

SOMMAIRE

• Introduction	3
• Le management de la Qualité	4
• Les concepts de la Qualité	7
• La gestion du Prix National de la Qualité	8
• L'auto-évaluation	9
♦ Leadership	9
♦ Stratégie et objectifs qualité	10
♦ Management du personnel	11
♦ Management des ressources	12
♦ Management des processus	13
♦ Satisfaction des clients	14
♦ Satisfaction du personnel	14
♦ Intégration à la vie de la collectivité	15
♦ Résultats de l'organisation	15
• L'évaluation des entreprises	16
♦ Méthode de cotation	16
♦ Interprétation de la note	17

ANNEXES

• 1 - Dossier de candidature et questionnaire du Prix National de la Qualité	18
• 2 - Modèle de fiche d'évaluation	20
• 3 - Règlement du Prix	21
• 4 - Règlement de la marque du Prix	22
• 5 - Marque "Prix National de la Qualité"	23

INTRODUCTION

Dans le contexte économique actuel marqué par la mondialisation des échanges et l'évolution des exigences de plus en plus croissantes des marchés internes et externes, les entreprises sont amenées à améliorer la qualité de leurs produits et services en vue de renforcer leur compétitivité.

Les entreprises se sont adaptées en adoptant des approches qualité de plus en plus sophistiquées et qui permettent de fournir des produits conformes aux attentes des clients. Ces approches ont évolué à partir du contrôle final de conformité des produits dans les années 40, les méthodes statistiques dans les années 60, en passant par l'assurance qualité dans les années 80 et en aboutissant aux méthodes de management de la qualité actuellement et plus précisément la Qualité Totale.

La Qualité Totale est un mode de management d'un organisme, centré sur la qualité, basé sur la participation de tous ses membres et visant le succès à long terme par la satisfaction de tous les partenaires. Elle a des avantages pour tous les membres de l'organisme et pour la société.

Dans ce contexte, les prix qualité offrent un cadre d'évaluation et d'auto-évaluation qui permet aux entreprises de mesurer leurs performances en matière de qualité et d'identifier les axes de progrès.

Ils constituent aussi pour les organismes de promotion de la qualité des outils qui incitent les entreprises à lancer des démarches qualité et à renforcer leur compétitivité.

Ils sont basés sur des référentiels contenant des chapitres avec plusieurs questions sur le management de la qualité et une grille d'évaluation pour mesurer la performance des entreprises.

Les prix qualité existent dans plusieurs pays développés, mais les plus prestigieux sont le Prix DEMING créé en 1951 au Japon, le Prix MALCOM BALDRIGE créé en 1987 aux Etats-Unis et le Prix européen de la Qualité créé en 1992.

Au Maroc, le Ministère chargé de l'Industrie, en concertation avec les différents partenaires, a mis en place, en 1998 le Prix National de la Qualité dont l'objectif vise d'une part l'incitation des entreprises marocaines à entreprendre des démarches qualité et à pratiquer l'auto-évaluation pour progresser et d'autre part à récompenser celles qui se sont distinguées par la mise en place d'une démarche exemplaire.

Depuis 1999, l'Union Marocaine pour la Qualité (UMAQ), association à but non lucratif ayant pour but de promouvoir la qualité des produits et services, assure l'organisation de ce Prix.

Le Prix National permet de récompenser les entreprises, quelque soient leurs domaines d'activité.

Quatre catégories différentes sont actuellement primées : les PMI, les PME, les grandes entreprises industrielles et les grands organismes de service.

De même, une marque du Prix National de la Qualité a été mise au point pour permettre aux organisateurs de communiquer sur les événements liés à ce Prix et aux entreprises lauréates de communiquer avec les parties intéressées et d'avoir la possibilité de marquer les produits et services.

Le présent document contribue à la promotion de ces concepts et démarches. Il comprend trois parties :

- le management de la qualité et les concepts de la qualité,*
- la gestion du Prix National de la Qualité,*
- l'auto-évaluation,*

et constitue un guide d'auto-évaluation.

La direction et le management d'un organisme avec succès nécessitent de l'orienter et de le contrôler méthodiquement et en transparence. Le succès peut résulter de la mise en œuvre et l'entretien d'un système de management conçu pour une amélioration continue des performances, tout en répondant aux besoins de toutes les parties intéressées. Le management de la qualité est une composante du management d'un organisme.

Le management de la qualité se définit comme l'ensemble des activités permettant d'orienter et de contrôler un organisme en matière de qualité.

Ceci inclut généralement l'établissement d'une politique qualité et d'objectifs qualité, la maîtrise de la qualité, l'assurance de la qualité et l'amélioration de la qualité.

Le management de la qualité possède huit principes qui peuvent être utilisés par la Direction pour mener l'organisme vers les meilleures performances.

1 - ORIENTATION CLIENT

Les organismes dépendent de leurs clients, il convient donc qu'ils en comprennent les besoins présents et futurs, qu'ils satisfassent leurs exigences et qu'ils s'efforcent d'aller au devant de leurs attentes.

Avantages clés

- Augmentation des recettes et des parts de marché résultant de la souplesse et de la rapidité des réactions face aux opportunités du marché ;
- Efficacité accrue dans l'utilisation des ressources de l'organisme pour augmenter la satisfaction du client ;
- Plus grande loyauté des clients conduisant à un renouvellement des relations d'affaires.

Aspects découlant de l'application du principe 1 "Orientation client"

- Cerner et comprendre les besoins et les attentes du client ;
- Assurer que les objectifs de l'organisme sont en phase avec les besoins et les attentes du client ;
- Exposer les besoins et les attentes du client dans tout l'organisme ;
- Mesurer la satisfaction du client et agir sur les résultats ;
- Gérer méthodiquement les relations avec le client ;

- Assurer, dans la démarche visant la satisfaction de la clientèle, une approche équilibrée avec les autres parties intéressées (notamment les propriétaires, les employés, les fournisseurs, les financiers, les collectivités locales et la société dans son ensemble).

2 - LEADERSHIP

Les dirigeants établissent la finalité et les orientations de l'organisme. Il convient qu'ils créent et maintiennent un environnement interne dans lequel les personnes peuvent pleinement s'impliquer dans la réalisation des objectifs de l'organisme.

Avantages clés

- Les buts et objectifs de l'organisme sont compris par le personnel et le motivent ;
- Les activités sont évaluées, alignées et mises en œuvre de façon unifiée ;
- Les défauts de communication entre les différents niveaux d'un organisme sont réduits au minimum.

Aspects découlant de l'application du principe 2 "Leadership"

- Prendre en compte les besoins de toutes les parties intéressées notamment les clients, les employés, les fournisseurs, les financiers, les collectivités locales et la société dans son ensemble ;
- Etablir une vision claire du futur de l'organisme ;
- Définir des objectifs et des cibles réalisables ;
- Créer et entretenir des valeurs communes et des modèles de comportement fondés sur l'équité et l'éthique à tous les niveaux de l'organisme ;
- Etablir la confiance et éliminer les craintes ;
- Fournir au personnel les ressources et la formation nécessaires et la liberté d'agir de manière responsable ;
- Susciter, encourager et reconnaître les contributions des individus.

3 - IMPLICATION DU PERSONNEL

Les personnes à tous les niveaux sont l'essence même d'un organisme et une totale implication de leur part permet d'utiliser leurs aptitudes au profit de l'organisme.

Avantages clés

- Personnel motivé, impliqué et engagé pour l'organisme ;
- Innovation et créativité pour atteindre les objectifs de l'organisme ;
- Membres du personnel responsables de leurs performances individuelles ;
- Personnel soucieux de participer et de contribuer à l'amélioration continue.

Aspects découlant de l'application du principe 3 "Implication du personnel"

- Le personnel comprend l'importance de sa contribution et de son rôle dans l'organisme ;
- Le personnel identifie ce qui freine ses performances ;
- Le personnel accepte d'être responsabilisé et d'assumer sa part de responsabilité à résoudre les problèmes ;
- Le personnel évalue sa performance par rapport aux buts et objectifs individuels ;
- Le personnel recherche activement des occasions d'accroître sa compétence, ses connaissances et son expérience ;
- Le personnel partage librement le savoir-faire et l'expérience ;
- Le personnel débat ouvertement des problèmes et des questions.

4 - APPROCHE PROCESSUS

Un résultat escompté est atteint de façon plus efficiente lorsque les ressources et activités afférentes sont gérées comme un processus.

Avantages clés

- Coûts et durées de cycle réduits par l'utilisation efficace des ressources ;
- Résultats améliorés, cohérents et prévisibles ;
- Focalisation sur les opportunités d'amélioration et classement par ordre de priorité ;

Aspects découlant de l'application du principe 4 "Approche processus"

- Définition systématique des activités nécessaires pour obtenir un résultat désiré ;

- Etablissement de responsabilités claires pour la gestion des activités clés ;
- Analyse et mesure du potentiel des activités clés ;
- Identification des interfaces des activités clés avec et entre les différentes fonctions de l'organisme ;
- Focalisation sur les facteurs : notamment les ressources, les méthodes et les matériels qui amélioreront les activités clés de l'organisme ;
- Evaluation des risques, des conséquences et des impacts des activités sur les clients, les fournisseurs et d'autres parties intéressées.

5 - MANAGEMENT PAR APPROCHE SYSTEME

Identifier, comprendre et gérer des processus corrélés comme un système contribue à l'efficacité et l'efficience de l'organisme à atteindre ses objectifs.

Avantages clés

- Intégration et alignement des processus qui permettront d'atteindre au mieux les résultats désirés ;
- Aptitude à focaliser les efforts sur les processus clés ;
- Conférer aux parties intéressées la confiance dans la cohérence, l'efficacité et l'efficience de l'organisme.

Aspects découlant de l'application du principe 5 "Management par approche système"

- Structuration du système pour atteindre les objectifs de l'organisme de la façon la plus efficace et efficiente ;
- Compréhension des interdépendances entre les processus du système ;
- Approches structurées avec harmonisation et intégration des processus ;
- Assurer une meilleure compréhension des rôles et des responsabilités nécessaires pour réaliser les objectifs communs et réduire ainsi les blocages inter-fonctionnels ;
- Comprendre les possibilités organisationnelles et établir avant d'agir les contraintes liées aux ressources ;
- Cibler et définir comment devraient s'opérer des activités particulières au sein d'un système ;
- Amélioration continue du système par le biais de mesures et d'évaluations.

6 - AMELIORATION CONTINUE

Il convient que l'amélioration continue de la performance globale soit un objectif permanent de l'organisme.

Avantages clés

- Avantage concurrentiel grâce à des capacités organisationnelles améliorées ;
- Alignement des activités d'amélioration à tous les niveaux par rapport aux objectifs stratégiques de l'organisme ;
- Souplesse et rapidité de réaction face aux opportunités.

Aspects découlant de l'application du principe 6 "Amélioration continue"

- Utilisation d'une approche cohérente à l'ensemble de l'organisme en vue de l'amélioration continue des performances de l'organisme ;
- Assurer la formation du personnel aux méthodes et outils d'amélioration continue ;
- L'amélioration continue des produits, processus et systèmes devient un objectif de chaque individu dans l'organisme ;
- Etablir des buts afin d'orienter l'amélioration continue et prendre des mesures pour en assurer le suivi ;
- Reconnaître et prendre acte des améliorations.

7 - APPROCHE FACTUELLE POUR LA PRISE DE DECISION

Les décisions efficaces se fondent sur l'analyse de données et d'informations.

Avantages clés

- Décisions bien informées ;
- Meilleure aptitude à démontrer l'efficacité des décisions antérieures par référence à des données factuelles enregistrées ;
- Augmenter l'aptitude à examiner, mettre en cause et changer les opinions et les décisions.

Aspects découlant de l'application du principe 7 "Approche factuelle pour la prise de décision"

- Garantir que les données et les informations sont suffisamment exactes et fiables ;

- Rendre les données accessibles à ceux qui en ont besoin ;
- Analyser les données et les informations à l'aide de méthodes valides ;
- Prises de décisions et actions fondées sur une analyse factuelle, équilibrée par l'expérience et l'intuition.

8 - RELATIONS MUTUELLEMENT BENEFIQUES AVEC LES FOURNISSEURS

Un organisme et ses fournisseurs sont interdépendants et des relations mutuellement bénéfiques augmentent les capacités des deux organismes à créer de la valeur.

Avantages clés

- Aptitude accrue à créer de la valeur pour les deux parties ;
- Souplesse et rapidité des réactions face à l'évolution du marché ou des besoins et des attentes du client ;
- Optimisation des coûts et des ressources.

Aspects découlant de l'application du principe 8 "Relations mutuellement bénéfiques avec les fournisseurs"

- Etablir des relations qui équilibrent les gains à court terme et des considérations à long terme.
- Mise en commun des acquis et des ressources avec les partenaires.
- Identifier et choisir les fournisseurs clés.
- Partage d'information et des plans futurs.
- Etablir des activités communes de développement et d'amélioration.
- Inspirer, encourager et reconnaître les améliorations et les réalisations des fournisseurs.



LES CONCEPTS DE LA QUALITE

1 - LA QUALITE

La définition actuelle de la qualité est la suivante :

Aptitude d'un ensemble de caractéristiques à satisfaire des exigences (ISO 9000/2000)

Depuis la publication de la norme ISO 8402 de 1987 et 1994 jusqu'à l'ISO 9000 version 2000, on peut remarquer que la définition de la qualité a évolué d'une notion relative à la conformité par rapport aux exigences relatives au produit vers une définition plus globale de la qualité incluant la notion de satisfaction des clients et surtout celle des autres parties intéressées.

2 - LE ZERO DEFAUT

C'est, non seulement, la conformité des produits aux exigences, mais aussi l'absence de dysfonctionnements dans les processus mis en œuvre pour les réaliser.

Ces dysfonctionnements sont générateurs de retards, d'une valeur ajoutée inutile faite en particulier de toute une série de "Re..." : re-traiter, re-faire, re-jeter... De plus, ils ne permettent pas de réaliser l'activité optimale.

Le zéro défaut s'exprime par : "Faire bien du premier coup".

3 - LA MESURE

Il n'y a pas de progrès en qualité sans mesure des écarts.

La mesure du niveau de qualité est le préalable à toute action d'amélioration dans un atelier, bureau ou laboratoire. Elle s'exprime sous forme d'indicateurs (fréquence ou gravité) de non-conformité, de dysfonctionnements et de non satisfaction des clients.

4 - LA PREVENTION

La qualité s'obtient par la prévention.

Elle consiste à mettre en œuvre des actions de nature à éviter les dysfonctionnements et les non-conformités.

La prévention prospective (pour "faire bien du premier coup") s'applique a priori. En particulier, dès la conception du produit ou du processus.

La prévention corrective (pour "faire bien dès le second coup") consiste à rechercher, pour les éliminer, les causes des non-conformités ou des dysfonctionnements en remontant le plus en amont possible dans le processus.

5 - LES COUTS DE LA NON-QUALITE

Les coûts résultant de la non-qualité se décomposent en :

- coût des anomalies internes,
- coût des anomalies externes,
- coût de détection,
- coût de prévention.

Ils permettent de :

- ♦ connaître les gisements à exploiter pour accroître la compétitivité ;
- ♦ établir des priorités pour les actions correctives ;
- ♦ mesurer globalement les progrès.

Composantes du coût de non-qualité :

Anomalies internes (ont lieu avant livraison) défauts fabrication, défauts conception, défaillances fournisseur, déclassement produits, retouches...

Anomalies externes (ont lieu après livraison) réclamation des clients, service après vente, retour marchandises, remplacement, perte client...

Détection : contrôle réception, en cours de fabrication et final ; essais avant lancement production et laboratoire.

Prévention :

- entretien préventif,
- formation,
- élaboration procédures,
- assurance qualité,
- audit.

Pour le calcul des coûts résultant de la non-qualité, se référer à la NM 00.5.010



LA GESTION DU PRIX NATIONAL DE LA QUALITE

La gestion du Prix National de la Qualité comprend les étapes suivantes :

1 - Dépôt des dossiers, en 3 exemplaires au secrétariat du Prix (date limite de dépôt fixée au 30 juin)_____

A partir du mois d'Avril de chaque année, un communiqué de presse annonce le lancement du prix.

Les organismes désirant concourir à ce Prix sont invités à envoyer une demande à l'Union Marocaine pour la Qualité avant le 30 juin de l'année en cours, à l'adresse suivante :

**UMAQ (Union Marocaine pour la Qualité)
Complexe Administratif du Département
Commerce et Industrie,
Km 9,5 - Route de Nouaceur - Casablanca**

Les questionnaires remplis par les candidats sont reçus en 3 exemplaires, dont 2 exemplaires du dossier de candidature doivent être anonymes (sans mention du nom ou du sigle de l'entreprise).

2 - Evaluation des dossiers puis sélection des candidats qui recevront une visite d'évaluation (septembre - octobre)_____

Chaque dossier est apprécié par des évaluateurs. Chaque évaluateur vérifie la note que s'est attribuée l'entreprise par rapport à la note descriptive du système, puis une note consensuelle est attribuée en faisant la moyenne des notes des évaluateurs. Les entreprises les mieux notées sont retenues pour une évaluation sur site.

3 - Evaluation sur site (octobre - novembre)_____

Ensuite, une équipe d'évaluateurs réalise une évaluation sur site pour confirmer les déclarations de l'entreprise dans le dossier de candidature et constater le déploiement de la démarche qualité au sein de l'entreprise.

Le responsable de l'évaluation rédige un rapport final d'évaluation destiné à l'entreprise candidate.

Ce rapport comprend :

Introduction :

- Description générale du processus d'évaluation

Impressions générales :

- Présentation de la candidature, facilité de compréhension, quelques commentaires encourageants, l'appréciation de l'équipe.
- 30 fiches d'évaluation (voir modèle de fiche en annexe 2) :
- Les points forts et domaines d'amélioration y sont clairement repris avec une fourchette de notation.

4 - Réunion du jury et désignation des lauréats (décembre)_____

Le jury du Prix National de la Qualité constitué de membres de l'UMAQ et du Ministère chargé de l'Industrie ainsi que d'autres personnes choisies pour leurs compétences et leur neutralité et présidé par le Président de l'Union Marocaine pour la Qualité ou son représentant se réunit pour examiner les résultats du processus d'évaluation et désigner les lauréats du Prix National de la Qualité.

Pour chaque catégorie, le jury désigne le lauréat du Prix National de la Qualité et attribue, le cas échéant, des Certificats d'encouragement aux organismes méritants.

5 - Cérémonie de remise des trophées _____

Une cérémonie de remise des trophées est organisée en présence de Monsieur le Ministre chargé de l'Industrie et du Président de l'UMAQ .

Au cours de cette cérémonie, les lauréats du prix national de la qualité reçoivent les trophées de la qualité et des certificats du Prix Qualité ou d'encouragement.



L'AUTO-EVALUATION



L'auto-évaluation est un examen complet, systématique et régulier des activités et des résultats d'une organisation par comparaison à un modèle de performance.

Dans le cadre du présent document, le modèle utilisé est celui du Prix National de la Qualité qui comprend 9 chapitres, qui sont le leadership, la stratégie et les objectifs Qualité, le management du personnel, le management des ressources, le management des processus, la satisfaction des clients, la satisfaction du personnel, l'intégration à la vie de la collectivité et les résultats de l'organisation.

Le processus d'auto-évaluation permet à l'organisation d'identifier clairement ses points forts et faibles et

débouche sur des actions d'amélioration planifiées dont l'état d'avancement sera ensuite contrôlé.

Les pages suivantes contiennent la description des chapitres du Prix National de la Qualité, ainsi que certains critères d'auto-évaluation. Ces critères ne sont pas exhaustifs, chacun peut les enrichir pour élargir les volets qu'il estime intégrer dans le critère en question. Il est évident que plus on mettra de volets, plus on élève la barre des exigences.

Chapitre 1 PNQ

LEADERSHIP

L'équipe dirigeante est le moteur du processus d'amélioration continue dans l'organisme, par son «leadership», elle a valeur d'exemple anticipative et motrice (l'équipe de direction comprend le dirigeant et ceux qui lui rapportent directement).

Par ce comportement, elle doit montrer :

▫ **Son engagement dans la démarche qualité :**

- actions de l'organisme à court et moyen terme ;
- l'apport de ressources ;
- les aides appropriées ;
- l'esprit de challenge.

▫ **L'exemplarité des actions :**

- visibilité de l'engagement de la Direction ;
- répercussion sur le personnel ;
- répercussion vis-à-vis des clients et des fournisseurs ;
- répercussion vis-à-vis de la collectivité.

CRITERES D'EVALUATION

- ◆ La Direction est-elle engagée dans la Qualité ?
- ◆ La Direction participe-t-elle au déploiement des valeurs et des exigences de performance de l'entité ?
- ◆ Le personnel a-t-il une vision uniforme ? un sens de partage et d'adhésion ?
- ◆ Les décisions sont-elles l'émanation d'un consensus ou celles d'un seul homme ?
- ◆ Y a-t-il un budget pour la qualité ?
- ◆ Maîtrisez-vous votre coût d'obtention de la qualité ?
- ◆ Les décisions d'investir répondent-elles à des critères de rentabilité et/ou de nécessité stratégique ?
- ◆ Développez-vous le goût des objectifs ambitieux ?
- ◆ Comment mesurez-vous les résultats des actions entreprises ?
- ◆ Etes-vous disponibles pour écouter et agir en conséquence ?
- ◆ Avez-vous un budget pour la formation du personnel ? des plans de formation ?
- ◆ Règne-t-il un esprit d'équipe ? faites vous des cercles de qualité ?
- ◆ Associez-vous les clients et les fournisseurs aux projets de l'organisme ?
- ◆ Suscitez et reconnaissez-vous les efforts du personnel en matière de qualité ?



STRATEGIE ET OBJECTIFS QUALITE

L'organisme établit une stratégie et des objectifs spécifiques ayant pour but de maîtriser ses activités, de les améliorer en permanence et d'anticiper leurs évolutions

Cette stratégie et ces objectifs sont :

- fondés sur les valeurs propres de l'organisme, et établis à partir de sa stratégie générale,
- déterminés à l'aide d'informations appropriées qui sont issues :
 - ♦ des réactions sollicitées des clients et des fournisseurs ;
 - ♦ de l'écoute du personnel de l'organisme ;
 - ♦ de la connaissance des projets adaptés à la réalité de l'organisme.
- déclinés en plans d'actions dans toutes les fonctions de l'organisme, et pour toutes ses activités à tous les niveaux hiérarchiques,
- communiqués à tout le personnel et aux partenaires en temps voulu et par des outils appropriés.
- régulièrement revus et améliorés :
 - ♦ en évaluant l'efficacité en terme de résultat obtenu de l'action menée,
 - ♦ en évaluant la prise de conscience du personnel,
 - ♦ en examinant et en améliorant le déroulement des actions en cours.

CRITERES D'EVALUATION

- ♦ Existe-t-il une stratégie, une politique qualité et des objectifs bien définis ?
- ♦ Sont-ils cohérents avec votre vision globale ?
- ♦ Connaissez-vous le marché et l'attente des clients ?
- ♦ Connaissez-vous vos concurrents et leur positionnement sur le marché ?
- ♦ Quels sont vos moyens utilisés pour atteindre les objectifs qualité ?
- ♦ La stratégie et les objectifs qualité sont-ils écrits, sous une forme compréhensible et exploitable ?
- ♦ Sont-ils diffusés au personnel ?
- ♦ Sont-ils déclinés en plan d'action à tous les niveaux ?
- ♦ Les plans d'actions sont-ils développés en fonction de la stratégie de l'entité pour atteindre des objectifs définis ?
- ♦ Les résultats des actions menées sont-ils évalués ?
- ♦ Faites-vous la promotion (interne ou externe) des actions ?
- ♦ La stratégie et les objectifs qualité sont-ils régulièrement remis en cause ?
- ♦ A quand remonte la dernière remise en cause ?
- ♦ Pouvez-vous estimer votre degré de fréquence des modifications ?
- ♦ La politique Qualité contribue-t-elle à l'atteinte des ambitions stratégiques de l'entité ?
- ♦ L'entité vérifie-t-elle l'efficacité du déploiement ?
- ♦ Comment l'entité évalue-t-elle l'efficacité de sa stratégie et de ses plans d'action ?
- ♦ Développez-vous régulièrement de nouveaux plans d'actions dans une perspective d'amélioration continue ?



MANAGEMENT DU PERSONNEL

La performance d'un organisme passe par un management performant de son personnel car le capital humain constitue le capital le plus productif de l'organisme à condition de le faire progresser.

Donc, il s'avère nécessaire de valoriser le capital humain car :

- pour produire les résultats attendus et atteindre les objectifs visés, il faut développer la performance des équipes ;
- leur énergie, leurs talents, leurs compétences et leurs interactions sont de nature à garantir la créativité, l'agilité et la pérennité de l'organisme ;
- la qualité des Hommes fait plus que jamais la différence.

CRITERES D'EVALUATION

- ♦ *L'organisation du travail permet-elle une adaptation rapide aux besoins de l'organisation ?*
- ♦ *Quelles sont les méthodes et à quelle fréquence la stratégie de l'entité et sa politique qualité sont-elles communiqués au personnel ?*
- ♦ *Quelles sont les méthodes et à quelle fréquence les objectifs, les actions et les résultats Qualité sont-ils communiqués au personnel ?*
- ♦ *Comment cette communication permet-elle au personnel de comprendre et d'adhérer à la démarche qualité ?*
- ♦ *L'entité vérifie-t-elle l'efficacité de cette communication ?*
- ♦ *Comment sont analysés les besoins en formation notamment sur la Qualité ?*
- ♦ *Comment y répond l'entité ?*
- ♦ *L'entité s'assure-t-elle de l'efficacité des formations ?*
- ♦ *Le personnel participe-t-il à la réalisation du plan d'actions Qualité de l'entité ?*
- ♦ *Y a-t-il des méthodes et des moyens mis en œuvre pour que le personnel, individuellement et en équipe, s'approprie et développe ses propres actions Qualité ?*
- ♦ *Fait-on appel à la créativité du personnel pour produire le maximum de propositions d'amélioration et d'innovation ?*
- ♦ *Comment est organisée la prise en compte de ces propositions et la mise à disposition de ressources pour permettre la mise en œuvre de celles qui sont retenues ?*
- ♦ *Comment le personnel est-il informé des suites données à ses propositions et des résultats obtenus ?*



MANAGEMENT DES RESSOURCES

L'organisme travaille plus efficacement, quand il a une bonne gestion et une bonne exploitation de ses ressources.

Ceci passe par :

- une relation avec les partenaires et les fournisseurs basée sur la confiance, le partage de connaissance et une intégration mutuellement bénéfique,
- une connaissance du budget et de toutes autres ressources (bâtiments, terrains, matières premières, équipements, installations, ...),
- une gestion de l'information et de la communication.

CRITERES D'EVALUATION

- ♦ *Comment l'entité alloue-t-elle ses ressources financières en fonction de sa stratégie ?*
- ♦ *Quel est son processus d'élaboration budgétaire ?*
- ♦ *L'entité maîtrise-t-elle ses paramètres financiers ? (par ex. les clients douteux)*
- ♦ *Quel est son processus de suivi budgétaire ?*
- ♦ *Comment l'entité évalue-t-elle ses décisions d'investissement ?*
- ♦ *Comment l'entité gère-t-elle ses risques financiers ?*
- ♦ *Comment chacun dispose-t-il, selon ses besoins, des informations à jour nécessaires à la bonne réalisation de son travail ?*
- ♦ *Comment chacun dispose-t-il d'indicateurs pour mesurer l'efficacité de son travail ?*
- ♦ *La documentation d'intérêt général est-elle choisie de façon pertinente, actualisée et accessible ?*
- ♦ *Quels sont les moyens de gestion de ses informations ?*
- ♦ *Quels partenaires l'entité a-t-elle identifiés ?*
- ♦ *Quels sont les principaux fournisseurs de l'entité ?*
- ♦ *Quelles sont les dispositions mises en place avec les fournisseurs et sous traitants pour s'assurer de la conformité et de l'amélioration de leurs prestations ?*
- ♦ *Comment les fournisseurs participent-ils à la mise au point des produits nouveaux et à l'évolution de la stratégie de l'entité dans le cadre d'un partenariat ?*
- ♦ *Comment les fournisseurs sont-ils entraînés dans une démarche Qualité en liaison avec celle de l'entité ?*
- ♦ *Quelles sont les formes de partenariat développées avec des partenaires autres que les fournisseurs ?*
- ♦ *Les autres ressources (terrains, bâtiments, installations...) sont-elles gérées efficacement pour améliorer la performance de l'entité ?*



MANAGEMENT DES PROCESSUS

L'organisme crée, gère et améliore ses processus dans le but de supporter sa stratégie et sa politique qualité et pour pleinement satisfaire et générer des valeurs ajoutées pour les clients, fournisseurs, employés et toutes les parties prenantes. Les processus constituent l'élément catalyseur qui va permettre de formaliser, d'harmoniser et d'optimiser les différentes pratiques fonctionnelles et opérationnelles de l'organisme.

Maîtriser les processus correspond à :

- des objectifs et composants clairement définis
- des validations, mesures, et obtention du résultat attendu,
- des capacités et reproductibilités assurées.

CRITERES D'EVALUATION

- ♦ Comment l'entité, à partir de sa finalité et de la spécificité de son activité, a recensé l'ensemble de ses processus-clés ?
- ♦ Quels sont ces processus ?
- ♦ Comment sont-ils maîtrisés ?
- ♦ Comment l'entité identifie-t-elle ses différents segments de clientèle ?
- ♦ Comment l'entité identifie-t-elle les facteurs qui génèrent leur satisfaction et leur fidélité ?
- ♦ Comment l'entité répertorie-t-elle les besoins connus ?
- ♦ Comment l'entité gère-t-elle le retour d'information de ses clients pour améliorer ses produits et services ?
- ♦ Comment l'entité développe-t-elle activement le partenariat avec ses clients ?
- ♦ Comment toutes les informations sur les besoins explicites et implicites des clients sont-elles exploitées pour permettre à l'entité de répondre à ces besoins tout au long de la vie du produit ou service ?
- ♦ Quelles sont les voies par lesquelles l'entité arrive à détecter les attentes non exprimées par les clients, ce qui lui permettra de répondre à l'évolution des marchés ?
- ♦ Comment l'entité identifie-t-elle et évalue-t-elle, y compris chez ses partenaires, les technologies nouvelles et émergentes qui pourraient la concerner et lui permettre d'innover et (ou) d'accroître ses ventes et sa compétitivité ?
- ♦ Comment le partenariat avec des clients et (ou) fournisseurs permet de valider la pertinence de ces innovations ?
- ♦ Comment sont établies et revues régulièrement la liste des concurrents existants et potentiels et celle des entités offrant des produits ou services comparables ?
- ♦ Comment se fait la collecte des informations concernant les concurrents sur les critères Qualité et sur leurs autres performances ?
- ♦ Comment les informations recueillies permettent-elles à l'entité de réagir, de progresser et d'être plus performante que ses concurrents ?
- ♦ Quels sont les systèmes, méthodes et moyens mis en œuvre pour s'assurer que les spécifications des produits, services et procédés sont conformes aux besoins recensés des clients ?
- ♦ Quels sont les systèmes, méthodes et moyens mis en œuvre pour s'assurer que les produits, services et procédés sont conformes à ces spécifications ?
- ♦ Comment l'entité définit-elle des indicateurs qui lui permettent de s'assurer que les objectifs qualité pourront être atteints, en temps voulu ?
- ♦ Comment l'entité s'est-elle organisée, à différents niveaux, pour réagir en cas de dérive des indicateurs et tirer profit de l'expérience pour s'améliorer ?
- ♦ Comment l'entité vérifie-t-elle périodiquement la pertinence des indicateurs qu'elle a mis en place ?
- ♦ Comment les actions d'amélioration sont-elles conçues, validées, hiérarchisées, répertoriées (par ex. dans un plan d'amélioration de la qualité) et planifiées ?
- ♦ Comment sont conduites les actions d'amélioration ?
- ♦ Comment est évaluée l'efficacité des actions mises en œuvre, à court et à moyen terme ?



SATISFACTION DES CLIENTS

L'organisme doit mettre le client au centre de ses préoccupations. Cette orientation prioritaire lui permet de progresser et d'anticiper les besoins de ses clients, sans oublier de se comparer à ses concurrents.



• **Etre à l'écoute des clients, c'est :**

- ♦ mesurer leur satisfaction selon leurs propres critères (qualité, prix, délai, service,...)
- ♦ établir et mettre à jour la liste de leurs besoins explicites,
- ♦ chercher à connaître directement, ou indirectement, l'expression de leurs besoins latents.

• **Traduire ces besoins :**

- ♦ dans les spécifications des produits/services nouveaux,
- ♦ dans les actions correctives des produits/services existants.

• **Surveiller le marché, c'est :**

- ♦ connaître ses concurrents et leurs productions,
- ♦ en tenir compte.

CRITERES D'EVALUATION

- ♦ *Quelles sont les informations retenues pour permettre à l'entité d'apprécier la satisfaction de ses clients ? Quels sont les résultats obtenus ?*
- ♦ *Quels sont les différents canaux utilisés pour obtenir ces informations ?*
- ♦ *Quelles sont les informations internes prises en compte, les indicateurs associés et les résultats obtenus ?*

SATISFACTION DU PERSONNEL

"Il n'est de richesse que d'hommes"

La satisfaction du personnel a un impact sur la performance de l'organisme et donc, il est primordial qu'il y trouve sa plénitude.



CRITERES D'EVALUATION

- ♦ *Quelles sont les informations retenues pour permettre à l'entité d'apprécier la satisfaction de son personnel ? Quels sont les résultats obtenus ?*
- ♦ *Quels sont les différents canaux directs utilisés pour obtenir ces informations ?*
- ♦ *Quelles sont les informations indirectes prises en compte, les indicateurs associés et les résultats obtenus ?*

INTEGRATION A LA VIE DE LA COLLECTIVITE

L'organisme doit être conscient de son environnement et s'intégrer à la vie de la collectivité pour favoriser l'amélioration de l'entourage et du milieu.

CRITERES D'EVALUATION

- ♦ Le personnel de l'entreprise et les personnes utilisant les produits et (ou) services de l'entité sont-ils à l'abri du danger que peut générer le produit ?
- ♦ L'entité contribue-t-elle à la préservation de l'environnement ?
- ♦ L'entité supporte-t-elle des actions sociales et socioculturelles ?
- ♦ L'entité participe-t-elle à des actions entreprise/enseignement ?
- ♦ L'entité participe-t-elle à des travaux associatifs notamment liés à la qualité ?
- ♦ L'entité facilite-t-elle sa visite pour les gens externes ?

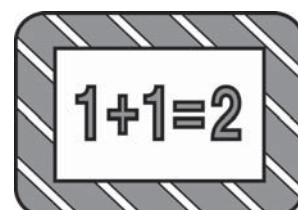


RESULTATS DE L'ORGANISATION

L'es progrès accomplis par l'organisme engagé dans une démarche qualité doivent se traduire dans ses résultats.

CRITERES D'EVALUATION

- ♦ Les résultats sont-ils toujours exprimés par rapport aux objectifs fixés ?
- ♦ Les parts de marché des différents produits et services correspondent-elles aux objectifs poursuivis ?
- ♦ Les résultats financiers globaux actuels sont-ils satisfaisants ?
- ♦ Les mesures et indicateurs montrent-ils une amélioration de l'efficacité du travail ?
- ♦ Trouvez-vous que la démarche qualité a contribué à l'obtention de ces résultats ? expliquer comment
- ♦ L'image de marque de l'entité est-elle bonne ?



Lévaluation des entreprises, basée sur l'utilisation du questionnaire du Prix (voir annexe 1), permet de juger la valeur des progrès accomplis par les entreprises en matière de qualité.

Ce questionnaire comprend 30 questions relatives aux 9 chapitres du référentiel présentés précédemment, dans la partie "auto-évaluation" :

- Leadership,
- Stratégie et objectifs qualité,
- Management du personnel,
- Management des ressources,
- Management des processus,
- Satisfaction des clients,
- Satisfaction du personnel,
- Intégration à la vie de la collectivité,
- Résultats de l'organisation.

Chaque thème est noté sur 100 points et pondéré par un coefficient de 1 ou 1,5 pour un score total de 1000 points.

A titre d'exemple, l'édition 2005 avait attribué aux deux chapitres "Leadership" et "Intégration à la vie de la collectivité" les coefficients 1,5. Ainsi, ces 2 chapitres étaient notés sur 150 points chacun, les autres sur 100 points.

METHODE DE COTATION

E.M.S.E. / E.S.E. (*)

Pour chaque question, l'évaluateur établit sa note selon le contenu de la réponse, en accordant tout ou partie des points alloués.

Chapitre 1 à 5 : "les moyens"

• E. Existence : sur 10 Points

Il existe une réponse qui manifeste que la question est prise en compte, comprise et qu'une démarche est engagée : *sur 10 points.*

• M. Méthode : sur 40 Points

Il existe une méthode qui répond à la question :

M1 - Par une dynamique de réactivité (action corrective) : *sur 10 points.*

M2 - Par une approche en amont (action préventive) : *sur 15 points.*

M3 - En intégrant une recherche d'amélioration continue : *sur 15 points.*

• S. Systématisation : sur 35 points

S1 - La réponse est appliquée dans tous les domaines majeurs où la question se pose (produits, clients, hommes et équipes, fournisseurs, processus, ...) : *sur 25 points.*

S2 - La réponse est appliquée dans chacun de ces domaines aussi souvent que nécessaire (pérennité dans le temps) : *sur 10 points.*

• E. Exemplarité : sur 15 points

E1 - La méthode, son application et ses résultats méritent d'être communiqués à l'extérieur de l'entité : *sur 15 points.*

(*) E.M.S.E. : Existence, Méthode, Systématisation, Exemplarité
E.S.E. : Existence, Systématisation, Exemplarité.

Chapitres 6 à 9 : "les résultats"

- **E. Existence : sur 20 points**

Il y a des résultats mesurés sur l'ensemble du domaine : *sur 20 points.*

- **S. Systématisation : 50 points**

S1 - Les résultats couvrent l'ensemble du domaine et sont mesurés: *sur 15 points.*

S2 - Les résultats sont mesurés par rapport à des objectifs préalablement fixés : *sur 15 points.*

S3 - Les niveaux atteints sont au minimum satisfaisants : *sur 10 points.*

S4 - Les tendances sont favorables : *sur 10 points.*

- **E. Exemplarité : 30 points**

E1 - Les résultats mesurés montrent sur 3 ans des performances remarquables par rapport aux objectifs : *sur 10 points.*

E2 - Les résultats mesurés montrent sur 3 ans des performances supérieures aux concurrents ou au marché : *sur 20 points.*

Ensuite, l'évaluateur rédige un rapport où il consigne les points forts et les points à améliorer pour chaque question en remplissant les fiches d'évaluation (voir modèle fiche d'évaluation en annexe).

INTERPRETATION DE LA NOTE

Le score total permet de dresser un profil qualité de l'organisme et de classer ce dernier selon les fourchettes suivantes :

- **Inférieure à 300 points :**

Quelques initiatives dans le domaine de la qualité. Pas de politique, pas de stratégie, pas de vision ni de culture.

- **301 à 400 :**

Début de prise de conscience de la démarche Qualité. La mise en œuvre commence, mais la Qualité ne fait pas encore partie de la culture Qualité. Les résultats ne sont pas dus à l'approche.

- **401 à 500 :**

Début d'une approche intégrée de la Qualité. La mise en œuvre commence et la culture apparaît. Des résultats sont visibles, mais sans relation de cause à effet avec les démarches engagées.

- **501 à 600 :**

La pratique de la qualité devient visible. Bonne intégration. Nombreux débuts de mise en œuvre de la démarche qualité. La qualité est connue par tous, sous l'impulsion de la direction.

Les résultats et les tendances clairs, avec une forte relation de cause à effet.

- **601 à 700 :**

L'approche est bien planifiée et documentée. La qualité est mise en œuvre dans la plupart des fonctions et est visible dans la culture de l'entreprise et pour la plupart des salariés. Les résultats sont probants et ont une forte relation de cause à effet.

- **701 à 800 :**

La qualité « à l'écoute du client » est mise en pratique de façon innovante.

La qualité est visible dans la culture de presque tous.

- **801 à 1000 :**

La qualité « à l'écoute du client » est une pratique courante dans l'entreprise.

Excellence intégration dans tous les secteurs et chez tous les acteurs.

Mise en œuvre dans toutes les fonctions importantes. La qualité est visible dans la culture de tous. La qualité devient un avantage compétitif.



DOSSIER DE CANDIDATURE ET QUESTIONNAIRE DU PRIX NATIONAL DE LA QUALITE

DOSSIER DE CANDIDATURE

L'ensemble du dossier doit comporter une trentaine de pages au maximum (police de corps 10 minimum). Ce dossier doit répondre de manière la plus factuelle et synthétique possible aux questions suivantes, qui ont pour objet de mieux vous connaître et ainsi mieux comprendre vos réponses aux 30 questions du Prix Qualité.

Carte d'identité de l'entité (*)

1- Description de l'entreprise :

Statut juridique, identité, raison sociale, adresse, nom des dirigeants, principaux actionnaires, nombre de salariés (évolution depuis 3 ans).

2- Activités de l'entreprise :

Types d'activités, principaux produits et services (si possible en % du CA), principaux clients et fournisseurs, part d'activité à l'exportation.

3- Votre histoire qualité :

Origine, différentes étapes, qui est le responsable qualité ? à qui rend-il compte ?

4- Stratégie et objectifs qualité :

*Pour maîtriser vos produits et vos processus.
Pour améliorer et anticiper.*

5- Système qualité :

Quels sont les principaux indicateurs que vous suivez pour vérifier son efficacité ?

6- Quelles sont les principales actions d'amélioration de l'année précédente ?

7- Résultats financiers depuis 3 ans :

CA, valeur ajoutée, excédent brut d'exploitation, résultat net.

8- Personne à contacter :

Nom, téléphone et télécopieur.

Ce chapitre n'est pas noté en tant que tel, mais les informations qu'il contient peuvent être utilisées pour la notation du questionnaire.

() Une entité peut être une entreprise, un établissement, une unité, un département, une administration, un service...*

QUESTIONNAIRE DU PRIX (PNQ)

COMMENT EST MISE EN OEUVRE LA QUALITE, SUIVANT LE REFERENTIEL DU PNQ ?

Chapitre 1. LEADERSHIP

- 1.1- La direction et son équipe entraînent-elles la démarche qualité de l'entité ?
- 1.2- La direction et son équipe donnent-elles l'exemple par des actions internes et externes ?
- 1.3- La direction et son équipe valorisent-elles les efforts et les succès qualité des individus et des équipes ?

Chapitre 2 - STRATEGIE ET OBJECTIFS QUALITE

- 2.1- La stratégie de l'entité intègre-t-elle sa politique qualité ?
- 2.2- La politique qualité est-elle déployée en objectifs dans toutes les fonctions de l'entité ?
- 2.3- L'entité améliore-t-elle sa stratégie et ses plans d'actions ?

Chapitre 3 - MANAGEMENT DU PERSONNEL

- 3.1- Le personnel est-il informé de la stratégie de l'entité, de sa démarche qualité et de ses résultats ?
- 3.2- Les programmes de formation tiennent-ils compte des besoins de l'organisation liés à ses principaux défis ?
- 3.3- L'entité encourage-t-elle l'implication du personnel dans la mise en œuvre des actions qualité ?
- 3.4- Le personnel peut-il proposer des actions d'amélioration de la qualité ?

Chapitre 4 - MANAGEMENT DES RESSOURCES

- 4.1- L'entité gère-t-elle ses ressources financières ?
- 4.2- L'entité gère-t-elle ses ressources en information ?
- 4.3- L'entité associe-t-elle ses partenaires à sa démarche qualité ?
- 4.4- L'entité gère-t-elle ses autres ressources ?

Chapitre 5 - MANAGEMENT DES PROCESSUS

- 5.1- L'entité identifie-t-elle ses processus-clés et quels sont-ils ?
- 5.2- L'entité a-t-elle une vue d'ensemble des processus et leurs interactions (sous forme de cartographie par ex) ?
- 5.3- L'entité écoute-elle ses clients et tient-elle compte de leurs besoins ?
- 5.4- L'entité s'est-elle organisée pour innover ?
- 5.5- L'entité connaît-elle les performances de ses concurrents ou des entités offrant des produits ou services comparables ?
- 5.6- L'entité maîtrise-t-elle la qualité des ses produits et (ou) services ?
- 5.7- L'entité choisit-elle et utilise-t-elle des indicateurs pour améliorer la qualité ?
- 5.8- L'entité conduit-elle ses actions d'amélioration de la qualité ?

Chapitre 6 - SATISFACTION DES CLIENTS

- 6.1- Les résultats des mesures de la satisfaction des clients effectuées à l'extérieur de l'entité sont-ils satisfaisants ?

- 6.2- Les résultats des mesures effectuées en interne qui permettent à l'entité d'évaluer la satisfaction de ses clients sont-ils satisfaisants ?

Chapitre 7 - SATISFACTION DU PERSONNEL

- 7.1- Les résultats des mesures de satisfaction du personnel effectuées directement auprès de celui-ci sont-ils satisfaisants ?
- 7.2- Les résultats de mesures indirectes qui permettent à l'entité d'évaluer la satisfaction et la participation de son personnel sont-ils satisfaisants ?

Chapitre 8 - INTEGRATION A LA VIE DE LA COLLECTIVITE

- 8.1- Les actions et les résultats montrant que l'entité répond aux besoins et attentes de la communauté où elle exerce son activité sont-ils satisfaisants ?
- 8.2- L'organisation intègre-t-elle des objectifs précis à ses pratiques d'affaires afin d'assumer ses responsabilités dans les domaines de l'hygiène et de la sécurité publiques, de la protection de l'environnement et des relations de l'organisation avec son environnement social ?

Chapitre 9 - RESULTATS DE L'ORGANISATION

- 9.1- Les résultats de l'entité en matière de performance globale sont-ils satisfaisants ?
- 9.2- Les résultats de l'entité mesurés par ses indicateurs de fonctionnement sont-ils satisfaisants ?

Répondre de la manière la plus factuelle et quantitative possible, en mentionnant tous les éléments dont l'existence pourra être vérifiée sur place par un évaluateur. Préciser, chaque fois que cela est possible, comment l'Entité tient compte de son expérience pour progresser.

Répondre en intégrant chaque fois que possible des éléments chiffrés, graphiques, tableaux, etc.

Répondre en précisant, chaque fois que cela est possible, les méthodes mises en œuvre ainsi que leur périodicité et leurs champs d'application.

Répondre en montrant, chaque fois que c'est le cas, comment l'examen critique de l'efficacité des méthodes mises en œuvre permet de les remettre en cause et de les améliorer régulièrement.

Pour les chapitres de résultats (6 à 9), répondre chaque fois que possible avec des éléments chiffrés au moins sur 3 ans.

REGLEMENT DU PRIX NATIONAL DE LA QUALITE

Article 1 : Objectif

Le Prix National de la Qualité mis en place par le Ministère chargé de l'Industrie vise d'une part l'incitation des différents organismes à entreprendre des démarches qualité et à pratiquer l'auto-évaluation pour progresser et d'autre part à récompenser ceux qui se sont distingués par la mise en place d'une démarche exemplaire.

Article 2 : Gestion

L'Union Marocaine pour la Qualité (UMAQ) assure la gestion du Prix National de la Qualité dans le cadre de la convention qui lie cette association au Ministère chargé de l'Industrie.

Article 3 : Catégories d'organismes

Le Prix National de la Qualité est ouvert aux organismes privés ou publics, industriels ou de services quelle que soit leurs domaines d'activité.

Les organismes candidats sont classés en 4 catégories :

- ♦ Industrie :
 - Catégorie PMI :
CA <= 70 Millions DH et effectif <= 300
 - Catégorie Grande Entreprise :
CA >= 70 Millions DH ou effectif >= 300
- ♦ Service :
 - Catégorie PME :
CA <= 70 Millions DH et effectif <= 300
 - Catégorie Grand Organisme :
CA >= 70 Millions DH ou effectif >= 300

Article 4 : Prix remis

Dans chaque catégorie, un prix est attribué à un organisme qui dispose d'une démarche de management de la qualité exemplaire et satisfait aux critères du présent règlement. Des Certificats d'encouragement sont également remis aux organismes méritants.

Article 5 : Procédure

La procédure à suivre par les candidats comprend la soumission des demandes de candidature ; la transmission par le secrétariat du prix des dossiers de candidature aux postulants ; le dépôt des dossiers au secrétariat du prix ; l'évaluation des dossiers ; l'évaluation sur site ; la réunion du Jury et la désignation des lauréats.

Article 6 : Evaluation

L'évaluation des candidats est basée sur l'utilisation du référentiel du Prix. Ce référentiel est construit autour de divers critères sur le management de la qualité.

Un tableau contenant les pondérations de chaque critère permet de calculer le score de l'organisme candidat. Ces pondérations sont fixées par le comité d'organisation pour chaque édition du Prix.

Article 7 : Evaluation sur dossier

Le dossier de candidature est coté par des évaluateurs, à l'aide d'une grille de cotation. Chaque évaluateur devra composer sa note en accordant tout ou partie des points alloués selon la méthode de cotation puis une note consensuelle est attribuée au dossier.

Article 8 : Evaluation sur site

Pour les candidats choisis pour cette phase, une équipe d'évaluateurs réalise une évaluation sur site pour confirmer les déclarations du candidat dans son dossier et constater le déploiement de la démarche qualité dans la pratique. Un rapport d'évaluation est rédigé à cet effet.

Article 9 : Jury du Prix

Le jury du Prix National de la Qualité est constitué par des représentants de l'UMAQ et du Ministère chargé de l'Industrie ainsi que d'autres personnes choisies pour leurs compétences et leur neutralité.

Ce jury se réunit pour examiner les résultats du processus d'évaluation et désigner les lauréats du Prix National de la Qualité en tenant compte des critères arrêtés pour chaque édition du Prix.

Article 10 : Frais payés

Les candidats payent des frais de l'évaluation du dossier de candidature ainsi que le cas échéant, les frais de l'évaluation sur site en plus des redevances du droit d'usage de la marque "Prix National de la Qualité". Ils reçoivent tous à la fin du processus un rapport d'évaluation de leur système.

Article 11 : Droit d'usage de la marque "Prix National de la Qualité"

Les candidats doivent respecter le règlement de la marque "Prix National de la Qualité" pour pouvoir utiliser cette marque pour les produits ou services et la faire apparaître sur les documents administratifs et commerciaux.

Article 12 :

Les lauréats d'une édition du Prix peuvent communiquer cette distinction à leurs clients et à toutes les parties intéressées.

Article 13 :

Les lauréats d'une édition du Prix ne peuvent se présenter comme candidats durant les 3 éditions qui suivent.

Article 14 : Promotion du prix

Les organismes lauréats sont tenus de contribuer à la promotion du Prix National de la Qualité et faire partager leurs expériences pour aider les autres organismes à progresser dans le domaine du management de la qualité.

Article 15 : Confidentialité

Les membres du jury ainsi que les évaluateurs sont tenus au secret professionnel et à la confidentialité de toute information dont ils auraient eu connaissance au cours du processus d'évaluation des organismes.

Article 16 :

Les candidats sont tenus de respecter les décisions du jury et de ne pas mettre en cause les résultats de l'évaluation.

REGLEMENT D'USAGE DE LA MARQUE "PRIX NATIONAL DE LA QUALITE"

Article 1 :

Le Prix National de la Qualité est mis en place par le Ministère chargé de l'Industrie dans le but d'inciter les différents organismes à entreprendre des démarches qualité et de récompenser les efforts de ceux qui se sont distingués par la mise en place de démarches qualité exemplaires.

Article 2 :

La marque "Prix National de la Qualité" est déposée conformément aux dispositions de la loi sur la propriété industrielle en vigueur. Cette marque est la propriété exclusive du Ministère Marocain chargé de l'Industrie.

Article 3 :

La gestion du droit d'usage de la Marque est confiée à l'Union Marocaine pour la Qualité (UMAQ) dans le cadre de la convention qui lie cette association au Ministère chargé de l'Industrie.

Article 4 : Objet de la marque

La marque "Prix National de la Qualité" a pour objet de marquer les événements et documents liés à la compétition du Prix National de la Qualité.

Cette marque est identifiée comme suit :



Article 5 : Bénéficiaire du droit d'usage

Dans la limite précisée à l'article 4, cette marque peut être utilisée librement par le Ministère chargé de l'Industrie et l'Union Marocaine pour la Qualité. Les entités qui ont été couronnées par l'obtention du Prix National de la Qualité peuvent demander le droit d'usage de cette marque.

Article 6 : Demande du droit d'usage de la marque

La demande est à formuler par écrit à l'UMAQ, cette dernière communique par écrit la décision d'octroi ou de refus du droit d'usage de la marque au demandeur.

Article 7 : Modalités d'utilisation de la marque

Les entités pourront utiliser le dessin de la marque (article 4 ci-dessus), pour la communication interne et externe de l'entité. Cette communication peut s'appliquer à l'ensemble de l'entité comme pour l'enseigne de magasins, de bâtiments, la signalisation des vitrines, les emballages, les supports commerciaux publicitaires et tous documents similaires.

Les entités pourront aussi marquer individuellement les produits fabriqués en apposant directement sur le produit ou son emballage la formule "produit fabriqué par un organisme lauréat du Prix National de la Qualité Edition".

Cette marque peut être utilisée à compter de la notification du droit d'usage, sans en changer les proportions, ni introduire de modifications dans les couleurs d'origine.

La marque ne pourra en aucun cas être transmise à un tiers, ni être considérée comme un des éléments d'actif au cessionnaire.

Le droit d'usage de la marque est strictement lié aux sites et activités pour lesquels l'entité a été couronnée. Il est obligatoire de faire référence à l'année de couronnement avec la marque.

Article 8 : Redevances de droit d'usage

Les redevances du droit d'usage sont fixées par le Ministère chargé de l'Industrie en concertation avec l'UMAQ. Ces redevances sont payées à l'UMAQ par les entités titulaires du droit d'usage de la marque.

Article 9 : Retrait du droit d'usage de la marque

L'autorisation d'utiliser la marque restera acquise à l'organisme auquel elle aura été accordée tant qu'il continuera à satisfaire au présent règlement.

Des contrôles pourront être ordonnés par le Ministère chargé de l'Industrie et effectués soit par l'UMAQ soit par un intermédiaire de son choix pour s'assurer du respect des conditions d'utilisation de la marque par le bénéficiaire.

En cas de manquement au présent règlement, le Ministère chargé de l'Industrie se réserve le droit de retirer à tout moment le droit d'usage de la marque au titulaire ne remplissant plus les conditions requises.

La décision de retrait est, dans ce cas, notifiée à l'organisme concerné.

Cette notification doit être suivie d'une exécution immédiate et toutes les dispositions doivent être prises pour faire cesser toute utilisation de la marque sur les articles, emballages ou documents sous quelque forme que ce soit.

Article 10 : Validité du droit d'usage

Le droit d'usage de la marque est valable jusqu'au mois de décembre de la troisième année qui suit l'année d'édition du Prix que l'organisme a obtenu.

Toutes dispositions doivent être prises, par les organismes titulaires du droit d'usage, pour qu'à la date limite d'autorisation de l'utilisation, la marquen'apparaisse plus sur quelque support que ce soit.

MARQUE "PRIX NATIONAL DE LA QUALITE"

