



à la UNE

ÉDITORIAL

Compte tenu des échéances électorales de l'année 2012, notre Association tiendra son Congrès le mercredi 8 février à Paris.

L'après-midi sera consacré à des exemples caractérisant les communes touristiques et les stations classées. Une illustration sera mise à l'honneur avec une approche globale : la démarche FAMILLE PLUS, qui montre l'implication de tous les acteurs pour réussir... En attendant, nous vous souhaitons d'excellentes fêtes de fin d'année à partager avec les petits et les grands et formons le vœu que la nouvelle année soit un bon cru pour le tourisme de notre pays...

Géraldine LEDUC,
Directrice Générale de l'ANMSCCT

CALENDRIER

JANVIER 2012

Réunion d'information à Terre de Haut en Guadeloupe

MARS 2012

Réunion du Comité National de Gestion

22 MARS 2012

1^{ère} réunion annuelle des référents FAMILLE PLUS Mer et Ville à Paris

DU 7 AU 9 AVRIL 2012

Week-end national FAMILLE PLUS à l'occasion du week-end de Pâques

Directeur de la publication : Géraldine LEDUC
Responsable de la rédaction : Aurélie KEDINGER,
Crédit photo : © ANMSCCT / © Fotolia
Conception et réalisation : Desgrandchamps



NUMÉRO 19 • DÉCEMBRE 2011 • LETTRE ÉDITÉE PAR L'ANMSCCT

Journée nationale des référents

La journée nationale des référents s'est déroulée le 15 novembre dernier à St Ouen. L'agence NATIVE, en charge du nouveau positionnement marketing du label a présenté la méthodologie et les résultats de ce travail. La nouvelle signature et les visuels ont été présentés. Un travail sur la modernisation du logo est en cours et le nouveau logo sera choisi après une concertation avec les référents, fin janvier 2012. Les nouvelles grilles d'évaluation ont également été présentées, avec les principales évolutions pour chaque territoire.

Les représentants des cabinets d'audit travaillant en partenariat avec le label (Cimbô conseils, Culture Kids, DMC et Protourisme) ont pris la parole pour évoquer les bonnes pratiques de communication et de promotion des communes labellisées et donner quelques conseils.

Après le déjeuner les trophées FAMILLE PLUS ont été remis aux nouvelles communes labellisées ou n'ayant pas eu l'occasion de le recevoir. Ainsi les communes d'Argelès (66), Leucate (11), Merville Franceville(14), Puget sur Argens (83) et St Martin de Ré (17) ont reçu le trophée officiel du label FAMILLE PLUS.

L'après-midi nous avons exploité la thématique du jeu avec deux intervenants : Damien MOUCHET, Responsable du pôle promotion /communication au CDT du Doubs est intervenu sur le Géocaching dans le Doubs et Bruno TAMAILLON, TAM'S Consultants/Zanimômes production nous a présenté des réflexions et expériences de diversifications touristiques par le jeu.

Nous nous sommes ensuite intéressés à la cible des adolescents avec l'intervention «Ados, ambassadeurs de Palavas les Flots» de Patricia EVRAT, Directrice de l'office de tourisme de Palavas les Flots (34) et représentante de Philippe NEAU LEDUC, Élu en charge du tourisme.

Pour finir, Isabelle FRANCOIS, Responsable accueil de l'Office de Tourisme de Notre Dame de Monts (85) et Frédéric BLANC MAPPAZ, Directeur de l'Office de Tourisme d'Arèches Beaufort (73) ont présenté le travail croisé mis en place entre deux territoires MER et MONTAGNE.

Le compte-rendu de cette journée de travail sera bientôt disponible en téléchargement. ■



Remise des trophées FAMILLE PLUS



Journée nationale des référents



Tourisme en famille.com



ACTUALITÉS

Partenariat entre Tourisme en famille et FAMILLE PLUS

Comment occuper les enfants ? Il fait froid, parfois gris...les parents ne savent pas toujours pendant ces vacances comment occuper leurs chères têtes blondes... Tourisme en Famille est là pour les y aider avec son agenda. Mis à jour quotidiennement, le site propose toutes les dates des marchés de Noël, mais aussi l'ensemble des manifestations culturelles et touristiques proposées à cette période en Provence (ateliers décoration de Noël, découverte des santonniers, ...).

Vous pouvez également télécharger des jeux de piste culturels pour les 6/10 ans, pour visiter les villes de Provence en s'amusant !

Grâce au partenariat mis en place entre FAMILLE PLUS et Tourisme en Famille, un article dédié au label est paru sur le site en novembre : <http://www.tourismeenfamille.com/famille-plus-label-qualite-art-48.html> ■

Nouveauté : Si vous souhaitez proposer un reportage sur votre destination famille, envoyez un mail à : contact@tourismeenfamille.com, il pourra être relayé sur le site.
Contact : Juliette AUJAY-06 08 24 79 72 ; jaujay@tourismeenfamille.com

UNE QUESTION... UNE RÉPONSE

QUI EST CONCERNÉ PAR LES NOUVELLES GRILLES FAMILLE PLUS ?

Les nouvelles grilles d'évaluation sont en ligne sur le site www.communes-touristiques.net rubrique label FAMILLE PLUS comprenant un onglet « tronc commun » et un onglet « grilles prestataires ». Les audits à venir (pour les communes labellisées ou non) seront donc basés sur ces nouvelles grilles. De même les prestataires souhaitant s'engager dans la démarche devront remplir et signer ces nouvelles grilles.

Nouveauté 2012 : Dans les grilles il est précisé que les référents des territoires Mer et Ville peuvent soit participer au Week-end national FAMILLE PLUS, soit organiser une semaine FAMILLE PLUS à un autre moment de l'année (voir l'exemple de Ste Maxime-FAMILLE PLUS à la UNE N° 17, juillet 2011). ■



Furet Company

Suite à la collaboration entre FAMILLE PLUS et Furet Company nous avons le plaisir de vous annoncer que le seuil des 10 parcours ludiques Smartphones a été atteint, commandés par la ville de Sète.

Furet Company est donc en mesure de proposer à l'ensemble des destinations FAMILLE PLUS le tarif le plus bas de l'offre négociée avec le Label. Ainsi, le parcours ludique en ligne sur iPhone et Android est à partir de 1 400€ HT. Cette offre est valable jusqu'au 15/10/2012.

Par ailleurs, la société Furet Company est fière de vous annoncer qu'elle compte depuis peu le Château de Versailles comme client (6^e "musée" du monde avec plus 5 millions de visiteurs payants).

Pour plus d'informations sur les solutions proposées :

furetcompany.com

ainsi que la vidéo :

www.youtube.com/watch?v=uaovVYEgTCw

Contact : Cédric LEVRET- 06 67 53 87 23 ; cedric.levret@furetcompany.com



DOSSIER : UN NOUVEAU POSITIONNEMENT POUR LE LABEL FAMILLE PLUS

Le nouveau positionnement marketing du label a été présenté à l'occasion de la journée annuelle des référents FAMILLE PLUS.

Pourquoi repositionner le label FAMILLE PLUS ?

Il s'agit d'une étape fondamentale qui va conditionner l'ensemble des prises de paroles du label, au niveau national, régional et local. Il permettra d'avoir des axes stratégiques, un discours structuré et une communication plus claire.

Quelle a été la méthodologie adoptée par Native ?

Analyse de l'environnement :

- Identification de la concurrence, immédiate et périphérique
- Étude de leurs prises de parole
- Détection des attentes de la cible (tables rondes)
- Étude de leurs habitudes de consommation
- Cartographie du marché et diagnostic

Analyse de la marque (création d'un groupe de travail dédié)

- Projeter des hypothèses de vision de la marque
- Faire émerger les compétences de la marque

- Obtenir une valeur commune
- Confrontation en phase miroir
- Définir le positionnement

Formalisation

- Conception sémantique de la signature (les mots pour le dire)
- Recherche d'antériorité INPI
- Intégration graphique dans le bloque marque

Les valeurs communes côté label :

- Un comportement de caution : celui d'un label s'exprime au sein d'un univers qu'il vient estampiller, valider : univers des vacances en France, du séjour, de l'escapade
- Une cible claire, avec un cœur de savoir-faire : La famille au sens commun et large du terme : nombre et multi-générationnel. Les familles avec enfants de 3 à 12 ans en cœur de cible.
- Une compétence précise FAMILLE PLUS : L'offre constituée est invariablement une somme de prestations et de services recensés sur un même périmètre géographique
- Une mission dédiée aux familles : En facilitant la préparation,



Visuel générique



Visuel "Montagne"



Visuel "Nature"



Visuel "Ville"



Visuel "Mer"

en repérage des bons « circuits », en apport de solutions, en avantages financiers, en recensement d'activités

Les attentes côté consommateur pour les séjours libres :

- Aspects positifs : liberté de choisir, d'agir, improvisation / créativité, part d'aventure, maîtrise de son temps, rien de « subi », expériences « terroir », charme du « local »
- Aspects négatifs : le temps de préparation, la difficulté à trouver les bonnes idées et à occuper toutes les générations

Le label se positionne comme « pourvoyeur d'expériences », synonyme d'originalité, de liberté, de partage, de singularités locales....

5 visuels FAMILLE PLUS :

Mer, Ville, Nature, Montagne, Générique

Une nouvelle signature : « Vivre ensemble de nouvelles expériences » qui traduit :

- Une promesse émotionnelle
- Une promesse de réussite
- Une promesse de partage
- Une promesse d'originalité

Les messages (en cours) : un angle affectif, fusionnel :

- Mise en scène d'un moment de vie, d'une expérience partagée,
- Translocation dans le monde poétique et fantasmagorique de l'enfance
- Le parent impliqué, auteur du commentaire affectif : dialogue

La grammaire graphique :

- Des visuels « photos de vacances », prises sur le vif, scènes de vie
- Des accroches affectives, relationnelles (commentaire d'un album de photo)

Une architecture simple et claire :

- 1 code couleur par territoire
- Le rappel de l'iconographie la plus pure en guise de signalétique territoire
- Une flèche qui montre l'objet de l'accroche... comme sur un album (appropriation par le lecteur).
- Du caractère dans la police : manuscrite, affective, lisible, humaine

Une modernisation du logo (en cours). ■

UN KIT DE COMMUNICATION POUR LES REFERENTS

Elle sera constituée des matériels de communication les plus répandus pour répondre aux besoins récurrents et aux « effets d'aubaine » (bouclage) sera à la disposition des référents dès janvier 2012. Elle sera constituée de plusieurs éléments :

> Le matériel de communication de base :

- Le logo en plusieurs formats
- Les visuels de campagne,

- Une annonce presse type montée accompagnée d'un didactiel en PDF des « usages graphiques » (mini-charte)

> Les Annonces Presse : 5 messages déclinés sur 2 formats de base, (Portrait/Paysage)

> Les accroches et bodys rédactionnelles : Fournies en texte word et également avec les polices LDD choisies

> Les Bannières : Mise au point d'un scénario et déclinaison des 2 messages sur un format flash de 10 secondes. ■

GROUPES DE TRAVAIL MER ET VILLE

Une trentaine de référents ont participé aux groupes de travail FAMILLE PLUS Mer et Ville réunis conjointement le 16 novembre au Palais Bourbon. Après une discussion collective autour de la journée des référents organisée la veille un débat a eu lieu sur la validation et les objectifs de la modernisation du logo. Un travail technique a ensuite été réalisé sur des promesses clients et des présen-

tations du label dédiés aux prestataires d'activités, d'hébergements et de restauration. Par ailleurs, un travail est également en cours sur un « Guide des référents FAMILLE PLUS Mer et Ville » et des attestations de labellisation pour les communes et les prestataires. Ces documents, en cours de finalisation, seront envoyés aux référents au premier trimestre 2012.

A noter : il a été décidé d'organiser le 22 mars 2012 la journée annuelle des référents Mer et Ville pendant laquelle les thématiques particulières liées à ces deux territoires seront abordées.

Le compte-rendu de cette réunion a été envoyé par mail à tous les référents. ■

Les petits bonheurs de Leucate en font des grands pour le label FAMILLE PLUS !



Dans la famille Leucate, je demande « Mon espace » de Port Leucate !

Entièrement fabriqué en carton et en papiers naturels à fibre, peinture écologique, couleurs adaptées au label, cet espace a été créé uniquement pour chouchouter et accueillir les petits en leur offrant leur espace. Un confort porté par les spécificités de la région et tout particulièrement de la belle station familiale de Leucate. Les prestataires d'activités engagés y sont valorisés, ainsi que les gestes pour préserver au mieux l'environnement et la sécurité de chacun. Un petit



coup d'œil sur la météo (sur la tranche du meuble) à l'aide de symboles ludiques aimantés.

Deuxième création, au village, avec le respect du décor authentique, cette fois, l'espace se fait habillage du savoir-faire local. Et toujours une création ludique qui apporte des informations primordiales, et les engagements du label !

La mascotte de Leucate prend son envol et s'habille aux couleurs du patrimoine !

Françoise, la mascotte de Leucate (une sterne naine) après avoir revêtu la tenue de surfeur, plagiste écologiste symbolisme de la station nautique***, porte au village le costume historique représentant fièrement Françoise De Cézelly, figure emblématique, libératrice de Leucate.



La chaîne dailymotion porte la station !

La chaîne dailymotion Leucate vous présente des vidéos de prestataires comme Les Ateliers du vent, L'Ile aux oiseaux,... mais aussi une vidéo famille dédiée au label FAMILLE PLUS :

http://www.dailymotion.com/video/xjxi8e_leucate-destination-famille-plus_travel ■

Contact : Delphine DECOUDUN
04 68 40 91 31
delphine.decoudun@leucate.net

Parcours aventure au Touquet

La ville du Touquet a créé son nouveau parcours aventures, en invitant les enfants de toutes les façons possibles et imaginables, à s'amuser, apprendre et partager en famille de bons moments ! Ainsi « La Légende du Capitaine Corsaire », réalisée par les équipes du Touquet Paris-Plage Tourisme, invite les plus jeunes à découvrir la station de façon ludique, ou à l'observer de façon différente. A la fois pédagogique et distrayant, ce livret est disponible à l'Office du tourisme.



Autre nouveauté : le « Cahier de jeux spécial centenaire au Touquet » avec la description du label FAMILLE PLUS en première page et la promesse client. ■

Contact : Valérie DECLERCQ
03 21 0672 02
vdeclercq@letouquet.com

RÉUNION D'INFORMATION EN GUADELOUPE

A la demande de Louis MOLINIE, Maire de Terre de Haut (Guadeloupe-1^{ère} destination labellisée FAMILLE PLUS en Outre-Mer), Géraldine LEDUC et Aurélie KEDINGER se rendront en Guadeloupe en janvier 2012 afin de faire la promotion du label FAMILLE PLUS et rencontrer les acteurs et socioprofessionnels engagés sur place. Louis MOLINIE organisera plusieurs rencontres réunissant les Maires de Guadeloupe, Guyane et Martinique afin de les sensibiliser à cette démarche de qualité. ■

LE MOT D'AURÉLIE

Le kit de communication FAMILLE PLUS vous sera transmis en janvier 2012 et sera suivi par des outils spécifiques dédiés aux prestataires (document de présentation du label, promesses clients, attestations d'engagements).

Le week-end national FAMILLE PLUS, qui aura lieu durant le week-end de Pâques les 7, 8 et 9 avril 2012, sera l'occasion de l'utiliser tant au niveau national qu'au niveau régional. Le site Internet en prendra également les couleurs et sera une priorité de travail pour l'année 2012.

Nous vous donnons rendez-vous vous le 22 mars à Paris pour la journée annuelle des référents FAMILLE PLUS Mer et Ville : n'hésitez pas à nous transmettre vos propositions pour cette journée d'échanges. ■

Aurélie KEDINGER, chargée de mission à l'ANMSCCT et responsable du label FAMILLE PLUS
01.45.51.11.91 - akedinger@communes-touristiques.net