



# LABEL CLUB : LE PARI DE L'EXIGENCE

**Le label Club Qualité garantie a fait ses premiers pas sur le marché français au cours de l'été 2018. 187 clubs ont ainsi étrenné la certification, soit un processus encadré et exigeant qui doit permettre de faire le tri dans l'offre pléthorique.**


**Une bonne nouvelle pour les clients comme pour les agences, même si pédagogie et communication sont encore de mise.**

PAR PASCALE FILLIATRE

**C**'est le 17 octobre 2017 qu'a été présenté le label «Club de vacances Qualité garantie», fruit de la réflexion et de l'association de quatre opérateurs actifs sur le segment : TUI France (Club Marmara et Club Lookéa), NG Travel (Kappa Club et Club Coralina), Fram (Framissima) et Thomas Cook France (Club Jet tours et club jumbo). Alpitour et ses Bravo Club les ont rejoints quelques semaines plus tard. Pour ces spécialistes, bien que concurrents entre eux, la création d'un label était devenue indispensable. « Dans un marché quasi euphorique sur la potentialité du marché des clubs, le manque de repères des consommateurs face à une offre surabondante, aux contours souvent flous, et certaines dérives préjudiciables au concept » justifiaient une mobilisation et une clarification.

« Les opérateurs à l'initiative de la démarche, en partenariat avec Easyvoyage et Orchestra, souhaitent tirer l'appellation club vers le haut en l'encadrant pour inciter l'ensemble des TO à remonter leur niveau de prestations », pré-

cise Hugues Defline, président de l'association Clubs Qualité garantie créée en juillet 2017. Objectif : « rendre plus lisible pour les clients comme pour les agences le concept club et le faire évoluer vers plus de qualité tout en respectant le style, le savoir-faire et les spécificités de chacun ».

Les premiers clubs labellisés, 187 au total, ont été présentés pour la saison été 2018. Pour arborer le label, ils ont dû se soumettre, en amont, à un processus de certification encadré et exigeant à partir d'une charte en 20 points élaborée collectivement (voir ci-contre). « Sa rédaction a donné lieu à bien des discussions et même des tensions. On pensait ne jamais y arriver », raconte Olivier Kervella, président de NG Travel. Parmi les points les plus discriminants figure ainsi un engagement minimum de 50 chambres par établissement dédiées au marché français. Chaque opérateur doit par ailleurs pouvoir revendiquer au moins 10 adresses clubs, preuve de son savoir-faire. Le ratio animateur nombre de clients est .



## Une charte en 20 points

Elaborée autour de 3 familles de critères (fournisseurs et prestations hôtelières ; représentation et animation ; services du TO), elle est la clé de voûte du label.

- 1° - La pertinence et la qualité des prestataires sélectionnés (agrément des compagnies aériennes, structures hôtelières ; respect des normes d'hygiène et de sécurité)
- 2 - Un engagement de 50 chambres minimum dédiées au marché français sur l'unité concernée
- 3 - Un concept déployé sur 10 unités minimum
- 4 - Une signature francophone ou internationale cadrée (programme d'animation dédié en français ; équipe d'animation francophone ; représentant francophone ; personnel parlant français dans certains services : réception, bar et restauration ; informations hôtelières en français ; étiquetage des plats en français dans les restaurants ; 2 chaînes TV francophones au minimum)
- 5 - Des prestations hôtelières incluant au minimum un buffet sur le site pour chacun des repas avec un espace show cooking au minimum et un menu adapté aux enfants durant les vacances scolaires
- 6 - Des prestations hôtelières qui mettent en valeur les traditions et les cultures locales
- 7 - Un accès au Wi-fi gratuit
- 8 - Des infrastructures ludiques indispensables
- 9 - Des infrastructures sportives adaptées et sécurisées
- 10 - Des infrastructures Mini-club adaptées et sécurisées
- 11 - Un représentant du TO au service des clients
- 12 - Du personnel d'animation compétent et adapté, 100% dédié à la disposition des clients du TO, avec un minimum de 1 animateur pour 10 chambres (jusqu'à 50 chambres) + 1 animateur pour 25 chambres jusqu'à 200 chambres + 1 animateur pour 50 chambres au-delà, avec un minimum de 7 animateurs si spectacles intégrés.
- 13 - Une programmation ludique et sportive conséquente pour toutes les tranches d'âges
- 14 - Des rapports directs avec les fournisseurs
- 15 - Une classification locale affichée et une classification propre au TO ou à l'opérateur hôtelier
- 16 - La clarté/transparence/ véricité des informations affichées sur l'ensemble des supports d'information diffusés
- 17 - Une démarche qualité active et interactive permanente
- 18 - La garantie d'un contrôle annuel au siège et dans 50% des clubs concernés par la labellisation (contrôle valable 2 ans)
- 19 - Être présent avant pendant et après le voyage
- 20 - Respecter tout le monde et chacun (développement économique ; respect de l'environnement ; soutien de démarches de tourisme équitable et solidaire ; respect de la culture du pays)

également précisément imposé : un pour 10 chambres (jusqu'à 50 chambres), un pour 25 chambres jusqu'à 200 chambres.

### UN PROCESSUS D'AUDIT IMPARTIAL

Mais comment seront vérifiées ces exigences ? C'est là qu'interviennent de manière « totalement impartiale » EasyVoyage (ses journalistes professionnels testent depuis 16 ans des milliers d'hôtels au travers d'une grille normée) et Vitalis Consulting. Ce cabinet de conseil est spécialisé dans l'amélioration de l'expérience clients : enquête mystère, audits... A son actif déjà les labels Qualité Tourisme, Camping Qualité, Maître Restaurateur... Les tour-opérateurs qui souhaitent adhérer au label (la certification est ouverte à tous sans restriction) en font la demande auprès de l'association. Ils doivent ensuite se soumettre à un audit réalisé à leur siège par Vitalis avant un audit sur place des installations, sachant que la labellisation se fait par club et non par marque. Un TO peut donc se retrouver avec certains de ses clubs non labellisés. « C'est une procédure très lourde en temps et aussi en coût », témoigne Patrice Caradec, président d'Alpitour. « Ceux qui ont critiqué en disant que c'était du copinage ne s'y sont pas frottés car je peux vous assurer que Vitalis nous a bien titillés ». « Les TO ont parfaitement joué le jeu », se félicite Hugues Defline allant même pour certains au-delà des exigences (casiers judiciaires, visite médicale d'aptitude pour les animateurs...). « Ce label est loin d'être un gadget. C'est une vraie mise à niveau », admet Philippe Sangouard, directeur général de Boomerang Voyages (Kappa Club et Club Coralia). A terme, l'association espère que 400 à 500 clubs seront labellisés. « L'objectif est à 3 ou 4 ans. Ce serait une erreur de vouloir aller trop vite », estime Hugues Defline. D'ici là, il faudra communiquer auprès des agences et du grand public. Du côté des premières, les commerciaux des TO s'y emploient. Orchestra a également joué sa partie en créant une critérisation spécifique aux produits labélisés. Les distributeurs qui le souhaitent y ont accès sur la plateforme, à l'instar de Thomas Cook, Salaün Holidays et Carrefour Voyages, premiers réseaux à intégrer cette fonctionnalité. « Ce sont ainsi déjà près de 700 agences qui bénéficient de cet affichage », indique Christian Sabbagh, président d'Orchestra. En BtoC, la prochaine étape passera par une campagne de communication. « Nous allons simplifier la charte, en faire une synthèse pour faciliter sa diffusion », annonce Hugues Defline.

Elle est déjà consultable, en 10 points, sur le site [www.club-de-vacances-qualite-garantie.com](http://www.club-de-vacances-qualite-garantie.com).