



## CAHIER DES CHARGES POUR L'ATTRIBUTION DE LA MARQUE



***FAMILLE PLUS, label national reconnu par le Ministère Délégué au Tourisme  
pour l'accueil des familles et des enfants***

- 1. Contexte général**
- 2. Responsabilité des parties**
- 3. Objet et domaine d'application**
- 4. Gestion de la marque**
- 5. Procédure d'obtention du droit d'usage de la marque FAMILLE PLUS**
  - a. Période transitoire d'obtention de la marque du 01/01/06 au 31/12/05
  - b. Déroulement de la procédure transitoire
  - c. Procédure à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2009
  - e. Lexique d'un auditeur qualité FAMILLE PLUS
- 6. Procédure de surveillance du droit d'usage de la marque**
  - a. Respect du référentiel
  - b. Satisfaction de la clientèle
- 7. Les engagements de la labellisation**
  - a. Responsabilités et nomination d'un référent FAMILLE PLUS
  - b. Information des agents communaux et des prestataires référencés
  - c. Auto-évaluation, contrôles et gestion des écarts
  - d. Traitement et suivi des réclamations clients
  - e. Enquêtes de satisfaction
  - f. Conservation des documents
- 8. Modalité de marquage**
  - a. Supports de marquage (OT/SI et prestataires référencés)
  - b. Conditions de démarquage
  - c. Usage abusif de la marque
  - d. Non-respect des engagements d'usage de la marque

# DOCUMENT 1

## 1. Contexte général

Le tourisme en France revêt une importance toute particulière, notamment pour le rôle qu'il joue dans la vie économique, l'aménagement du territoire, la création d'emplois et l'équilibre du commerce extérieur.

Dans ce contexte, il est important pour les communes à vocation touristique de:

- se différencier sur le marché de l'offre (nationale et internationale)
- valoriser la qualité de l'accueil et des prestations proposées aux familles
- se distinguer autour d'un signe propre (marque nationale FAMILLE PLUS)
- s'appuyer sur une communication spécifique en direction des clientèles cibles et des prescripteurs.

C'est pourquoi, il a été mis en place un dispositif national de qualification des communes touristiques pour l'accueil et les prestations proposées aux familles.

Ce dispositif a pour vocation d'améliorer les prestations et les services des communes en vue d'une satisfaction optimale de la clientèle des familles.

Pour les communes à vocation touristique, les enjeux de la qualification sont :

- l'engagement de tous les prestataires participant à la démarche vers des prestations de qualité
- le développement de la clientèle familiale (satisfaction et fidélisation)
- une différenciation face à la concurrence nationale et internationale
- La valorisation du label FAMILLE PLUS comme l'unique label national reconnu par le Ministère délégué au Tourisme pour l'accueil des familles et des enfants

## 2. Responsabilité des parties

En aucun cas les collectivités territoriales ou leurs groupements, bénéficiant du label FAMILLE PLUS, ne seront tenues responsables en cas de non-respect des normes de sécurité par les établissements qui se seront engagés dans cette démarche de labellisation.

Par ailleurs, aucune des trois Associations gestionnaires du label ne pourra être mise en cause par un consommateur insatisfait invoquant le label, les prestataires référencés FAMILLE PLUS étant eux-mêmes responsables puisqu'ils sont soumis à des normes précises et des critères de sécurité qu'ils doivent respecter.

## 3. Objet et domaine d'application

Le présent cahier des charges précise les conditions d'application de la marque FAMILLE PLUS dans le cadre des prestations mises en place par les communes à destination de tous les types de famille.

Les prestations sont les suivantes :

- |                             |   |
|-----------------------------|---|
| 1. Accueil et information   | 4. Découverte de l'environnement et des patrimoines |
| 2. Animations de la commune | 5. Hébergements et Restauration                     |
| 3. Activités                | 6. Équipement/Transport/Sécurité                    |

## DOCUMENT 1

Pour pouvoir prétendre à la marque FAMILLE PLUS, la commune doit adhérer au minimum à l'une des trois associations suivantes:

- Association Nationale des Maires des Stations Classées et des Communes Touristiques,
- Association Nationale des Maires des Stations de Montagne,
- Fédération Française des Stations Vertes de Vacances et des Villages de Neige.

#### 4. Gestion de la marque

FAMILLE PLUS est une marque communautaire dont le dépôt a été enregistré par l'O.H.M.I (Office pour l'Harmonisation dans le Marché Intérieur) sous le n°004431359 en date du 10.05.2005

Le **Comité de Gestion** de la marque est composé des 12 membres suivants :

- 1 Président (choisi parmi les élus des 3 associations)
  - 2 Vice-Présidents (un choisi parmi les élus de chacune des 2 autres associations)
  - 3 directeurs (un pour chacune des associations)
  - 3 techniciens (un pour chacune des associations)
  - 3 représentants des communes à vocation touristique (1 par espace).
- Et toute autre personne qualifiée à la demande du Comité de Gestion.

Le cas échéant ce Comité peut être élargi aux professionnels, élus et référents FAMILLE PLUS de chaque territoire.

#### 5. Procédure d'obtention du droit d'usage de la marque FAMILLE PLUS

Le dossier de candidature FAMILLE PLUS est téléchargeable depuis les sites Internet des 3 associations co-proprétaires de la marque :

- [www.skifrance.org](http://www.skifrance.org) pour l'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne/SKI France
- [www.communes-touristiques.net](http://www.communes-touristiques.net) pour l'Association Nationale des Maires des Stations Classées et des Communes Touristiques
- [www.stationsvertes.com](http://www.stationsvertes.com) pour la Fédération des Stations Vertes

Une note explicative concernant la préparation du dossier de candidature est consultable sur ces trois sites.

##### **a. Période transitoire d'obtention de la marque du 1<sup>er</sup> janvier 2006 au 31 décembre 2008**

Afin de permettre aux communes d'intégrer le label FAMILLE PLUS, une procédure d'accompagnement est mise en œuvre du 1<sup>er</sup> janvier 2006 au 31 décembre 2008.

Toutes les communes sélectionnées par le Comité de Gestion bénéficieront d'un accompagnement de la part de l'association à laquelle elles adhèrent, à travers notamment l'organisation de réunions d'information.

L'objectif est d'aider les communes à comprendre et adhérer totalement à la démarche afin d'atteindre les critères à la date du 31 décembre 2008 (80% de conformité).

## DOCUMENT 1

- **Les communes disposant d'un label d'accueil des familles et/ou des enfants** préalablement existant au label FAMILLE PLUS peuvent **intégrer directement la démarche dès le 1<sup>er</sup> janvier 2006**. Pour ce faire, elles doivent retourner un dossier de candidature à l'association à laquelle elles adhèrent qui le soumettra, pour validation, au Comité de Gestion.
- **Les communes ne disposant d'aucun label d'accueil des familles et/ou des enfants** doivent s'assurer qu'elles remplissent les conditions définies dans le cahier des charges et la grille d'évaluation. Elles s'engagent à respecter un **minimum de 60% de conformité des critères dans chacun des 6 thèmes de la grille d'évaluation**. Après accord du Comité de Gestion, elles pourront alors intégrer la démarche.

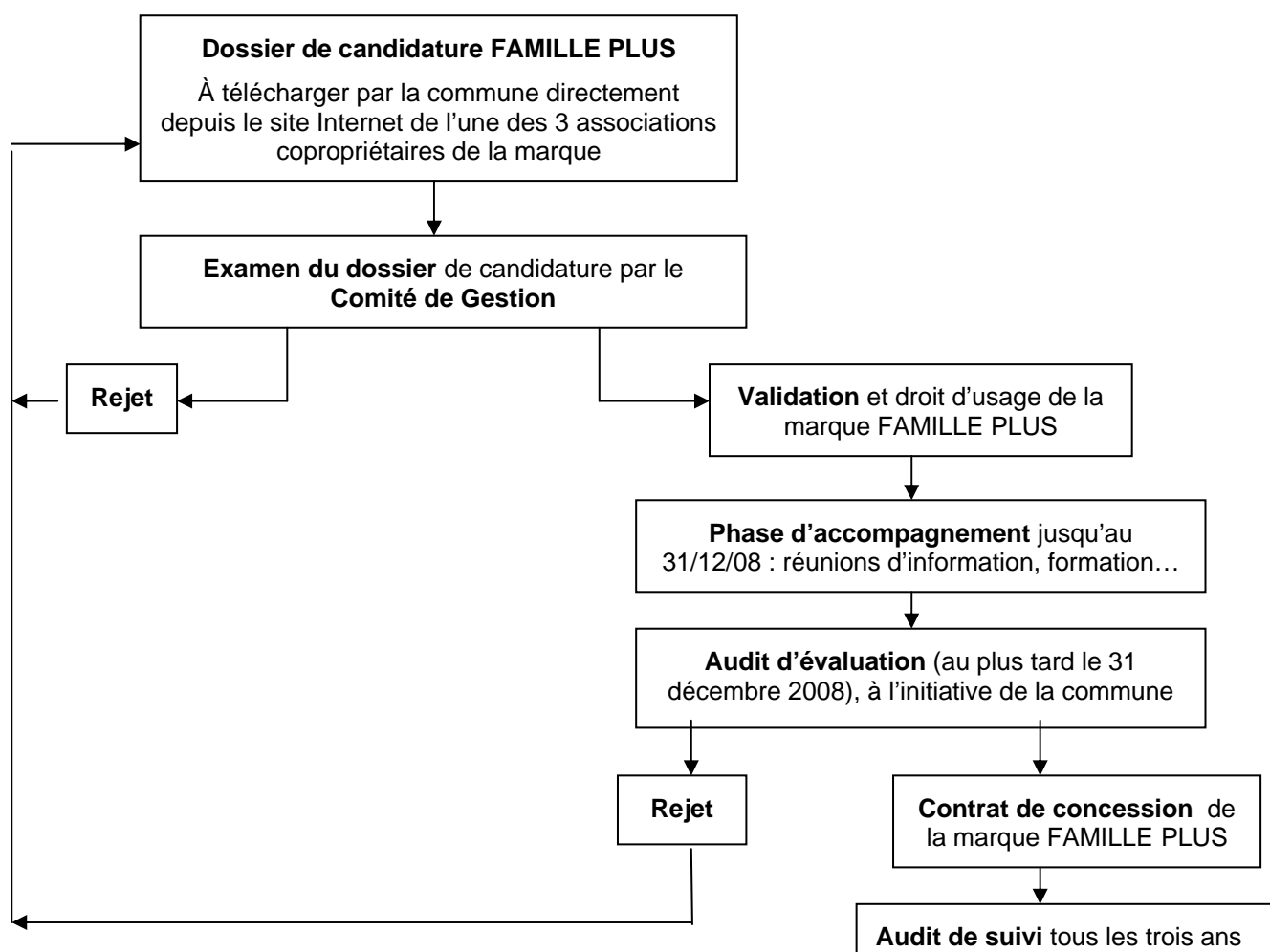
**Durant cette période transitoire, et après accord du Comité de Gestion, chacune des communes sélectionnées pourra utiliser la marque, sous réserve du respect des conditions requises.**

Elles bénéficieront de la procédure d'accompagnement et devront satisfaire à un audit d'évaluation, au plus tard le 31/12/2008, à l'issue duquel elles s'engageront à respecter les critères, pendant la durée d'usage de la marque FAMILLE PLUS, soit 3 ans.

**Ces mesures transitoires prendront fin le 31 décembre 2008.**

### **b. Déroulement de la procédure transitoire**

Le déroulement général de la procédure est présenté dans le schéma suivant :



## DOCUMENT 1

### **c. Procédure à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2009**

A compter de 1<sup>er</sup> janvier 2009, les communes souhaitant obtenir le label FAMILLE PLUS ne bénéficieront plus de cette période transitoire et devront se soumettre à un audit d'entrée.

La commune s'assure qu'elle remplit les conditions définies dans le cahier des charges et la grille d'évaluation. Elle s'engage à respecter un minimum de 80% de conformité dans chacun des 6 thèmes de la grille d'évaluation pour se voir attribuer la concession de la marque FAMILLE PLUS.

### **d. Lexique d'un auditeur qualité FAMILLE PLUS**

**Définition d'une « remarque » :** écart n'ayant pas d'impact significatif sur la satisfaction du client et n'entraînant pas de risque avéré (c'est-à-dire fondé sur des éléments objectifs de non-respect, récurrent ou unique en cas de risque très important, d'un engagement de service du référentiel FAMILLE PLUS).

**Quelle conduite à tenir face à une (des)remarques(s) ? :** il faut mettre en place une action dite « corrective » afin de rectifier un écart constaté par rapport au référentiel FAMILLE PLUS.

**La « remarque » est dite « levée »** si le représentant de la commune apporte la preuve, sans équivoque, de sa correction (après avoir mené une « action corrective »). Dans le cas contraire, **la remarque est « non levée »**.

**Trois étapes peuvent être relevées dans la conduite à tenir face à une (des) remarques :**

- **Etape 1 :** un ou plusieurs écarts sont constatés suite à l'audit ou une auto-évaluation,
- **Etape 2 :** Le représentant de la commune identifie la solution la plus adaptée pour corriger cet écart
- **Etape 3 :** le représentant de la commune dispose de trois mois pour réaliser l'action corrective.

**La conformité est déterminée selon les modalités suivantes :**

- **Conformité au référentiel :** pour chacun des thèmes observés, le total des remarques doit être inférieur à 20% du total des points observés (à partir du référentiel, calculer le nombre de points négatifs sur le nombre total des points observés)
- **Conformité sous réserve :** pour chacun des thèmes observés, si le nombre de remarques est compris entre 20 et 30%, la commune dispose d'un délai de trois mois pour lever ces remarques afin d'atteindre un taux inférieur à 20% (pour y parvenir, une « action corrective » doit être menée);
- **Non conformité au référentiel :** pour chacun des thèmes observés, le nombre de remarques est supérieur à 30%.

## **6. Procédure de surveillance du droit d'usage de la marque**

Des contrôles peuvent être exercés à tout moment, soit à l'issue d'une réclamation ou plainte de client, soit à l'initiative du Comité de Gestion. Dans le cadre de la marque FAMILLE PLUS, ces contrôles prennent en compte :

- le respect des exigences de la grille d'évaluation FAMILLE PLUS,

## DOCUMENT 1

- la satisfaction des clientèles.

### **a. Respect de la grille d'évaluation**

Les contrôles réalisés ont pour objet de s'assurer que la commune a défini et mis en œuvre les moyens pour assurer le respect des critères de la grille d'évaluation.

### **b. Satisfaction des clientèles**

Les contrôles réalisés prennent en compte la vérification de la satisfaction des clientèles à la lecture des questionnaires mis à leur disposition.

## **7. Les engagements de la labellisation**

Parallèlement au respect des engagements pris vis-à-vis des clients et consignés dans la grille d'évaluation et le cahier des charges FAMILLE PLUS, la démarche de qualification implique, de la part de la commune, une organisation humaine spécifique ainsi qu'une procédure documentaire.

Les dispositions d'organisation préconisées sont les suivantes :

### **a. Responsabilités et nomination d'un Référent FAMILLE PLUS**

Le Maire ou toute personne mandatée par lui (*Référent FAMILLE PLUS*) est le responsable de la mise en œuvre de la démarche de qualification. Chaque commune doit définir les responsabilités de toute personne (*agent ou prestataire*) dont l'activité a une incidence sur le respect des engagements du label. Cette étape garde toute son importance car la qualité doit être une responsabilité collective, partagée à tous les échelons.

Ce Référent FAMILLE PLUS est l'interlocuteur privilégié du Comité de Gestion, de l'auditeur, des agents communaux et prestataires impliqués dans la démarche.

Les Référents s'engagent à participer aux différentes réunions et rencontres organisées par le Comité de Gestion FAMILLE PLUS.

### **b. Information des acteurs de la station**

La grille d'évaluation doit être auparavant communiquée et expliquée à l'ensemble des acteurs concernés par la démarche d'accueil des familles (personnel de l'Office de Tourisme – Syndicat d'Initiative, personnel communal concerné, prestataires référencés). Des séances de formation/action seront mises en place, par le Référent et/ou le Comité de Gestion, pour motiver les collaborateurs et leur expliquer comment mieux satisfaire les attentes des clients.

### **c. Auto-évaluation, contrôles et gestion des écarts (tous les ans au minimum)**

**Une procédure d'autocontrôle** doit être mise en place à l'initiative de la commune.

Il s'agit du fondement principal de la démarche qualité, permettant un suivi, une prise en compte des dysfonctionnements constatés et des premières démarches de résolution des problèmes.

## DOCUMENT 1

Le respect des engagements de service est vérifié au moins une fois par an par le Référent qualité de la Commune.

Les autocontrôles se feront à partir de la grille d'évaluation de son territoire d'appartenance : cet outil spécifie chaque détail d'engagement à respecter et précise les critères qui permettent d'évaluer la conformité des prestations.

La détection d'anomalies lors des autocontrôles est notée sur la grille d'évaluation. Pour chaque anomalie relevée, une « action corrective » doit être mise en place.

Les conclusions seront transmises au Comité de Gestion de la marque.

### **d. Le traitement et le suivi des réclamations clients**

Il existe 2 niveaux de réclamation :

**Niveau 1** : la Commune traite toute réclamation orale ou écrite émise par les clients. Une réponse écrite est apportée à toute réclamation dans un délai de 8 jours ouvrables.

Selon les cas, la réponse peut être de 3 ordres :

- refus motivé de la demande du client,
- proposition de solution,
- accusé de réception de la réclamation avec précision du délai de réponse définitive si des investigations complémentaires sont nécessaires.

**Niveau 2** : le client insatisfait de la réponse de la Commune à sa réclamation peut adresser cette dernière au Comité de Gestion de la marque. Si nécessaire, celui-ci intervient auprès de la commune.

### **e. Les enquêtes de satisfaction**

Les enquêtes de satisfaction sont réalisées une fois tous les deux ans, sur la base du questionnaire FAMILLE PLUS, dans l'objectif d'obtenir des résultats représentatifs du degré de satisfaction de sa clientèle familiale.

Une analyse des points forts et des points faibles est réalisée par la commune, ainsi que la mise en œuvre et le suivi d'un plan d'amélioration.

Les conclusions seront transmises au Comité de Gestion de la marque.

### **f. Conservation des documents**

La commune conserve pendant au moins 3 ans :

- Le(s) résultat(s) de(s) (l') enquête(s) de satisfaction,
- les réclamations clients et les réponses apportées,
- les autocontrôles renseignés et la preuve des solutions apportées en cas de constat d'anomalies.

## 8. Modalités de marquage

Toute prestation référencée FAMILLE PLUS porte la marque déposée.

Les modalités de reproduction du logotype FAMILLE PLUS sont définies dans la charte graphique de la marque.

### a. Supports de marquage (OT/SI et prestataires référencés)

- site Internet
- brochures
- signalétique...

### b. Conditions de démarquage

Toute suspension ou retrait du droit d'usage de la marque FAMILLE PLUS entraîne l'interdiction de faire référence et d'utiliser la marque.

### c. Usage abusif de la marque

Pour tout usage abusif de la marque FAMILLE PLUS, le Comité de Gestion saisira les services compétents de l'État (*Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes- DGCCRF ou tribunal*).

### d. Non-respect des engagements d'usage de la marque

Si la commune ne respecte pas les engagements d'usage et/ou modalités de marquage du label FAMILLE PLUS, elle se verra retirer l'usage de la marque par le Comité de Gestion. Toute nouvelle demande d'attribution de la marque ne pourra intervenir avant un délai d'un an suivant la décision.