

Note Méthodologique : Communication avec les clients allergiques

Synthèse structurée de la démarche et des étapes de réalisation de la mission.

Contexte & finalité de la méthodologie

Intégrer la communication allergènes dans la SST pour prévenir les expositions et prouver la maîtrise du risque.

- Messages clairs, réponses vérifiées, coordination front/back office.
- Source d'information unique, traçabilité et cohérence multi-canal.
- Approche proportionnée aux enjeux; outil de preuve en audit.
- Réduire l'incertitude et éviter les interprétations.

Point clé : Une « base maître » versionnée et validée seconde lecture alimente tous les canaux; l'exactitude prime sur la rapidité en cas de doute.

Objectifs de la mission

- Zéro zone d'ombre sur la présence potentielle d'allergènes.
- Réponse en point de vente < 60 secondes; canaux asynchrones < 4 heures.
- Concordance à 100 % entre supports et base de référence.
- Journalisation des échanges sensibles < 24 heures; traçabilité disponible sous 48 h.
- 100 % des équipes de contact formées et évaluées annuellement.

Périmètre / livrables attendus

- Cartographie des points de contact et écarts majeurs.
- Matrice des messages critiques (présence, traces, substitutions).
- RACI des communications allergènes et canaux maîtres.
- Gabarits harmonisés et scripts de réponse/reformulation.
- Base maître versionnée; processus de mise à jour horodaté.
- Indicateurs de délai, conformité et traçabilité; rituels de revue.
- Plan d'amélioration et modalités d'escalade/confirmation croisée.

Démarche méthodologique (étapes)

Étape 1 – Cadrage et diagnostic initial

- Audit documentaire, canaux et cohérences.

- Livrables: cartographie points de contact, matrice messages critiques, liste des écarts.
- Cible les zones à plus forte exposition (front office, e-commerce, menus).

Étape 2 – Cartographie des points de contact et responsabilités

- Formalisation de la RACI, canaux maîtres et confirmation croisée.
- Arbitrages: centralisation de la base et délégations d’approbation.
- Résultat: schéma clair des rôles, latences réduites.

Étape 3 – Conception des messages et des supports

- Création de gabarits, harmonisation des termes, mentions exactes.
- Processus de révision daté; proscrire approximations et jargon.
- Livrables: gabarits validés et référencés par la base maître.

Étape 4 – Déploiement et entraînement opérationnel

- Site pilote, retours d’expérience, ajustements des scripts.
- Jeux de rôle et simulations de pics d’affluence.
- Résultat: routines simples, traçabilité ancrée.

Étape 5 – Mesure, amélioration et ancrage managérial

- Définition des KPIs (délai, conformité, incidents évités) et rituels de revue.
- Plan d’amélioration; suivi de la qualité perçue et de la cohérence multi-canal.
- Livrables: tableau de bord et décisions de mise à jour priorisées.

Planning / durée / jalons

Jalon / Exigence	Délai cible
Réponse aux questions critiques (point de vente)	< 60 s
Réponse canaux asynchrones	< 4 h
Mise à jour après changement d’ingrédient	< 24 h
Traçabilité des échanges sensibles disponible	≤ 48 h
Revue de cohérence documentaire	Mensuelle (≈ 30 jours)
Escalade vers un référent en cas d’incertitude	≤ 3 min (point de vente)

Rôles & responsabilités

Consultant

- Auditer les supports, canaux et cohérences; établir la cartographie et les écarts.
- Formaliser la RACI, définir canaux maîtres et confirmation croisée.
- Concevoir gabarits et scripts; harmoniser la terminologie; structurer les mises à jour.
- Piloter le déploiement pilote; collecter retours et ajuster.

- Définir les indicateurs, rituels de revue et plan d'amélioration.

Client

- Collecter les besoins, reformuler et documenter chaque réponse (FO/BO).
- Désigner un référent; appliquer la double vérification pour les cas à risque.
- Maintenir la base maître; synchroniser papier/web; corriger tout écart prioritaire.
- Journaliser les échanges sensibles; produire les preuves dans les délais.
- Former 100 % des équipes; soutenir les arbitrages et ressources de mise à jour.

Prérequis & données nécessaires (inputs)

- Supports actuels: cartes, affichages, fiches techniques allergènes.
- Base documentaire (versionnée, horodatée) ou éléments pour la constituer.
- Scripts/questionnaires utilisés en front office et service client.
- Historique des lots; changements de recettes et fournisseurs.
- Liste des points de contact et canaux (sur site, en ligne, téléphone, SAV).
- Règles de validation secondaire et calendrier de révision (mensuel/trim.).
- Référent allergènes désigné et disponibilité des équipes.
- Données de formation: couverture et évaluations annuelles.

Modalités de pilotage & qualité (comités, validations, risques)

- Source d'information unique; validation secondaire obligatoire pour messages critiques.
- Double vérification pour allergies à risque élevé; escalade immédiate en cas d'incertitude.
- Synchronisation des canaux; correction prioritaire du canal le plus exposé.
- Revue de cohérence documentaire mensuelle; évaluation à froid trimestrielle.
- Indicateurs suivis: délais de réponse, concordance supports/base, traçabilité, satisfaction.
- Journalisation systématique et archivage des modifications/échanges (≥ 12 mois).
- Plans de renforcement lors de pics d'affluence ou changements (recettes/fournisseurs).