



VIVRE ENSEMBLE  
DE BELLES EXPÉRIENCES

[www.familleplus.fr](http://www.familleplus.fr)

### UN LABEL NATIONAL

Créé en 2006, Famille Plus est un **label national géré par trois associations d'élus** : l'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne (ANMSM), l'Association Nationale des Elus des Territoires Touristiques (ANETT) et la Fédération Française des Stations Vertes de Vacances et des Villages de Neige. Il est reconnu et soutenu par les services de l'Etat en charge du Tourisme.

### QUATRE TERRITOIRES – 126 DESTINATIONS

Décliné sur quatre territoires : Montagne, Mer, Nature et Ville, le label Famille Plus garantit aux vacanciers partant en famille de bénéficier d'un accueil et de prestations adaptés à leurs besoins. Chaque destination s'engage sur six points dans le cadre d'une stratégie globale qui associe les services de la mairie, de l'office de tourisme et des prestataires.

#### Un engagement sur six points

- ✓ Un accueil personnalisé pour les familles
- ✓ Des animations adaptées pour tous les âges
- ✓ Du plus petit au plus grand : à chacun son tarif
- ✓ Des activités pour petits et grands, à vivre ensemble ou séparément
- ✓ Tous les commerces et services sous la main
- ✓ Des enfants choyés par nos professionnels

A ce jour, 119 destinations sont labellisées Famille Plus :

- 43 destinations Mer
- 45 destinations Montagne
- 23 destinations Nature
- 8 destinations Ville

### UNE PROCEDURE DE LABELLISATION ET DES CRITERES EXIGEANTS

Pour obtenir le label Famille Plus, les collectivités (communes et EPCI) doivent déposer un dossier de candidature. Elles sont ensuite soumises à un audit d'entrée basé sur une grille d'évaluation avec un **tronc commun puis des critères spécifiques par territoire (plus de 100 pour le territoire Montagne)**. Le label Famille Plus est accordé pour une période de trois ans.

Huit grands axes sont évalués :

- L'accueil et l'information,
- Les animations,
- Les activités,
- La découverte et la sensibilisation à l'environnement et aux patrimoines,
- Les hébergements, la restauration, les commerces et les services,
- L'équipement, l'aménagement, les transports et la sécurité,
- Les tarifs adaptés aux familles et/ou aux enfants,
- Les engagements de la commune après labellisation

## UNE DEMARCHE D'AMELIORATION CONTINUE DE L'OFFRE POUR L'ADAPTER AUX ATTENTES DES FAMILLES ET FAIRE FACE A LA CONCURRENCE INTERNATIONALE

Des **contrôles intermédiaires** et un **travail régulier** permettent également une amélioration et une adaptation constante de l'accueil et de l'offre destinée aux familles.

Chaque association anime un **groupe de travail** pour les destinations Famille Plus de son territoire.

Pour la Montagne, l'ANMSM s'appuie sur un prestataire pour réaliser les audits des stations, les accompagner et mettre à leur disposition des ressources techniques : séminaire annuel, formations (sur la garderie notamment), cahier des charges pour l'aménagement de pistes de luges...



Depuis 2010, l'ANMSM pilote aussi des campagnes nationales de communication hiver et été, appuyées sur celle de **France Montagnes**. L'année dernière, un jeu en ligne destiné aux « mamans » avait ainsi été proposé (visuel ci-contre).



Pour la Mer et la Ville, l'ANETT travaille avec une dizaine de cabinets d'audits référencés qui contrôlent et accompagnent les communes et les prestataires labellisés. Deux permanents de l'équipe et la Directrice Générale sont à l'écoute des référents, les conseillent et les accompagnent dans leurs démarches. Chaque année en mars et en novembre des séances de travail sont organisées pour réunir les référents des territoires Mer et Ville avec des thématiques propres à ces territoires.

Depuis 2012, l'ANETT a mis en place une campagne nationale de communication web pour le week-end national Famille Plus (au printemps) ainsi que pour la période estivale.

Depuis 2007, l'ANETT publie régulièrement la Newsletter « Famille Plus à la UNE ! » pour les référents de son réseau. Elle valorise les communes et les prestataires engagés dans la démarche, informe de l'évolution du label et rappelle les grands événements organisés.

La démarche qualité Famille Plus s'inscrit ainsi parfaitement dans l'axe « **Fidéliser la cible Famille** » de la Stratégique Destination France 2010-2020 d'Atout France.

Face à la forte concurrence de destinations touristiques étrangères, qui ont fait de l'accueil des familles une de leurs spécialités, il est, en effet, **impératif que les destinations françaises poursuivent cette démarche d'amélioration continue**.

## UN COMITE NATIONAL DE GESTION DYNAMIQUE

Le Comité national de Gestion du label est composé de 14 membres (élus, directeurs et techniciens) ainsi que de personnalités qualifiées. Il se réunit quatre fois par an.

Les trois associations le président chacune à leur tour pendant 2 ans. Depuis juin 2014, **Pierre BALME**, Maire des 2 Alpes (Isère) assure cette mission pour l'ANETT.



#### Les missions du Comité National de Gestion :

- **Etudier les dossiers de candidature**, d'entrée ou de renouvellement et procéder à l'attribution ou la destitution du label
- **Développer le label et réfléchir à ses évolutions** : évolution du référentiel et des outils, signature de partenariat avec les grands réseaux d'hébergement ou des partenaires privés (Avis- Budget en 2013, Vente Privée en 2014 et un partenariat avec l'ANCV est en cours pour 2015).
- **Etendre la labellisation de façon innovante** à des structures comme les aéroports, qui font partie intégrante du séjour des familles (labellisation de l'aéroport de Nice en 2012 et de l'aéroport de Toulouse-Blagnac en 2014)
- **Animer le réseau au niveau national** : organisation de Journées Nationales des référents pour favoriser le partage d'expérience entre les différents territoires, élaboration d'outils pour les référents (fiches pratiques...), mise à disposition d'outils de communication pour les destinations (charte graphique, autocollants, set de table et cocotte Famille Plus, puzzle et ballons gonflables, bracelets d'identification, sac à goûter et un Incollable)
- **Faire connaître le label et renforcer sa visibilité** : présence sur le web, partenariat avec Atout France, évolution du site Internet [www.familleplus.fr](http://www.familleplus.fr) en 2014 et accompagnement par une agence de presse en 2015 et 2016 pour assurer une meilleure visibilité du label

#### **UN LABEL RECONNU ET PLEBISCITE PAR LES FAMILLES : EXEMPLE FAMILLE PLUS MONTAGNE**

Entre 2006 et 2011, le taux de notoriété du label est passé de 15% à près de 30% parmi les familles avec au moins un enfant de moins de 12 ans fréquentant les stations de montagne labellisées Famille Plus Montagne.

Parmi les services plébiscités depuis 2006 : la garderie et les clubs enfants notamment pour la qualité du service et son professionnalisme, les pistes de luge pour la sécurisation des « espaces luges » dans les stations, le jardin des neiges pour son équipement performant et enfin le domaine skiable notamment pour la mise en place d'un forfait tribu/famille.

#### **PERSPECTIVES**

1. Dynamiser le réseau et le label en intégrant notamment des destinations et des prestataires de qualité dans la démarche,
2. Faire évoluer les outils et supports du label en fonction des besoins des familles et des retours du terrain,
3. Renforcer sa notoriété auprès des familles, via une communication locale dans les communes, Internet et la mise en place d'une communication au niveau national.
4. Développer des partenariats favorisant la notoriété du label

#### Les clés du succès

- **L'investissement des associations nationales d'élus** qui consacrent une partie de leur budget mais aussi beaucoup de temps homme à la gestion du label.
- **L'action des destinations qui s'approprient et s'investissent dans le label** : développement de projets innovants, mobilisation des référents et de l'ensemble des acteurs, participation aux groupes de travail...
- **Une gestion simplifiée grâce à la plateforme de gestion du label Famille Plus**, accessible sur le site internet <http://lesexigences.net/familleplus/>

## Les fondateurs du label FAMILLE PLUS



[www.anmsm.fr](http://www.anmsm.fr)



Association Nationale des Élus  
des Territoires Touristiques

[www.communes-touristiques.net](http://www.communes-touristiques.net)



[www.stationverte.com](http://www.stationverte.com)

## Liste des membres du Comité National de Gestion

### 14 membres + 2 personnalités qualifiées

Territoire	Prénom Nom	Fonction
Montagne	Pierre BALME	<b>Président du Comité de Gestion</b> Maire de Venosc - Les 2 Alpes (Isère)
	Laure FROISSART	Directrice adjointe communication externe et partenariats à l'ANMSM
	Gilles VANHEULE	Représentant du territoire Directeur OT Les 2Alpes (Isère)
Nature	Pierre FARGES	Vice-président du Comité de Gestion Conseiller municipal de Lubersac (Corrèze)
	Philippe BERNEZ	Directeur de la Fédération des Stations Vertes
	Laurent SIFFERT	Animateur réseau à la Fédération des Stations Vertes
	Luc STELLY	Représentant du territoire Directeur OT massif du Sancy (Puy de dôme)
Ville et Mer	Géraldine LEDUC	Directrice Générale de l'ANETT
Mer	Pierre-Marie LAMELLIERE	Vice-président du Comité de Gestion 1er Adjoint en charge du tourisme Hauteville-sur-Mer (la Manche)
	Thiago CAPLAN	Chargé de mission à l'ANETT
	Florian RAOUX	Représentant de territoire – Directeur OT Ste Maxime
Ville	Marie-Dominique RAMEL	Conseillère Municipale de la ville de Nice et Subdéléguée au Tourisme
	Foucault JANCEL	Chargé de mission d'étude à l'ANETT
	Benoit REMY	Représentant de territoire Directeur OT Le Havre (Seine Maritime)
Personnes qualifiées	Martine BOULONGNE	Directrice OT Neufchâtel Hardelot (Pas de Calais)
	Béatrice GUILLAUME	Présidente de l'OT Campagne et Baie de l'Orne