

STV FST  
Finkenhübelweg 11  
Postfach  
CH-3001 Bern

T +41 31 307 47 47  
F +41 31 307 47 48  
info@stv-fst.ch  
www.stv-fst.ch

**STV FST**



Schweizer Tourismus-Verband  
Fédération suisse du tourisme  
Federazione svizzera del turismo  
Federaziun svizra dal turissem

## WELLNESS DESTINATION

1<sup>er</sup> janvier 2021

# LISTE DES CRITÈRES ET AUTO-DÉCLARATION 2021–2023

1	Faits et chiffres .....	2
2	L'esprit du wellness.....	3
3	Caractéristiques de la destination ou de la localité. ....	4
4	Intégration de la population et des clients .....	5
5	Organisation touristique/centre touristique .....	5
6	Exigences imposées aux établissements partenaires* .....	6
7	Infrastructures de wellness .....	7
8	Offres de wellness .....	8
9	Communication: documents imprimés et site web .....	10
10	Documents à déposer .....	11
11	Audit externe.....	12

## CONTACT ET INFORMATIONS SUR LA DESTINATION

Organisation touristique	Responsable qualité du label «Wellness Destination»
Adresse	NPA/ localité
E-mail	Site web
Téléphone	Ligne directe
Nombre d'hôtels	Lits d'hôtels disponibles

## 1 FAITS ET CHIFFRES

### INFORMATIONS GÉNÉRALES

Le profil de qualité de la «Wellness Destination» est défini à partir d'une auto-évaluation. Nous vous prions de bien vouloir déposer votre candidature pour le label de qualité «Wellness Destination» auprès de la Fédération suisse du tourisme (FST) **d'ici le 31 mars 2020** sous forme numérique. La FST examinera les dossiers et les personnes chargées des contrôles se rendront dans les destinations au plus tard fin août 2020. La commission d'assurance qualité (CAQ) décidera ensuite de l'attribution du label. Celle-ci interviendra au plus tard à la fin du mois de novembre de la même année et sera communiquée par écrit.

### DÉFINITION DE LA DESTINATION À LABELLISER

Le label distingue les localités de vacances dont l'offre est particulièrement axée sur les besoins du groupe cible des «clients wellness» et qui accordent une attention particulière à la durabilité de leurs prestations. Le client associe la notion de «destination» au lieu où il passe ses vacances. C'est la raison pour laquelle le label distingue l'endroit où le client trouve les prestations déterminantes et non l'unité d'organisation responsable (organisation touristique, DMO, etc.). Dans le contexte du label, le terme de «destination» est utilisé exclusivement dans le sens de «destination de vacances». Dans la commercialisation, les destinations n'ont le droit d'utiliser le label qu'en rapport avec le nom de la localité certifiée.

Les infrastructures et offres nécessaires pour le label sont localisés dans la destination selon les critères suivants:

Cercle intérieur: l'infrastructure wellness et l'offre peuvent être atteintes dans un rayon de 10 minutes par les moyens de transport usuels dans la localité.

Cercle extérieur: l'infrastructure wellness et l'offre peuvent être atteintes dans un rayon de 30 minutes par les moyens de transport usuels dans la localité.

→Tous les points qui doivent se trouver dans le cercle intérieur sont indiqués sur un fond bleu.

### DÉFINITION DES ÉTABLISSEMENTS PARTENAIRES

Les établissements dont l'offre participe largement à l'offre visée par le label et qui apparaissent ainsi dans l'auto-déclaration sont qualifiés d'établissements partenaires de la destination (par ex. hôtel, restaurant, piscine, studio de massage, entreprise de transport, centre sportif, etc.). Ils doivent signer la convention de partenariat qui les oblige à respecter les critères et directives requis.

### HÔTELS (POINT 7)

Il existe dans la destination **au moins deux** hôtels Wellness ou Medical Wellness **au sens des catégories de spécialisations selon la classification d'HotellerieSuisse**, ou au moins **un** hôtel Wellness ou Medical Wellness selon la classification d'HotellerieSuisse et **un établissement thermal labellisé «Santé»** et **accessible au public**, qui est membre de l'association Espaces thermaux et maisons de cure suisses.

## 2 L'ESPRIT DU WELLNESS

Une «Wellness Destination» a pour but de vivre l'approche wellness de manière globale, soit de la part de la population locale, soit de la part du personnel des établissements wellness ou du client lui-même. Le wellness est une philosophie de vie et un style de vie. Diverses mesures et offres aident le client à utiliser au mieux son propre potentiel, par exemple par le biais d'un entraînement ciblé, d'activités physiques en plein air, d'un régime alimentaire bien pensé, de techniques de décontraction visant à réduire le stress, etc. Dans l'idéal, cet objectif est atteint en s'appuyant sur des bases médicinales et thérapeutiques liées à la localité.

Pour pouvoir vérifier la mise en œuvre de l'esprit du wellness dans une destination, la candidature doit être accompagnée du dépôt d'un **concept d'ensemble** contenant les points suivants:

- Stratégie de la destination mettant en exergue la priorité wellness
- Positionnement de la destination dans le domaine du wellness
- Plan et mesures de marketing en matière de wellness
- Planification personnelle des ressources de la personne responsable du label «Wellness Destination» (par ex. sous la forme d'un descriptif de poste)
- Justificatif d'un concept énergétique ainsi que mesures concrètes de promotion du développement durable (sur le plan écologique, économique, social)
- Assurance qualité: le concept fait ressortir ce qui est entrepris activement sur place pour mesurer et améliorer la qualité
- Indication des raisons pour lesquelles la destination veut obtenir le label et le mérite

L'étendue de ce concept est libre, mais tous les points décrits plus haut doivent y être représentés.

**3 CARACTÉRISTIQUES DE LA DESTINATION/DE LA LOCALITÉ**

→ Obligatoire: au moins 7 critères doivent être remplis, dont au moins 5 dans le cercle intérieur (sur fond bleu).

	satisfait	Description/explication	Audit externe ( <i>ne pas remplir</i> )
<b>Parking, espaces verts dans le centre</b> Description: signalisation, taille, etc.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>Zone de forêt ou de montagne</b> Description: superficie, itinéraires, temps, accessibilité, etc.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>Zone de protection naturelle, parc naturel ou parc national</b> Description: superficie, accessibilité, circuits	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>Découvertes naturelles particulières, par ex. cascade, gorge</b> Description: type/particularité	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>Cours d'eau ou sources thermales/minérales</b> Description: piscine, lac, rivière	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>Remèdes naturels liés à la localité</b> Description: terre médicinale, tourbe, boue, herbes, air, sel, eau	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>Lieux d'énergie, itinéraires de pèlerinage</b> Description: gorges, cascades, chemin de St-Jacques, chapelles	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>Culture</b> Site villageois authentique, tradition vivante, manifestations touristiques régulières Exemples: lectures, visites guidées, musées, découverte de l'artisanat, fromagerie de démonstration, etc. (doit pouvoir être expérimenté; offre concrète en rapport avec la philosophie wellness et publiée dans le calendrier des manifestations.)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>Zones à vitesse réduite / zones piétonnes / zones de rencontre</b> Vitesse limitée à 30 km/h	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>Accessibilité / transports publics</b> Le centre de la destination peut être atteint par les transports publics	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

## 4 INTÉGRATION DE LA POPULATION ET DES CLIENTS

	satisfait	Description/explication	Audit externe (ne pas remplir)
Les offices, autorités et autres institutions de la destination (associations, entreprises) s'allient à l'organisation touristique pour améliorer les conditions-cadres de la santé de la population et des clients. <input type="checkbox"/> Des justificatifs doivent être fournis.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Politique régionale consciente de la santé: dans toutes les planifications et décisions concernées, il convient de documenter que la planification/décision n'a, à tout le moins, aucune incidence négative sur la qualité de la santé de la population et des clients. <input type="checkbox"/> Au moins trois justificatifs doivent être fournis (parties du concept de durabilité).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

## 5 ORGANISATION TOURISTIQUE / CENTRE TOURISTIQUE

### 5.1 Organisation touristique

	satisfait	Description/explication	Audit externe (ne pas remplir)
L'OT est l' <b>interface</b> reconnaissable entre tous les prestataires de wellness sur place, vis-à-vis des clients et de la population. Il existe au sein de l'OT une personne responsable qui assure la coordination de tout ce qui touche au wellness, élabore un portefeuille d'offre harmonisé en liaison avec les partenaires et répond de la formation des collaborateurs de l'OT. Un descriptif de poste de la personne responsable conformément au chapitre 2 est soumis à l'organe de contrôle.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Le groupe cible des clients wellness est traité de manière prioritaire dans la communication. <input type="checkbox"/> Un justificatif doit être fourni (site web, produits, brochures, documents de stratégie, etc.).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
L'OT est détentrice du <b>label de qualité du tourisme suisse (QI-III)</b> .	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Une <b>chaîne de service</b> est établie pour le groupe cible wellness (par analogie avec QI). <input type="checkbox"/> Un justificatif doit être fourni.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Un <b>plan d'action</b> pour le domaine du wellness est établi et déposé. <input type="checkbox"/> Un justificatif doit être fourni chaque année.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Au moins une fois par an, tous les établissements partenaires sont invités à un <b>«atelier consacré aux produits wellness»</b> . <input type="checkbox"/> Un procès-verbal ou un compte rendu avec liste des participants doit être déposé.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Pendant la période de labellisation, au moins trois développements de produits/offres ou perfectionnements de l'offre portant prioritairement sur le wellness sont comptabilisés. <input type="checkbox"/> Un justificatif doit être fourni chaque année.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

L'OT organise au moins une fois par an **une manifestation** touchant au wellness, à l'eau ou à la santé.  Un justificatif doit être fourni chaque année.



La personne responsable de la qualité dans la Wellness Destination participe à des manifestations de réseautage (journée des labels, Forum ITW, etc.).

## 5.2 Centre touristique / Centre d'information

	satisfait	Description/explication	Audit externe (ne pas remplir)
L'impression d'ensemble concernant les clients wellness est cohérente et le matériel d'information sur le sujet du wellness est présenté de façon bien visible.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Le personnel du centre touristique donne activement et avec compétence des renseignements sur la philosophie, le label et les diverses offres, programmes et activités de wellness (programme hebdomadaire, brochures, dépliants, tableau d'affichage et site web).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Les offres forfaitaires/découvertes (point 8.5) peuvent être réservées au centre touristique et en ligne.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Le <b>certificat</b> attestant de l'obtention du label « <b>Wellness Destination</b> » est disposé dans le centre touristique <b>de manière bien visible</b> .	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

## 6 EXIGENCES IMPOSÉES AUX ÉTABLISSEMENTS PARTENAIRES \*

	satisfait	Description/explication	Audit externe (ne pas remplir)
La <b>convention de partenariat est signée</b> par tous les établissements partenaires participants. <input type="checkbox"/> Un exemplaire complet et signé de la convention doit être remis.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Le <b>certificat de partenariat</b> est disposé de façon <b>bien visible</b> dans tous les établissements partenaires.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
La participation à l'atelier de la destination consacré aux produits est <b>obligatoire au moins une fois par an</b> pour chaque établissement partenaire. L'établissement qui n'y participe pas au moins une fois par an n'est plus admis comme établissement partenaire. Le contrôle des présences est du ressort de l'organisation touristique.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Dans la <b>communication</b> (site web, brochures, etc.), le <b>logo</b> «Wellness Destination» est <b>intégré et connecté de manière bien visible. Il est utilisé activement dans la communication.</b>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

\* Tous les prestataires wellness pertinents de la destination doivent être des établissements partenaires.  
 Les établissements mentionnés dans l’auto-déclaration sont considérés comme des établissements partenaires et doivent avoir signé la convention.

## 7 INFRASTRUCTURES DE WELLNESS

Publiques, ouvertes toute l’année, 7 jours par semaine et accessibles à toute la destination \*

→ Obligatoirement dans le cercle intérieur = sur fond bleu

	satisfait	Justification/établissements *	Audit externe (ne pas remplir)
Dans la destination, le client wellness dispose d’au moins <b>400 m<sup>2</sup></b> de surface aquatique totale (thermes, piscines couvertes et/ou en plein air, installations de l’hôtel) répartie entre 2 établissements au maximum.*	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Dans la destination, le client wellness dispose d’au moins <b>2 saunas différents</b> dotés chacun de 3 hammams différents.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Dans la destination, les prestataires de wellness proposent des <b>espaces de détente et de repos</b> séparés dotés d’un nombre suffisant de chaises longues (en particulier à tout moment pour les visiteurs des zones de sauna, même en cas de forte fréquentation). Des <b>boissons</b> (eau, thé) sont librement disponibles.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Dans la destination, les <b>zones de spa et de wellness</b> disposent globalement d’un nombre suffisant de <b>salles de soins</b> pour des applications thérapeutiques et cosmétiques, de sorte que des conseils et des traitements sont possibles même en cas de forte fréquentation (y compris studios cosmétiques publics, cabinets de podologie ou cliniques de réadaptation avec salles de traitement).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Il existe au moins <b>2 salles de fitness</b> avec accompagnement (dont une dans le cercle intérieur) dans la destination.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
La <b>location d’équipements sportifs</b> (vélos, skis, bateaux, etc.) est assurée dans la destination.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Le client wellness dispose d’un parc de nordic walking, d’un parcours Vita et/ou de sentiers thématiques wellness axés sur la santé.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Dans la destination, il existe <b>au moins 2 hôtels Wellness</b> ou Medical Wellness <b>selon la classification d’HotellerieSuisse</b> , ou au moins <b>un hôtel Wellness</b> ou Medical Wellness selon la classification d’HotellerieSuisse et <b>un établissement thermal labellisé «Santé»</b> , membre de l’association Espaces thermaux et maisons de cure suisses.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Autres infrastructures wellness sur place (installation pour cure Kneipp, etc.).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

\* Tous les établissements mentionnés dans l'auto-déclaration sont considérés comme des établissements partenaires et doivent avoir signé la convention (voir point 6). Les dérogations à la norme peuvent être admises à titre ponctuel si le reste de l'offre est complet et que l'esprit du wellness est vivant et perceptible.

## 8 OFFRES WELLNESS

Les offres wellness sont disponibles de manière à permettre les conseils et les traitements même en cas de forte fréquentation.  
 → Obligatoire: au moins 1 offre par catégorie et au total au moins 15 offres pendant au moins 30 semaines par an.

### 8.1 Offres d'activités physiques

	satisfait	Justification/établissements *	Audit externe (ne pas remplir)
<b>Plusieurs</b> activités en plein air sont proposées dans la destination: randonnées, canoë, circuits à vélo, bains de forêt, circuits à raquettes, nordic walking, etc.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>Plusieurs</b> des activités suivantes sont proposées dans la destination: yoga, qi gong, pilates, zumba, spinning, etc.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Les activités proposées sont offertes à des niveaux différents.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Autres offres spéciales d'activités physiques	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

### 8.2 Offres de détente

	satisfait	Justification/établissements *	Audit externe (ne pas remplir)
<b>Plusieurs</b> des activités suivantes sont proposées dans la destination: méditation, massages, ayurveda, reiki, thérapie sonore, etc.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Il est proposé dans la destination des offres spa & beauty telles que vinothérapie, bains au petit-lait, traitements cosmétiques, etc.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Il existe dans la destination des offres spirituelles de décompression, telles qu'hébergement au couvent, désintoxication numérique, etc.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Des traitements faisant appel à des remèdes locaux sont proposés dans la destination (massages/bains/thés aux herbes, enveloppements, bains de boue, etc.).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Un ou plusieurs «signature treatments» sont proposés dans la destination.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Autres offres spéciales de détente	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>



### 8.3 Offres de restauration

	satisfait	Justification/établissements *	Audit externe (ne pas remplir)
<b>Gastronomie</b>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Au moins 10% des restaurants de la localité inscrits dans les registres de l'OT proposent une alimentation axée sur la santé comportant en majorité des produits régionaux et saisonniers. Leurs origines sont déclarées. Au moins un établissement de restauration est signataire de la convention de partenariat.			
<b>Alimentation</b>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Il existe dans la destination un magasin bio ou diététique, ou une ferme vendant directement des produits bio certifiés.			
<b>Des programmes diététiques spéciaux, régimes et autres</b> sont proposés:	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
sans gluten, sans lactose, végan, équilibre acido-basique, régime dissocié, lowcarb, etc.			
Autres offres alimentaires spéciales	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

### 8.4 Conseils individuels de wellness/amélioration des performances

	satisfait	Justification/établissements*	Audit externe (ne pas remplir)
Il existe dans la destination au moins un spécialiste disponible cinq jours par semaine pour dispenser des conseils et établir un programme individuel pour les clients wellness (par ex. médecin du sport, diététicien, naturopathe, coach de santé, etc.).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Il est possible de faire dans la destination un check-up médical approfondi servant de base à l'établissement d'un programme wellness individuel.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Sur demande, un programme d'entraînement individuel peut être établi (paquet sportif scientifique).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Divers types de conseils sont proposés dans la destination, par ex. conseils diététiques, entraînement mental, life coaching.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Le client wellness dispose sur place d'un nombre suffisant de physiothérapeutes formés, de sorte que des conseils et des traitements sont possibles même en cas de forte fréquentation.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Diverses activités de nature à stimuler les capacités sont proposées dans la destination, par ex. entraînement à l'altitude, préparation au marathon, etc.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Autres offres spéciales de soutien et de conseils	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

## 8.5 Autres prestations de wellness et/ou de santé

	satisfait	Justification/établissements *	Audit externe (ne pas remplir)
Des excursions guidées vers des sites touristiques régionaux sont proposées dans la destination.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
L'offre médicale dans la destination est assurée par un médecin. Il existe une gestion des urgences disponible 7 jours sur 7.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Dans la destination, au moins <b>3 expériences/offres forfaitaires réservables touchant au wellness/à la santé sont proposées.</b> <input type="checkbox"/> Un justificatif doit être fourni.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Autres prestations wellness et/ou de santé	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

\* Tous les établissements mentionnés dans l'auto-déclaration sont considérés comme des établissements partenaires et doivent avoir signé la convention (voir point 6).

## 9 COMMUNICATION: NUMÉRIQUE ET ANALOGIQUE

	satisfait	Justification	Audit externe (ne pas remplir)
Le <b>site web</b> comporte une <b>rubrique «wellness»</b> contenant des informations détaillées sur les diverses offres de wellness.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Le <b>logo</b> du label de qualité «Wellness Destination» figure sur la page d'accueil et sur toutes les pages wellness et <b>relie au site de la FST</b> ( <a href="http://www.stv-fst.ch/wellness">www.stv-fst.ch/wellness</a> ).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Le label (y compris le logo) est expliqué sur le site web de l'OT et <b>relie au site de la FST</b> ( <a href="http://www.stv-fst.ch/wellness">www.stv-fst.ch/wellness</a> ).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Le logo du label de qualité «Wellness Destination» figure sur tous les canaux de communication numériques et analogiques (applications, documents imprimés, encarts, stands de foires, etc). avec l'indication du public cible «wellness». <input type="checkbox"/> Veuillez fournir les justificatifs sous forme numérique	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>Des informations</b> touchant au wellness sont disponibles pour téléchargement. <b>Des brochures</b> sont remises/envoyées <b>gratuitement.</b>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Des brochures wellness/dépliants d'information (le cas échéant) et la <b>priorité «Wellness»</b> complémentaire sont mentionnées dans d'autres brochures de vacances de la destination.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>Des informations</b> touchant au wellness et aux offres de wellness sont <b>disposées</b> dans les hôtels, dans les appartements de vacances, près des remontées mécaniques, dans le centre touristique et <b>sont affichées dans les lieux publics.</b>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Tous les établissements partenaires sont indiqués et reliés sur le site web de l'OT.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les établissements partenaires (hôtels, piscines, etc.) sont caractérisés par le logo «Wellness Destination» dans la brochure wellness et dans les autres répertoires.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 10 DOCUMENTS À FOURNIR

Sur la base des critères de qualité valables, nous attendons de recevoir avec la candidature et en complément de l'auto-déclaration les documents et justificatifs suivants:

- Auto-déclaration sous forme imprimée ou électronique** à [wellness@stv-fst.ch](mailto:wellness@stv-fst.ch)
- Concept wellness** exhaustif
- Justificatif de l'**intégration de la population/des clients**, collaboration avec l'OT pour améliorer la santé (cf. critère 4)
- Justificatif d'une **politique régionale sensible à la santé** sous forme d'au moins trois exemples récents (cf. critère 4)
- Justificatif de l'axe prioritaire «**wellness**» dans la **communication** (site web, dépliants, brochures, etc.) (cf. critère 5.1.)
- Descriptif de poste/cahier des charges de la personne responsable de la destination Wellness au sein de l'OT (cf. critère 5.1.)
- Chaîne de service** pour le groupe cible «wellness» (cf. critère 5.1.)
- Plan d'action pour le segment de clientèle** «wellness»  modèle disponible à l'adresse: [www.stv-fst.ch/wellness](http://www.stv-fst.ch/wellness) oder im Q-Portal (cf. critère 5.1.)
- Information (procès-verbal) sur la tenue d'un «**atelier consacré aux produits**» (cf. critère 5.1.)
- Justificatif du **développement de produits/d'offres** en matière de wellness (introduction du forfait wellness, nouveau parcours Kneipp, etc.) (cf. critère 5.1.)
- Justificatif d'une **manifestation par an** sur le thème du wellness, de l'eau, de la santé (dépliants, site web, etc.) (cf. critère 5.1.)
- Convention de partenariat** dûment signée  modèle disponible à l'adresse: [www.stv-fst.ch/wellness](http://www.stv-fst.ch/wellness) (cf. critère 6)
- Justificatifs des diverses offres de wellness et **d'au moins trois découvertes ou offres forfaitaires réservables** (cf. critère 8.5)

### NOTA BENE

Le plan d'action, un procès-verbal de «l'atelier consacré aux produits» ainsi que les justificatifs du développement de l'offre et des manifestations doivent être soumis chaque année avant la fin du mois d'octobre. Le plan d'action peut également être remis par le biais du portail Qualité dans le cadre du programme Qualité (QI/QII). Dans ce cas, il convient au minimum de mettre en œuvre trois mesures pour le groupe cible wellness et d'informer l'organe de contrôle.

## 11 AUDIT EXTERNE

Ne pas remplir. Sera rempli par l'organe de contrôle ou par la personne chargée du contrôle.

**OBSERVATIONS:**

**RECOMMANDATION À L'INTENTION DE LA CAQ:**