

## DOCUMENT 1



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



Destination pour petits et grands

*FAMILLE PLUS, label national, pour l'accueil des familles et des enfants  
dans les communes touristiques françaises*

**JUILLET 2008**

**- SOMMAIRE -**

- 1. Contexte général**
- 2. Objet et domaine d'application**
- 3. Définition des territoires**
- 4. Gestion de la marque**
- 5. Procédure d'obtention du droit d'usage de la marque FAMILLE PLUS**
  - a. Déroulement de la procédure d'instruction
  - b. Procédure d'instruction à partir du 1<sup>er</sup> mars 2008
  - c. Les cabinets d'audit
  - d. Les prestataires engagés dans la démarche
  - e. Lexique d'un auditeur qualité FAMILLE PLUS
- 6. Procédure de surveillance du droit d'usage de la marque**
  - a. Respect de la grille d'évaluation
  - b. Satisfaction de la clientèle
- 7. Les engagements de la labellisation**
  - a. Responsabilités et nomination d'un référent FAMILLE PLUS
  - b. Information des acteurs de la station engagés dans la démarche
  - 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 engagés dans la démarche)
  - b. Conditions de démarquage
  - c. Usage abusif de la marque
  - d. Non-respect des engagements d'usage de la marque
  - e. Utilisation de la marque

## 1. Contexte général

Le tourisme en France revêt une importance très 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.

Il est nécessaire de valoriser l'accueil des familles et des enfants en vacances dans les communes touristiques françaises.

Dans ce contexte, il est important pour les touristiques de:

- Se différencier sur le marché de l'offre (nationale et internationale)
- Valoriser la qualité de l'accueil et des prestations proposées à tous les types de famille
- 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 trois Associations d'élus (l'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne, l'Association Nationale des Maires des Stations Classées et des Communes Touristiques et la Fédération Française des Stations Vertes de Vacances et des Villages de Neige) se sont regroupées pour mettre en place un dispositif national de qualification des communes touristiques pour l'accueil et les prestations proposés 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 familiale.

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

- L'engagement des communes et des prestataires participant à la démarche vers des prestations et des services de qualité adaptés aux familles
- 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 démarche nationale soutenue par les services de l'Etat en charge du tourisme pour l'accueil des familles et des enfants.

L'objectif du label est également d'accroître la visibilité de l'offre française destinée aux familles et aux enfants au niveau international et d'encourager la diffusion et l'affichage multilingues pour l'ensemble des services et produits proposés par le label (au minimum deux langues).

## 2. 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
2. Animations de la commune
3. Activités
4. Découverte et Sensibilisation à l'Environnement et aux Patrimoines
5. Hébergements, Restauration, Commerces et Services
6. Équipement, Aménagement, Transport, Sécurité
7. Tarifs adaptés aux familles et/ou aux enfants

Pour pouvoir prétendre à la marque FAMILLE PLUS, la commune candidate 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

## 3. Définition des territoires

Les trois associations signataires du présent cahier des charges et copropriétaires de la marque énoncées ci-dessus, ont une compétence territoriale pour assurer la gestion de la marque FAMILLE PLUS :

- l'Association Nationale des Maires des Stations Classées et des Communes Touristiques pour les territoires Mer et Ville

- L'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne pour le territoire Montagne

- Fédération Française des Stations Vertes de Vacances et des Villages de Neige pour le territoire Nature

- FAMILLE PLUS **Montagne** : la commune doit posséder un domaine skiable alpin, tel que défini par le décret du 22 décembre 2006,

- FAMILLE PLUS **Mer** : la commune doit posséder un ou plusieurs équipements balnéaires dont au moins une plage aménagée pour la pratique de la baignade et être située en bordure de mer,

- FAMILLE PLUS **Ville** : l'unité urbaine doit comprendre au moins 10 000 habitants permanents, une organisation économique et sociale adaptée aux besoins de la population permanente et touristique et disposer d'infrastructures culturelles et patrimoniales,

## DOCUMENT 1

- **FAMILLE PLUS Nature** : La commune doit disposer d'un patrimoine naturel et d'activités de pleine nature, néanmoins sa population ne doit pas excéder 10 000 habitants permanents

Le Comité national de Gestion de la marque FAMILLE PLUS est seul compétent pour arbitrer en cas de litige avec une commune sur le territoire de rattachement.

Les communes doivent communiquer avec la signature du territoire obtenu et les associations communiquent au niveau national avec la marque générique si elles le souhaitent.

Chaque territoire est évalué à partir d'un référentiel constitué d'une partie commune à l'ensemble des territoires et d'une partie spécifique complétée par des critères spécifiques et adaptés à chaque territoire.

### 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 national de Gestion de la marque** est composé des 13 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)
- 4 représentants des communes touristiques (un par territoire).

Et toute autre personne qualifiée à la demande du Comité national de Gestion de la marque.

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

Les dossiers de candidature FAMILLE PLUS sont téléchargeables depuis les sites Internet des 3 associations copropriétaires 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.stationverte.com](http://www.stationverte.com) pour la Fédération Française des Stations Vertes de Vacances et des Villages de Neige

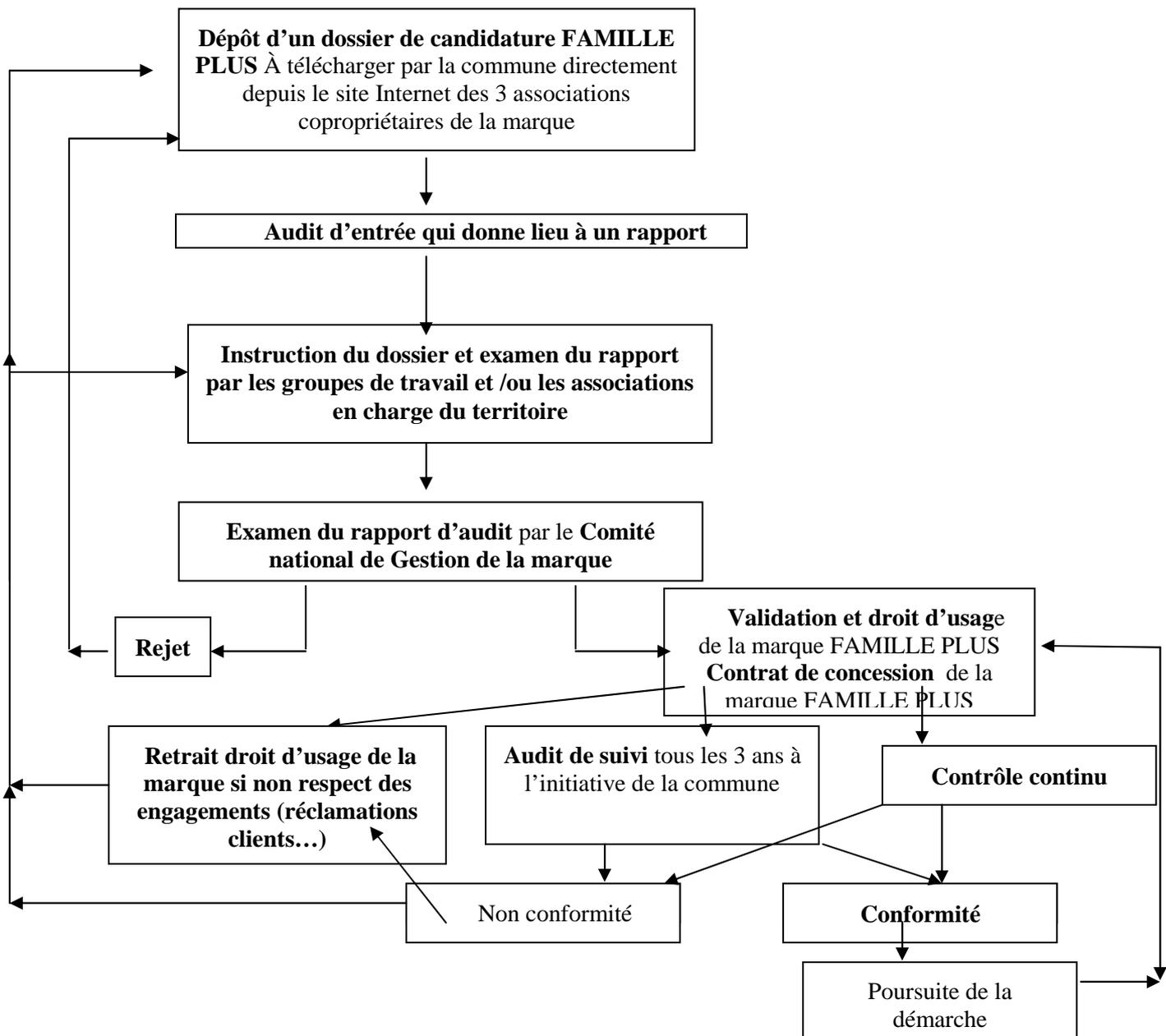
## DOCUMENT 1

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

**Les communes candidates à la marque doivent se soumettre à un audit d'entrée.**

### A. Déroulement de la procédure d'instruction

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



## **B. Procédure d'instruction**

Les communes souhaitant obtenir le label FAMILLE PLUS 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 correspondant à son territoire d'appartenance. Elle s'engage à respecter un minimum de 80% de conformité dans chacun des 7 thèmes de la grille d'évaluation (dont les critères obligatoires) pour se voir attribuer la concession de la marque FAMILLE PLUS.

Les communes labellisées doivent se soumettre :

- soit à un audit de suivi tous les trois ans à l'initiative de la commune. Dans ce cadre, un auditeur externe procédera à un examen de la conformité des engagements de la commune à la grille d'évaluation spécifique à chaque territoire.
- soit à un contrôle continu sous forme d'un suivi annuel qui donne lieu à un rapport intermédiaire réalisé par un auditeur externe mentionnant les engagements pris par la station et les engagements à venir.

Dans les deux cas, le référent du label veille au respect des engagements. En cas de litige sur la conformité, le groupe de travail territorialement compétent transmet un avis circonstancié au Comité national de Gestion de la marque qui est seul habilité à prononcer le retrait de la marque, après audition de la commune.

Pour les communes démissionnaires, le maire doit obligatoirement envoyer au Comité National de gestion un courrier officiel faisant part de cette démission et le groupe de travail territorialement compétent transmet obligatoirement un compte-rendu au même Comité.

Les groupes de travail par territoire ne peuvent en aucun cas se substituer au Comité National de gestion concernant les entrées et sorties des communes labellisées: le Comité National de gestion est le seul décisionnaire. Il reçoit les propositions des groupes de travail, les étudie puis acte une décision.

**C- Les cabinets d'audit**

Après consultation et appel d'offre organisés par les trois Associations copropriétaires de la marque et pour assurer la cohérence de la méthodologie de contrôle, cinq cabinets sont recommandés pour procéder aux audits d'évaluation et aux audits d'entrée pour 3 ans, jusqu'au 31 décembre 2011 (période définie au paragraphe B).

Chaque association informe ses adhérents de la procédure de contrôle.

Noms	Contact	Téléphone	Mail
Cimbô Conseils (intervenant spécialisé sur le territoire montagne/ stations SKI FRANCE	Mme Catherine MILON	04 50 45 81 70	<a href="mailto:cimbo@cimbo-conseils.com">cimbo@cimbo-conseils.com</a>
Culture Kid	M. Patrick STELL	06 81 49 61 25	<a href="mailto:patrick.STELL@wanadoo.fr">patrick.STELL@wanadoo.fr</a>
DMC Consultants	Mme Dominique MACOUIN	02 40 40 98 85	<a href="mailto:dmconsul@free.fr">dmconsul@free.fr</a>
Protourisme	Mme Alexia MERCORELLI	04 79 72 80 07	<a href="mailto:alexiamerco@free.fr">alexiamerco@free.fr</a>

**D. Les prestataires engagés dans la démarche**

Chaque commune labellisée doit référencer des prestataires d'activités, d'hébergement et de restauration adaptés aux familles (dont les critères de sélection sont précisés dans les grilles annexes).

Les prestataires engagés dans la démarche perdent de facto le bénéfice de la marque dès lors que la commune s'est vue retirer la marque. En conséquence, ils doivent retirer toute mention sur tous les supports papier et/ou numérique.

Des autocollants spécifiques ont été créés (« Prestataire engagé dans la démarche ») et doivent être apposés sur les vitrines extérieures.

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

## DOCUMENT 1

**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 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 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 aux points obligatoires de la grille d'évaluation**
- **Conformité à la grille d'évaluation :** 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 à la grille d'évaluation :** 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 national de Gestion de la marque. Dans le cadre de la marque FAMILLE PLUS, ces contrôles prennent en compte :

- le respect des exigences de 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. Satisfaction de la clientèle**

Les contrôles réalisés prennent en compte la vérification de la satisfaction de la clientèle à la lecture des questionnaires mis à leur disposition en permanence à l'office de tourisme et/ou sur les sites Internet.

**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 national de Gestion de la marque, de l'auditeur, des agents communaux et des prestataires impliqués dans la démarche.

Les Référents s'engagent à participer aux différentes réunions et rencontres organisées par le Comité national de Gestion de la marque 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). Pour motiver les collaborateurs et

## DOCUMENT 1

leur expliquer comment mieux satisfaire les attentes des clients, des séances de formation/information/action seront mises en place, par le référent de manière autonome ou dans le cadre d'actions communes mises en place par le Comité national de Gestion de la marque.

### **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.

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 national 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 national de Gestion de la marque. Si nécessaire, celui-ci intervient auprès de la commune.

**e. Les enquêtes de satisfaction**

Les questionnaires de satisfaction sont disponibles en permanence 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 de satisfaction de la 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 national 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.

Des autocollants sont fournis par les associations selon le territoire d'appartenance de la commune, en différenciant les structures d'accueil (Mairie, Office de Tourisme) des prestataires.

**a. Supports de marquage (OT/SI et prestataires engagés dans la démarche)**

- 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**

## DOCUMENT 1

Pour tout usage abusif de la marque FAMILLE PLUS, le Comité national de Gestion de la marque 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 national de Gestion de la marque. Toute nouvelle demande d'attribution de la marque ne pourra intervenir avant un délai d'un an suivant la décision.

### **e. Utilisation de la marque**

Les communes, qui ont bénéficié de l'attribution de la marque pour un territoire donné, doivent obligatoirement communiquer sur la marque FAMILLE PLUS correspondant à son territoire d'appartenance.