

<p style="text-align: center;">COMPTE RENDU DU GROUPE DE TRAVAIL FAMILLE PLUS MER Mardi 18 septembre 2007</p>

Présents

- Mme Clothilde BERTHEMET, Conseillère Municipale déléguée au tourisme de CARANTEC
- M. Patrice BERTRAND, Directeur de l'Office de Tourisme de ST CYPRIEN
- M. Michel BELLOUARD, Directeur de l'Office de Tourisme de ST GEORGES DE DIDONNE
- M. Christian BEZES, Directeur de l'Office de Tourisme du CAP D'AGDE et président du groupe de travail FAMILLE PLUS Mer
- M. Patrice BOULAIS, Directeur de l'Office de Tourisme de CABOURG
- Mme Véronique BRESSON, Directrice de l'Office de Tourisme de CARANTEC
- Mme Sylvie CALMELS, Responsable d'accueil de l'Office de Tourisme MAUGUIO CARNON
- M. Gilles D'ETTORE, Député Maire du CAP D'AGDE
- Mme Laure FROISSART, Directrice-adjointe ANMSM/Ski-France
- Mme GARCIN ZAITER, Responsable accueil de l'Office de Tourisme de ROQUEBRUNE SUR ARGENS
- Melle Aurélie KEDINGER, Chargée de Mission de l'ANMSCCT
- Mme Géraldine LEDUC, Directrice Générale de l'ANMSCCT
- M. Jean-Yves LE FLOCH, Directeur de l'Office de Tourisme de FOUESNANT
- Mme Sabine L'HERMET, Directrice de l'Office de Tourisme de DUNKERQUE
- M. MOREUL, Président de la Fédération des Clubs de Plage
- M. Bruno PALLEAU, Conseiller de Gilles D'ETTORE
- Jean-Pierre PAYA, Office de Tourisme de SAINT GEORGES DE DIDONNE
- M. André PERRILAT AMEDEE, Maire du GRAND BORNAND et Président du Comité de gestion FAMILLE PLUS
- Mme Joëlle ROHAUT, Secrétaire Générale de la Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air

M. André PERRILAT AMEDEE fait un rappel historique de la démarche et annonce qu'il cède la présidence du Comité de gestion à M. Gilles D'ETTORE, Député-maire du Cap d'Agde.

M. Gilles D'ETTORE, Député-maire du Cap d'Agde

La France est la première destination touristique mondiale. Derrière le développement du label c'est la destination France qui s'étoffe et gagne en qualité et en attractivité.

Il est nécessaire de montrer et valoriser l'intérêt de la destination France afin inciter la clientèle à rester et séjourner plus longtemps en France.

Il est prévu de présenter la démarche à M. Luc CHATEL, Secrétaire d'Etat délégué au tourisme et à la consommation, afin de faire émerger le label, le faire connaître et se faire entendre.

A plus grande échelle, il s'agirait de faire reconnaître l'économie touristique comme une économie à part entière.

Mme Joëlle ROHAUT, Secrétaire générale de la Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air propose la création d'un manuel de l'auditeur pour les audits à venir, avec une explication claire et mesurable de chaque critère.

De même, l'idée de séminaires ou de formation pour les référents de chaque commune est soulevée, avec en amont des questionnaires nous permettant de connaître leurs besoins, leurs difficultés...

M. Christian BEZES, Directeur de l'Office de Tourisme du Cap d'Agde et président du groupe de travail Mer s'interroge sur la pertinence des critères obligatoires et des critères optionnels : Ne faudrait il pas intégrer des coefficients pour chaque critère afin de ne pas les mettre tous au même niveau d'importance ? Certains coefficients doivent être plus élevés sur les points les plus importants.

De même, il faut garder une logique de qualité et s'interroger sur quels critères un prestataire peut être exclu.

Au niveau du suivi des communes et du label, il faut choisir une méthode pour faire vivre le label et en évaluer les coûts.

Une réflexion doit être menée sur les actions de communication pour l'année 2008 et trouver le moyen d'être relayé par les médias pour se faire connaître.

Dans un premier temps, l'objectif serait d'avoir une logique similaire sur l'ensemble des communes : même présentation, même rédaction, des modules tout prêts qui pourraient se trouver et être téléchargeable sur Internet par exemple.

L'idée de fournir un kit de présentation (sous forme de CD par exemple) avec une présentation identique pour tous (logos, textes prêts...) est actée.

Il est essentiel que cette idée d'homogénéité et de cohérence soit également appliquée sur les sites Internet des communes labellisées, en vu d'une meilleure lisibilité du label.

Une longue discussion est lancée sur la communication et la visibilité du label afin de faire connaître la marque. Il est très justement rappelé que la notoriété se fera également par la satisfaction du client (bouche à oreille).

Néanmoins, deux ou trois outils de communication doivent être déterminés et mis en place pour l'année 2008.

Le relais dans les communes labellisées est primordial : les communications doivent être mises en place sur le terrain, par le biais des prestataires labellisés, des sites Internet...

C'est l'occasion de mener des actions sur le terrain (conférences de presse etc.).

Pour associer les prestataires, il faut valoriser l'existence du label.

M. BOULAIS, Directeur de l'Office de Tourisme de Cabourg intervient sur ce point et pense que si des outils de communication étaient disponibles, des budgets pourraient être facilement débloqués au niveau des communes pour les acquérir.

Il est ainsi possible de proposer des outils de communication (affiches, panneaux, fanions...) que les communes achèteraient afin de relayer l'offre par des éléments visuels.

Un autre axe important est de trouver des partenaires afin mettre en place des accords pour relayer la marque (Tours Opérateurs...) et se distinguer.

Concernant les audits, plusieurs communes en mènent déjà selon les démarches qualités dans lesquelles elles sont engagées : l'objectif à mettre en place serait de ne faire des audits que sur les critères concernant les familles.

A travers l'exemple de la commune de Fouesnant, représentée par M. LE FLOCH, Directeur de l'Office de Tourisme, **il a été décidé que chaque Office de Tourisme mette à disposition des visiteurs un classeur FAMILLE PLUS avec une fiche par prestataire labellisé.**

Pour le territoire mer, il est essentiel de proposer au moins une activité liée aux activités nautiques ou à la mer : ce critère sera intégré dans la grille.

M. André PERRILAT AMEDEE rappelle qu'il est primordial de travailler avec les têtes de réseaux hébergement afin de mettre en place des critères d'évaluation avec eux.

Ce sera en plus un très bon support de communication.

Mme Joëlle ROHAUT, favorable à ce travail, propose de revoir les critères concernant les campings. Il serait possible d'intégrer dans les critères Camping Qualité déjà existants des critères spécifiques famille.

Cependant, afin de ne pas pénaliser les campings qui seraient dans l'impossibilité d'entrer dans la démarche Camping Qualité, nous pourrions nous servir de ces critères uniquement pour FAMILLE PLUS.

Les idées telles qu'un Kit d'accueil pour les familles ou le service de lits faits dans les gites ou les meublés seront à soumettre aux grands partenaires d'hébergements afin que ces critères entrent dans le référencement FAMILLE PLUS.

Concernant les restaurants, la même idée est soulevée pour travailler en réseau avec les grandes fédérations de restauration.

Précision : la notion de festival ou de spectacle est intégrée dans les animations proposées par la commune (Point 2.4 ou 2.5).

M. MOREUL, Président de la Fédération des clubs de Plage, propose que FAMILLE PLUS soit présent au salon nautique (du 31 novembre au 9 décembre) sur son stand et participe aux moments forts du salon.

Mme CALMELS, représentante de l'Office de Tourisme de MAUGUIO CARNON, propose que des animations spécifiques FAMILLE PLUS soient mises en place.

Suite à cette proposition, M. BEZES propose d'organiser une semaine FAMILLE PLUS dans toutes les stations Mer et si possible au niveau national.

Cela consisterait à organiser des animations et des événements tournés vers la famille sous le label FAMILLE PLUS durant une semaine pendant l'été.

Point pratique : Il a été acté que la signature du prestataire apparaîtrait sous la grille annexe remplie par celui-ci.

Concernant les audits, **un contrôle externe est obligatoire pour la crédibilité du label.**

Avis du groupe de travail

Il serait également intéressant de travailler avec un ou deux cabinets conseils par spécificité géographique : cela permettrait une cohérence entre les territoires et une négociation des prix.

Cela nous permettrait de mutualiser les moyens financiers et d'avoir une méthodologie globale mais s'adaptant en même temps à chaque commune.

Cela serait beaucoup plus efficace et positif que si chaque station s'adresse au cabinet qu'elle souhaite.

Ce point est à soulever durant le prochain comité de gestion, le 14 novembre 2007.