

## A N N E X E

### Au Cahier des charges pour l'attribution du label Famille Plus



**VIVRE ENSEMBLE  
DE BELLES EXPÉRIENCES**

- 1. Lexique d'un auditeur qualité référencé Famille Plus**
- 2. Procédure de surveillance du droit d'usage de la marque**
  - a. Respect de la grille d'évaluation
  - b. Attente de la clientèle
- 3. Responsabilité et nomination d'un Référent Famille Plus**
  - a. Réaliser l'inventaire et l'adhésion
  - b. Etre l'interlocuteur
  - c. Animer la démarche et assurer l'accompagnement interne
- 4. Auto-évaluation, contrôles et gestion des écarts**
- 5. Le traitement et le suivi des réclamations clients**
- 6. Enquêtes sur les attentes de la clientèle**
- 7. Cabinets d'audits référencés par le Comité National de Gestion de la marque**

## **1. Lexique d'un auditeur qualité référencé Famille Plus**

**Définition d'une « remarque » :** écart ayant un impact sur la satisfaction du client mais 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 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 dans un délai de trois mois.

**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 à 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 s'engager par écrit à réaliser l'action corrective pour la saison suivante. A la saison suivante, dans le cas du non respect de la totalité des engagements pris, la station se verra retirer le label automatiquement.

## **2. 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 national de Gestion de la marque. Dans le cadre du label Famille Plus ces contrôles prennent en compte :

- le respect du niveau de performance requis, listé dans la grille d'évaluation Famille Plus
- la satisfaction des clientèles.

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

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

### **b. Attente de la clientèle**

Les contrôles réalisés vérifient la prise en compte des attentes de la clientèle à la lecture des questionnaires (sous forme de questions ouvertes notamment) mis à leur disposition à l'office de tourisme et/ou sur les sites Internet.

### **3. Responsabilités et nomination d'un Référent Famille Plus**

Le référent est le responsable de la mise en œuvre de la démarche de qualification : il est l'interlocuteur privilégié du Groupe de travail par territoire, du Comité national de Gestion de la marque, des Associations, de l'auditeur, des agents communaux et des prestataires impliqués dans la démarche, et de tout autre acteur concerné par la démarche.

Le référent Famille Plus est la pièce maîtresse du dispositif de labellisation, son rôle est déterminant dans la réussite de la mise en place de la démarche.

Il est le représentant de la commune pour la démarche : il est mandaté par le maire.

Rappel : seule la commune a capacité « à nommer et conférer au référent sa légitimité ».

Il doit :

a. Réaliser l'inventaire et l'adhésion :

- Etablir un état des lieux/une évaluation de l'offre « famille » à l'aide du référentiel Famille Plus. Les communes doivent s'assurer qu'elles remplissent les conditions définies dans le cahier des charges et la grille d'évaluation.
- Mobiliser les prestataires, obtenir leur adhésion à la démarche, s'assurer de leur conformité au référentiel et attribution du label.
- Prendre acte et soutenir les initiatives en place et apporter des conseils pour se mettre en conformité avec les exigences du label.
- Transmettre un premier inventaire à l'association référente et au cabinet en charge de réaliser l'audit d'entrée.
- Intégrer le plan d'actions correctives.

b. Etre l'interlocuteur :

- Du maire et des élus
- Des prestataires de la commune
- De l'association référente
- Du groupe de travail Famille Plus « territoire »
- Du Comité National de Gestion du label
- De l'auditeur
- Des techniciens
- Du service marketing/communication de la commune
- Et de tout autre acteur concerné par la démarche.

c. Animer la démarche et assurer l'accompagnement interne :

- Mettre en place des outils de pilotage interne : groupe de travail, réunions, publications, plan d'actions correctives...
- Manager des réunions de travail.
- Inciter les prestataires à progresser sur leurs compétences.
- Mettre en place un contrôle continu
- Mettre en place un contrôle continu interne pour être garant de la qualité de l'accueil des familles et de l'adhésion des prestataires à la démarche. Fédérer les prestataires répondant au référentiel et présentant la motivation nécessaire pour être engagé dans la démarche. Informer l'ensemble des prestataires de la commune et veiller à retirer les prestataires ne répondant plus aux critères du référentiel (pour ne pas nuire à la notoriété et à la qualité de l'offre du label).
- Gérer des réclamations.
- Tenir à disposition les questionnaires de satisfaction lorsqu'il y en a et encourager la participation

- Suivre le marquage : toute prestation référencée Famille Plus porte la marque déposée : Famille Plus.
- Gérer la conservation des documents : rapports, enquêtes satisfactions, réclamations...
- Relayer les actions au service marketing/communication.
- Participer à la vie de la marque : réunion annuelle des référents, groupes de travail, participation aux actions nationales (week-end ou semaine Famille Plus) et diffusion des informations.

#### **4. Auto-évaluation, contrôles et gestion des écarts**

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.

Le respect des engagements de service est vérifié **au moins une fois par an** par le Référent Famille Plus 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 groupe de Travail /territoire ou à l'association gestionnaire, qui décidera, si besoin, de les transmettre au Comité national de Gestion de la marque accompagné d'un avis.

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

L'association en charge du territoire transmet la réclamation client à la station concernée dans un délai de 8 jours ouvrables.

La station doit apporter une réponse écrite dans un **délai de 8 jours ouvrables**. Dans le cas où la station ne pourra pas apporter une réponse dans les délais, elle devra accuser réception de la réclamation et préciser le délai de réponse définitive si des investigations complémentaires sont nécessaires. Dans tous les cas, l'association en charge du territoire doit être mise en copie des échanges écrits.

La station mettra tout en œuvre pour répondre aux attentes du client insatisfait.

#### **6. Enquêtes sur les attentes de la clientèle**

Les questionnaires sur les attentes de la clientèle, lorsqu'ils existent, sont disponibles à l'office de tourisme et/ou sur le site Internet, sur la base des grilles Famille Plus dans l'objectif d'obtenir des résultats représentatifs du degré d'attente de la clientèle familiale.

## 7. Cabinets d'audits référencés par le Comité National de Gestion de la marque

Chaque association informe ses adhérents de la procédure de contrôle.

Noms	Contacts	Téléphone	Mail- Site Internet
Allegorie	M. Philippe CAPY	06 28 28 50 66	<a href="mailto:phcapy64@gmail.com">phcapy64@gmail.com</a>
Cimbô Conseils <i>Territoire Montagne</i>	M. Pascal FAVIER	04 50 45 81 70	<a href="mailto:familleplusmontagne@cimbo-conseils.com"><u>familleplusmontagne@cimbo-conseils.com</u></a> <a href="http://cimbo-conseils.com/"><u>http://cimbo-conseils.com/</u></a>
Culture Kid	M. Patrick STELL	06 81 49 61 25	<a href="mailto:patrick.stell@wanadoo.fr"><u>patrick.stell@wanadoo.fr</u></a>
DMC	Mme Dominique MACOUPIN	09 80 58 98 45	<a href="mailto:dmconsul@free.fr"><u>dmconsul@free.fr</u></a> <a href="http://www.dmc-consult.com/"><u>www.dmc-consult.com/</u></a>
Fabienne Pons Conseil	Mme Fabienne PONS	04 42 91 35 57 06 08 87 08 11	<a href="mailto:fabiennepons@orange.fr"><u>fabiennepons@orange.fr</u></a>
Idéquations	Mme Caroline UGOLINI- HAMELIN	02 31 08 13 40 06 77 18 96 31	<a href="mailto:caroline.ugolini@idequations.com"><u>caroline.ugolini@idequations.com</u></a> <a href="http://www.idequations.com/"><u>http://www.idequations.com/</u></a>
Protourisme	Mme Alexia MERCORELLI	04 79 72 80 07 06 21 91 17 18	<a href="mailto:alexiamerco@marketingconseilaudit.com"><u>alexiamerco@marketingconseilaudit.com</u></a> <a href="http://www.protourisme.com/"><u>http://www.protourisme.com/</u></a>
TAM'S Consultant	M. Bruno TAMAILLON	04 76 67 52 60 06 08 47 46 91	<a href="mailto:tamaillon@tams.fr"><u>tamaillon@tams.fr</u></a> <a href="http://www.ingenierie-touristique.fr/"><u>www.ingenierie-touristique.fr/</u></a>