

FAMILLE PLUS- LES AUDITS

Dans le cadre de la démarche FAMILLE PLUS, les communes labellisées durant la période transitoire (entre le 1^{er} janvier 2006 et le 31 décembre 2008) doivent satisfaire à un audit d'évaluation au plus tard le 31 décembre 2008 et les nouvelles communes candidates à un audit d'entrée à partir de la session d'automne 2008.

Ainsi, les trois associations copropriétaires du label ont lancé une consultation au titre du label FAMILLE PLUS afin de sélectionner un nombre restreint de cabinets pour procéder à ces audits.

A la suite de cette sélection, quatre cabinets ont été officiellement retenus afin de vous proposer leurs services pour procéder aux audits d'évaluation et aux audits de contrôle du label FAMILLE PLUS.

Noms	Contact	Téléphone	Mail
Culture Kid	M. Patrick STELL	06 81 49 61 25	patrick.STELL@wanadoo.fr
DMC Consultants	M. Dominique MACOUIN	02 40 40 98 85	dmconsul@club-internet.fr
Protourisme	Mme Alexia MERCORELLI	04 79 72 80 07	alexiamerco@free.fr
SECOND AXE CONSULTANTS	M. Didier RACT MADOUX	01 53 40 84 20	secondaxeconsultants@yahoo.fr

1

AUDITS D'EVALUATION ET DE CONTROLE POUR LE LABEL FAMILLE PLUS Avril 2008

Il a été acté par le Comité de gestion que l'audit sur site se déroulera durant la saison touristique liée à chaque territoire, entre le 15 juillet et le 24 août 2008 pour les audits d'évaluation.

Pour ce faire, les communes devront avoir établi le choix du cabinet d'audit au plus tard le 15 mai 2008.

Méthode des audits

1- Prise de contact avec le référent FAMILLE PLUS de la commune

- **Objectifs** : Comprendre le fonctionnement de la commune et appréhender le pilotage.
- **Méthode** : Contacter le référent par téléphone ou par mails et/ou courriers pour apprécier le contexte et mesurer le niveau d'engagement.
- Envoi de la part du référent d'un document récapitulatif du dossier de candidature comprenant les prestataires engagés dans la démarche ainsi que des photos et documentations touristiques intéressants les familles ; Bien préciser au référent que les informations transmises au cabinet doivent être les plus précises et détaillées possible.

2- Audit documentaire :

Objectifs : Etudier et analyser le dossier de candidature auto-déclaratif (grilles, prestataires...) et les supports de communication concernés par la démarche : brochures, guides pratiques, sites Internet de l'office de tourisme ou/et des prestataires.

Méthode : Instruire le dossier de candidature et analyser les brochures et les sites Internet de l'office de tourisme, de la mairie, des prestataires, de tous les acteurs qui forment la vitrine touristique de la commune (respect des niveaux de performances requis, vérification présence et visibilité du logo, liens entre les différents sites...)

3- Enquêtes téléphoniques

Objectifs : Vérifier les informations contenues dans le dossier de candidature et dans les différents supports de communication.

Méthode : Enquêter par téléphone toutes les structures d'accueil et tous les prestataires engagés dans la démarche de la commune.

4- Audits sur site

Client mystère

Objectifs : Vérifier la présence et l'efficacité des services. Repérer les incohérences perçues par les clients et non identifiées en interne.

Méthode : Tester, à la place du client, les services des différentes structures d'accueil et les prestataires.

- Tous les points de la grille d'évaluation doivent être vérifiés et si besoin commentés
- L'essentiel est d'appréhender la qualité de l'accueil général et des informations destinées aux familles au sein de la structure d'accueil et des prestataires référencés
- Reportage photo
- Réflexion sur le pilotage de la démarche, les audits doivent amener de la valeur ajoutée

Rencontre sur site

Objectifs : Etablir un débat contradictoire entre le référent et l'auditeur à partir des niveaux de performance requis du référentiel. Rencontrer les différents acteurs : prestataires, hébergeurs... Vérifier la qualité des prestations.

Méthode : Prendre rendez-vous avec le référent pour une rencontre sur site. Transmettre un plan d'audit par courrier ou par mail en stipulant les points à vérifier et les personnes à rencontrer.

5- Le Rapport

Objectif : Etablir un rapport permettant d'apprécier au Comité national de Gestion de la marque la recevabilité de la candidature et tous les points de non-conformité.

Méthode : Rédiger un rapport reprenant tous les niveaux de performance requis du référentiel avec évaluation et commentaires (Celui-ci pourra être étayé par des photos ou tout autre document) et évaluant le pilotage qui sera transmis :

A la Commune

Au Comité national de Gestion de la marque

Il inclut :

- Une évaluation de la commune avec photos et vidéos
- Les actions à corriger
- Les préconisations faites

L'audit doit comprendre **deux phases** :

- Phase 1 : Audit documentaire

- Phase 2 : Audit sur site décliné en deux parties :

→ Le client mystère

→ Une réunion entre l'auditeur, le référent, l'équipe municipale...et tout autre acteur concerné par le pilotage de la démarche

Le temps de chaque étape est à déterminer au cas par cas, selon la taille de la commune et le nombre de prestataires.

Les communes seront donc auditées à partir des nouvelles grilles (mars 2008), à hauteur de 80% des critères, incluant les critères obligatoires.

Une restitution des audits sera faire lors d'une journée technique dans le cadre d'une réunion du Comité national de Gestion de la marque. Le Comité de gestion recevra le dossier complet de l'audit avec avis de l'auditeur, ainsi que les fiches actions correctives.

Pour tout complément d'information, n'hésitez pas à contacter Aurélie KEDINGER (akedinger@communes-touristiques.net ou 01 45 51 11 91) ou à contacter directement les cabinets.



Destination pour petits et grands