w zarządzaniu jakością, bezpieczeństwem i środowiskiem. AFNOR- Standaryzacja zajmuje się identyfikacją potrzeb branż i przedsiębiorców w zakresie oceny jakości, rozwija strategię normatywną kraju, koordynuje i kieruje działalnością biur normalizacyjnych, zapewnia uczestnictwo wszystkich zainteresowanych partnerów w wewnętrznych debatach poświęconych normalizacji i certyfikacji i zapewnia uznawanie norm. Natomiast AFNOR-Certyfikacja, przeprowadza proces certyfikacji w obszarach marek NF (np. biura informacji turystycznej) i AFAQ (według norm ISO).

⁴ w języku francuskim używa się sformułowania „turystyka odpowiedzialna” obok turystyki zrównoważonej (tourisme durable). Oba sformułowania nie są synonimami.

⁵ Règles générales de la marque NF Service, Révision 6 approuvée par le Président d'AFNOR, le 03/02/2011

Tab.1 Certyfikowane przez AFNOR usługi, systemy zarządzania lub produkty w obszarze turystyki

	certyfikat	Nazwa polska (tłumaczenie wprost)	Przedmiot certyfikacji
1	WEBCERT - Expérience client « Banque en ligne et banque digitale »	doświadczenie klienta -bank dygitalny i on line	usługa
2	NF Service - Offices de tourisme	Biura informacji turystycznej	usługa
3	NF Environnement - Sites de visite	Certyfikat środowiskowy= atrakcje	usługa
4	Ecolabel européen Hébergement touristique	Europejski znak zakwaterowania turystycznego	usługa
5	Alliance Label Diversité / Label Egalité Professionnelle	Certyfikat równości w pracy kobiet i mężczyzn, równości szans i przeciwdziałania dyskryminacji	znak
6	Ecolabel européen - Matelas	Europejski znak materacy	produkt
7	Engagement de service - Service de navettes fluviales	Usługi transportu rzecznego	usługa
8	Label Relations Fournisseurs et Achats Responsables	Znak dostawców i zakupów odpowiedzialnych	znak
9	NF Service - Organismes de séjours ou stages linguistiques	Organizatorów pobytów lub staży językowych	usługa
10	Label Egalité professionnelle entre les femmes et les hommes	Znak równości zawodowej kobiet i mężczyzn	znak
11	Certification AFAQ Ports propres et Ports propres actifs en Biodiversité	Czyste porty i czyste aktywne porty w różnorodności biologicznej	system zarządzania
12	Certification ILO-OSH 2001	Ochrona pracy w trudnych warunkach, powodujących choroby lub wypadków w miejscu pracy	system zarządzanie
13	Certification AFAQ ISO 9001	Certyfikat jakości kompetencji i kształcenia dla MŚP	system zarządzania
14	Engagement de service - Quali'loisirs	jakości usług centrów rekreacji	usługa

15	Engagement de Service - Qualité des séjours de vacances	jakość usług pobytów wakacyjnych	usługa
16	Engagement de service - Voyages d'affaires, activité d'agences et/ou plateaux affaires	podróże służbowe, działalność agencji i platform podróży biznesowych	usługa
17	AFAQ Biodiversité	bioróżnorodność	system zarządzania
18	Auditeur interne qualité transition	Audytor wewnętrzny jakości	osoba
19	NF Service - Service de dessertes d'aéroport	Usługi lotniskowe	usługa
20	Engagement de Service - Quali'piscines	Zobowiązanie usług jakości basenów	usługa
21	Visite d'évaluation	Wizyta ewaluacyjna procesu certyfikacji	ewaluacja
22	Ecolabel européen - Mobilier en bois	Znak europejski mebli drewnianych	produkt
23	Label Excellence de Service	Znak doskonałości usługi	znak

źródło: <https://certification.afnor.org/secteur/tourisme>

W tabeli powyżej zestawiono 23 certyfikatów jest wyodrębnionych przez AFNOR w grupie „turystyka”.

Dla ustalenia – czy a jeśli tak to w jakim zakresie - w procesie certyfikacji uwzględniane są wymogi kwalifikacyjnej - szczegółowej analizie poddano 3 certyfikaty z obszaru turystyki.

CERTYFIKAT BIURA INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

Istniejąca od 1997 r. certyfikacja biur informacji turystycznej została modyfikowana w 2009 r. W wersji 2009, opisana norma NF X50-730 rozszerzyła zakres obejmujący certyfikację i bierze pod uwagę działania (misje) obowiązkowe zawarte w kodeksie turystycznym jak recepcja i informacja, promocja – komunikacja oraz opcjonalne czynności takie jak produkcja i sprzedaż artykułów promocyjnych a także działania związane z wydarzeniami w miejscu docelowym. Certyfikacja jest dobrowolna. Podlegające ocenie wymogi dotyczące kompetencji występują jedynie w deklarowanych wymaganiach działalności biura informacji, takich jak:

Tab.2. Fragment wymagań do certyfikacji biur informacji turystycznej wskazujących na kompetencje pracowników

zdolność do udzielenia informacji co najmniej w dwóch językach obcych
umiejętność zaproponowania alternatywnego rozwiązania w przypadku zakłóceń programu turystycznego, jego modyfikacji
realizacja przeglądu prasy codziennej
informowanie partnerów, instytucje, branżę o produktach i działaniach promocyjnych
identyfikacja potrzeby klientów
biuro turystyczne musi opisywać i informować o organizacji wydarzeń e miejscu docelowym, o charakterze kulturalnym, sportowym, rekreacyjnym lub gospodarczym
określić kryteria i sposoby rekrutacji oraz sposoby integracji cały personelu biura

Źródło: Règles de certification 237, Office de tourisme

Z zestawienia przedstawionego w tab. 2 wynika, że biura informacji turystycznej deklarują swoje kompetencje jako instytucji do wykonywania pewnych czynności a nie deklarują, że posiadają pracowników z takimi kompetencjami (jest oczywiste, że kompetencje instytucji zależą od kompetencji zatrudnionego w niej personelu ale ujęcie nie jest osobowe lecz instytucjonalne).

CERTYFIKAT ATRAKCJI - MIEJSC RECEPCJI TURYSTYCZNEJ (site de visite)

Certyfikat ten, zmodyfikowany w 2014 roku, dotyczy miejsc recepcji turystycznej, które spełniają łącznie następujące warunki: są miejscami publicznymi, w których turystyka jest jedną z działalności, posiadają recepcje z personelem, udostępnienie jest biletowane. Certyfikat jest umiejscowiony w kategorii „środowisko”. Stąd też akcent położony jest na zarządzanie, gospodarkę wodą i odpadami, odpowiedzialne zakupy czy użytkowanie produktów niebezpiecznych.

Podmiotem certyfikacji mogą być atrakcje (miejsca recepcji turystycznej) takie jak:

- zabytki dziedzictwa religijnego, cywilnego i militarne,
- muzea, ekomuzea,
- centra wystawowe,
- archeologiczne lub naturalne dziedzictwo podziemne,
- parki, ogrody, oranżerie,
- obiekty zoologiczne i akwaria,
- parki tematyczne i parki rozrywki.

Wymagania do otrzymania certyfikatu dotyczą spełnienia wielu, różnorodnych norm ekologicznych ale bez wymagań kompetencji.

ORGANIZATOR POBYTÓW LUB STAŻY JĘZYKOWYCH

Certyfikat ustanowiony w 2000 roku ma charakter dobrowolny. Dotyczy pobytów językowych które:

- są pobytami bez względu na czas ich trwania i są realizowane za granicą,
- które obejmują poza zajęciami językowymi takie usługi jak: zakwaterowanie, działalność kulturalna, sport, transport, opieka.

Organizatorzy pobytów językowych zobowiązują się do:

- informowania o proponowanych pobytach,
- gwarancji jakości zakwaterowania,
- zapewnienia dostosowanych usług edukacyjnych, a także skuteczny nadzór nad procesem edukacyjnym i uzupełniającymi,
- gwarancji kwalifikacji nauczycieli i personelu zarządzającego.

Organizatorzy deklarują posiadanie następujących kompetencji:

- umiejętność zarządzania reklamacjami,
- umiejętność doboru nauczycieli języka,
- umiejętność przygotowania programu turystycznego lub kulturalnego,
- umiejętność ewaluacji satysfakcji uczestników.

Qualité Tourisme™

(Jakość w Turystyce)



Od 2005 roku funkcjonuje państwowa marka „Qualité Tourisme™” (jakość w turystyce) jako narodowy, turystyczny certyfikat jakości produktów i usług. Certyfikat obejmuje większość usług turystycznych i jest przyznawany usługodawcom spełniającym kryteria w zakresie higieny i bezpieczeństwa oraz akceptującym normy klasyfikacji wewnętrznej o ile one występują. Do listopada 2018 roku przyznano prawie 5 500 certyfikatów. Kryteriami wyboru są: respektowanie « karty krajowych zobowiązań jakości » (les engagements nationaux de qualité), poddawanie się audytowi co 5 lat, prowadzenie badań satysfakcji klientów, zarządzanie certyfikatem.

Za działalność w obszarze turystyki uznaje się działania prowadzone przez podmioty gospodarcze i publiczne oferujące następujące usługi:

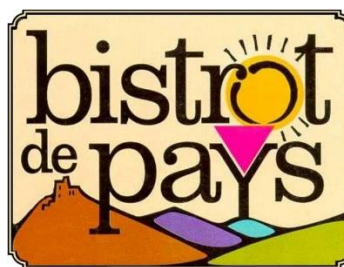
1. Zakwaterowanie (hotele, kemping, nocleg i śniadanie, noclegi zbiorowe, rezydencje turystyczne, wille wypoczynkowe, sezonowe agencje wynajmu),
2. Catering (restauracje, bary-brasserie),
3. Miejsca recepcji turystycznej ze zorganizowaną usługą recepcyjną. Miejscami tymi mogą być atrakcje tematyczne: miejsce pamięci, miejsce prehistorii, park tematyczny, ekomuzeum, park i ogród, przedsiębiorstwo produkcyjne,
4. Zwiedzanie z przewodnikiem: indywidualna lub zbiorowa usługa oferowana przez przewodnika,
5. Sport i rekreacja (sport, natura, park rozrywki, ośrodek rekreacyjny ...),
6. Centra kongresowe i seminaryjne,
7. Informacja turystyczna: biura informacji turystycznej i mariny,
8. Handel.

W roku 2018 została uproszczona procedura przyznawania znaku celem dostosowania się do wymagań jakościowych poszczególnych partnerów, wzmocnienia i konsolidacji rozpoznawalności znaku w branży turystycznej, pozyskania nowych jednostek chcących poddać się certyfikacji.

Na szczeblu krajowym znak jest zarządzany przez **Comité National de Gestion de la Marque Qualité Tourisme™ - CNGM** (Państwowy Komitet Zarządzania Marką Jakości Turystyka™), funkcjonujący przy Dyrekcji Generalnej Przedsiębiorstw (DGE), podległej pod-dyrekcji ds. turystyki w Ministerstwie Gospodarki i Finansów. Odpowiada za monitorowanie marki i jej rozwój, sprawdza aplikację (wniosek o certyfikację) od krajowych partnerów, przeprowadza kontrolę wszystkich partnerów pod kątem prawidłowości prowadzonych procedur jakościowych wynikających z uzyskanego certyfikatu oraz podejmuje decyzję o przyznaniu lub odmowie prawa do używania znaku. W skład CNGM wchodzi przedstawiciele dwóch kategorii podmiotów: członkowie stali oraz partnerzy, wybrani przez pod-dyrekcję ds. turystyki zgodnie z liczbą certyfikowanych obiektów np. w sieci hotelowej. Na szczeblu regionalnym istnieją zdecentralizowane Komitety Regionalne Zarządzania Marką.

Partnerami mogą być firmy handlowe, stowarzyszenia, sieci hotelowe, Komitety Departamentalne i Regionalne Turystyki, Izby Przemysłowo-Handlowe.

Poniżej w formie logotypu zestawiono partnerów krajowych znaku jakości na rok 20128, którymi są przedsiębiorstwa hotelowe, gastronomiczne, biura informacji turystycznej, izby przemysłowo-handlowe, czy tematyczne stacje turystyczne.





les Collectionneurs®

Restaurateurs, Hôteliers, Voyageurs





PÔLE
INTERNATIONAL
DE LA PRÉHISTOIRE





Obowiązki partnerów marki QUALITY TOURISM™ są następujące⁶:

- promocja marki wśród swoich członków/oddziałów i / lub profesjonalistów, którzy wywodzą się z ich obszaru geograficznego kompetencji czyli na przykład z tego samego regionu,
- wstępne wsparcie przedsiębiorców aplikujących o certyfikat,
- organizacja badań satysfakcji klientów,
- organizacja audytu zewnętrznego, niezależnego co najmniej co 5 lat w oparciu o standardy DGE,
- przekazywanie dokumentacji kandydatów do regionalnego komitetu zarządzania marką,
- monitoring jakości ich afiliowanych lub powiązanych instytucji,
- promocja marki dla ogółu społeczeństwa w ramach jej komunikacji publicznej,
- zarządzanie bazą danych krajowych marek turystycznych.

⁶ Wszystkie obowiązki i kryteria są opisane w „REGLEMENT D’USAGE DE LA MARQUE COLLECTIVE QUALITE TOURISME™” 2018

Partnerzy zobowiązują się do wdrożenia wszystkich zobowiązań i opisanie ich w swoim wniosku aplikacyjnym. Analiza kandydatury dotyczy w szczególności adekwatności środków proponowanych przez kandydata z wymogami Regulaminu.

Kryteria przyznania znaku obejmują:

- zgodność z wymogami regulacyjnymi danej działalności,
- klasyfikacja podana w kodeksie turystycznym (będącym sumą regulacji prawnych dotyczących turystyki) jeżeli istnieje dla danej działalności (dotyczy głównie obiektów noclegowych),
- Wynik audytu (co najmniej 85% wyniku obliczonego przy użyciu standardów DGE podczas audytu zewnętrznego w formule tajemniczy klient).

Obowiązki posiadaczy marki:

- promocja przynależności do marki QUALITE TOURISME™ do ogółu społeczeństwa lub jego klientów/odwiedzających,
- zarządzanie satysfakcją klienta, w tym brak poważnych reklamacji,
- przestrzeganie minimalnej częstotliwości audytów (co 5 lat w przypadku instytucji współpracujących lub co 3 lata po audycie wstępnym dla instytucji autonomicznych).

Metodę obliczania "Jakości turystyki" przedstawiono w poniższej tabeli. Wynik "Jakości Turystyki" uzyskuje się poprzez ważenie wartości dodanej każdego obszaru.

Tab.3. Składniki metodyki obliczania wartości marki „Jakość turystyki”

zakres	próg rekomendowany	dopuszczalne odchylenie	wartość
Informacja i komunikacja: kompleksowość informacji, aktualizacja nośników informacji wykorzystywanych przez klienta, oznaczenie jakości	80%	15%	85%
Wiedza i obycie: profesjonalizm, znajomość języków obcych, doradztwo, przyjęcie miłe i kurtuazyjne, dyspozycyjność	80%	35%	
Komfort i czystość: czystość, komfort wyposażenia, przestrzeni, otoczenia,	95%	25%	
Rozwój zrównoważony i waloryzacja lokalna: zarządzanie środowiskiem, integracja regionalna, wspieranie zasobów lokalnych	80%	5%	
Jakość usług: elementy komfortu podwyższające ogólna jakość i poziom satysfakcji klienta	80%	20%	

Źródło: Cahiers des charges du droit d'usage de la Marque Qualite Tourisme, Ministerstwo Gospodarki i Finansów, 2018

Z zestawienia zamieszczonego w tab. 3 wynika, że jednym ze składników branych pod uwagę przy obliczaniu wartości marki są kompetencje, a w szczególności takie elementy jak wiedza i kompetencje społeczne ale w odniesieniu do certyfikowanego produktu lub usługi a nie bezpośrednio wobec zatrudnianego personelu.

Znak **Qualité Tourisme™** jest przyznawany na podstawie repozytorium siatek kryteriów, opracowanej przez DGE przy współpracy partnerów. Siatki są opracowane dla każdego z podsektorów turystyki, pozwalając na dokonanie ewaluacji podczas audytów. Repozytoria składają się ze wspólnego rdzenia dla wszystkich sektorów i specyficznych kryteriów właściwych dla każdego podsektora. Są one aktualizowane raz w roku w lutym przez DGE. Na prośbę partnerów możliwe jest ich dostosowanie do specyfiki sektora poprzez dodanie nowych kryteriów dostosowanych do typu sektora.

W roku 2019 zostaną wprowadzane zaktualizowane siatki kryteriów dla obiektów typu: wioski wakacyjne, obiekty zakwaterowania grupowego, pałace kongresowe.

Poszukując wymagań kompetencyjnych, poniżej zestawiono przykładowe, deklarowane czynności wymagane w dwóch typach obiektów (zawarte w siatkach audytu) a odnoszące się do posiadania umiejętności wykonywania czynności. Wymaganie te jednak nie mają formalnego charakteru, opisanego w kartach siatki audytu, nie wiążą się z żadnym poziomem kwalifikacji formalnych.

Typ obiektu	Kompetencje -wybór
<p>Agencje wynajmu sezonowego</p>	<ul style="list-style-type: none"> - miły i przyjazny głos odbiorcy telefonu, - przedstawienie firmy, - precyzyjność przekazywanych informacji, - możliwość rozmowy w co najmniej jednym języku obcym , - udzielana jest informacja o świadczonych usługach, - potwierdzenie rezerwacji wysłany do 24 godzin, - czyste i schludne ubranie pracownika agencji, - powitanie, - pożegnanie klienta, - pozyskanie opinii klienta po wizycie poprzez portal, - udzielanie informacji o atrakcjach lokalnych, - doradztwo w wyborze atrakcji w okolicy,

	- analiza audytora na podstawie rozmowy czy właściciel posiada analizę potrzeb i kompetencji zasobów ludzkich (w przypadku agencji zatrudniającej ponad 5 osób).
Miejsca zwiedzania (lieux des visites)	jak wyżej oraz.. - umiejętność odpowiedzi na pytania podczas zwiedzania, - punktualność przewodnika, - przewodnik wykazuje elementarną znajomość pedagogiki podczas zwiedzania, - w przypadku degustacji przewodnik potrafi wyjaśnić pochodzenie, produkcję produktu (wino, ser...), - pracownik jest wrażliwy na selekcję odpadów i inne elementy ochrony środowiska (gospodarka wodą i energią), - udzielanie lokalnej informacji turystycznej.

Źródło: formularze audytu siatek kryteriów

W zobowiązaniu jednostek certyfikowanych wobec klienta wskazuje się na: **gościnność, życzliwy personel, znajomość języków obcych, umiejętność udzielania wyczerpujących informacji, czystość i komfort, możliwość poznania walorów miejsca docelowego, wsłuchiwanie się w opinię klienta, relacje z klientem, kultura osobista.**

Sygnalizowana powyżej « karta krajowych zobowiązań jakości (les engagements nationaux de qualité) opracowana we współpracy z przedstawicielami samorządu gospodarczego i organizacji turystycznych wskazuje na 5 grup czynników mających kluczowe znaczenia dla jakości:

- Komunikacja i informacja: kompletność, aktualność, system identyfikacji wizualnej znaku jakości,
- Wiedza: profesjonalizm, znajomość języków obcych, doradztwo, kurtuazja, dyspozycyjność,
- Komfort i czystość miejsca,
- Zrównoważony rozwój: zarządzanie środowiskiem, integracja regionalna, waloryzacja zasobów lokalnych,
- Jakość usługi: elementy komfortu i świadczenia usługi na wysokim poziomie jakości i satysfakcji klienta.

WNIOSKI - REKOMENDACJE

W objętych analizą procedurach certyfikacji nie ma wymogów dotyczących posiadania kwalifikacji przez personel, rozumianych jako posiadanie np. określonego poziomu wykształcenia. Procedury bardzo szczegółowe opisują niezbędny zakres usług/czynności co do przestrzegania których, zobowiązuje się poprzez oświadczenie jednostka ubiegająca się o certyfikat. W tych szczegółowych procedurach pojawiają się wymogi kompetencyjne.

W kontekście prac nad ZSK warto wskazać, że we Francji w edukacji formalnej identyfikuje się (także jako konsekwencję krajowych układów zbiorowych) przynajmniej 30 zawodów związanych z pięcioma obszarami przemysłu turystycznego:

- organizacja podróży i recepcja (obsługa),
- zakwaterowanie,
- gastronomia,
- transport,
- czas wolny -rekreacja (loisirs).

W wielu francuskich certyfikatach w odniesieniu do kompetencji osobowych wskazuje się „umiejętność doboru kadry”, „rekrutacja kadry według ustanowionych zasad wewnętrznych”.

Należy domniemywać, że w wielu wypadkach dobór kadr wiąże się z systemem edukacji „turystycznej”, w którym, w odróżnieniu od polskiego, wyróżnia dość szczegółowo nabyte kompetencje (od poziomu V do III), przypisane do stanowisk pracy takich jak:

- agent biura recepcji turystycznej - agent d'accueil touristique),
- animator (assistant animateur du tourisme),
- agent techniczny turystyki (agent des services techniques du tourisme),
- agent poliwalentny instytucji turystycznych (agent polyvalent des organismes de tourisme).

Wyraźnie wyróżnia się także zawód związane z turystyką wyjazdową: **technik-handlowiec turystycznych z opcją sprzedaży lub komercjalizacji** (technicien commercial du tourisme options vente ou commercialisation) oraz dwa zawody związane z recepcją w miejscu docelowym: **technik recepcji turystycznej z opcją pilot⁷-osoba oprowadzające lub animator turystyki lokalnej**

⁷ we Francji nie istnieje uprawnienie pilota wycieczek w rozumieniu dotychczasowego polskiego rozwiązania

(technicien d'accueil touristique options accompagnement ou animation i animateur de tourisme local).

Kolejnymi stanowiskami są: **technik gościnności** (technicien d'accueil), **technik sprzedaży usług turystycznych** (vente de services touristiques), **technik sprzedaży usług turystyki biznesowej, asystent handlowy w turystyce i hotelarstwie**.

Szkolnictwo publiczne prowadzi także edukację w zawodzie «**sprzedaż biletów i organizacja usług podróźniczych**» (télébilletterie et services voyages orientée sur le versant tourisme émetteur).

Na kolejnych poziomach i specjalizacja związanych z hotelarstwem występują zawody takie jak: **gościnność w hotelarstwie, pracownik pięter, hotelarstwo plenerowe czy barman. Lista ta nie jest pełna**.

Powyższy katalog zawodów stwarza możliwości doboru formalnego pracowników w zależności od czynności wykonywanych przez jednostkę certyfikującą.

Porównując edukację formalną w Polsce i we Francji powinno się odpowiedzieć na pytanie czy w polskim systemie edukacji przyjęte zawody, o wyższym stopniu uogólnienia, są rozwiązaniem nowoczesnym, nie przesądzając czy takim jest koncepcja francuska.