



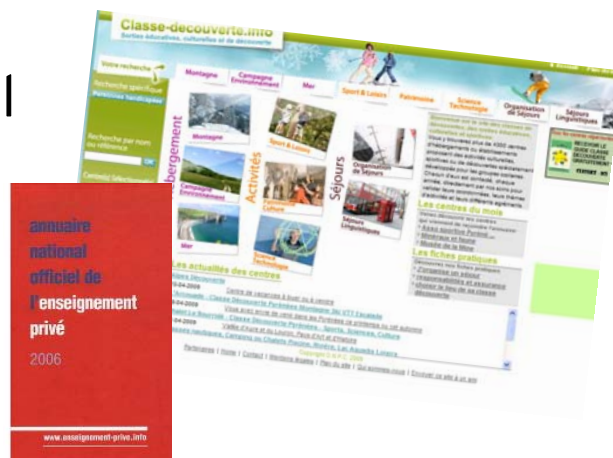
éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions

Catalogue actions mutualisées Marketing 2011

Ces actions sont extraites plan d'actions
Marketing 2011 du réseau éthic étapes.
Pour vous inscrire, retournez la fiche d'inscription
avant le 10 janvier 2011 au siège
(fax. 01 40 26 58 20 ou c.mignon@ethic-etapes.fr)

Annuaire national officiel de l'enseignement privé 2011 - URGENT



Format de l'action : Une insertion dans l'annuaire annuel officiel de l'enseignement privé + 1 page dans le guide des classes de découverte + présence dans l'annuaire en ligne du site www.classe-decouverte.info

Parution : mai 2011 – édition annuelle

Cibles : adressé à tous les établissements de l'enseignement privé en France (11000 destinataires)

Tirage/fréquentation : annuaire + guide 12000 ex chacun
site (stats 2010): 130 000 visites mensuelles sur le site de l'enseignement privé – 15000 sur le site : classe-decouverte.info

Ligne éditoriale de l'annonce :

- expérience de l'accueil de classe + offre dense de programmes pédagogiques (supports papier)
- détails objectifs pédagogiques, type d'accueil, thèmes des séjours (fiche internet)

Visibilité de l'éthic étapes partenaire :

- **mention des coordonnées complètes (nom, tél, email) de chaque éthic étapes partenaire de l'opération**

Tarif mutualisé :

- 240 euros pour une présence toute l'année 2011 – inchangé
- offre limité à 18 éthic étapes partenaires

Les plus de cette action :

- Un tarif qui comprend **un bouquet d'insertions complémentaires**
- une bonne visibilité de l'annonce face au sommaire du guide
- éthic étapes est partenaire du magazine depuis plus de 10 ans
- le site est n° 1 sur les classes de découverte

Marché : scolaires - France

Revue EPS



Format de l'action : 2 insertions publicitaires - 1 page
format letter - quadri

Editions : mai/juin et septembre/octobre (numéro de
rentrée) 2011 éd. trimestrielle

Cibles : professeurs de sports collèges et primaires et entraîneurs associations sportives
scolaires

Tirage : 48 pages - mai/juin 25000 ex – sept/octobre 30000 exemplaires

Diffusion : abonnements – vente à distance – vente au numéro sur salons

Ligne éditoriale de l'annonce :

- promotion accueil classes + programmes pédagogiques toute l'année avec focus sur l'automne (édition mai/juin) et début du printemps (édition septembre/octobre)
- visuels orientés activités sportives
- engagements des éthic étapes dans le cadre de l'accueil de scolaires
- objectifs pédagogiques des classes de découverte

Visibilité de l'éthic étapes partenaire :

- **mention des coordonnées complètes (adresse, tél, email) de chaque éthic étapes partenaire de l'opération**

Tarif mutualisé :

- 300 euros pour les 2 parutions
- minimum 12 éthic étapes – action limitée à 18 éthic étapes partenaires

Les plus de cette action :

- Un tarif qui comprend **2 parutions** dans des éditions stratégiques pour la promotion des classes rousses (automne) et des classes fin d'hiver/début printemps.
- Une bonne visibilité car peu de publicités (7 dans la dernière édition dont 2 autres organisateurs de classes)
- éthic étapes est partenaire du magazine depuis 3 ans
- Action double avec insertion dans La Classe : meilleure visibilité vers la cible enseignante

Magazines La Classe



Format de l'action :

- Insertion publicitaire dans le numéro daté de septembre – 1 page 17x22 cm ou
- 2 insertions successives dans les numéros de juin et septembre pour assurer une visibilité d'avril à octobre

Parution : avril et août 2011

Cibles : professionnels de l'enseignement et de l'animation, étudiants IUFM

Tirage/fréquentation : 35 000 ex (dont 20 000 ex par abonnement)

Diffusion : abonnements – vente à distance – vente au numéro sur salons

Ligne éditoriale de l'annonce :

- Objectifs pédagogiques des classes de découverte
- Visuels groupes : activités variées (sports, classe, découverte nature ...)

Visibilité de l'éthic étapes partenaire :

- mention des infos essentielles sur les éthic étapes : nombre de chambres et de lits, téléphone, email et caractéristiques remarquables de chaque éthic étapes partenaire de l'opération

Tarif mutualisé :

- 220 euros pour une parution (septembre) ou
- 390 pour 2 parutions (juin et septembre) – spécifier votre préférence sur la fiche d'inscription
- 10 éthic étapes partenaires minimum
- offre limitée à 18 éthic étapes partenaires

Les plus de cette action :

- Cibles larges du futur professionnel au professionnel de l'enseignement et de l'animation
- Magazine de référence dans le domaine de l'enseignement
- Action double avec insertion dans EPS : meilleure visibilité vers la cible enseignante

Takatrouver

Format de l'action : Insertion personnalisée de l'établissement dans l'annuaire d'hébergements du site Takatrouver.net (www.takatrouver.net)

Parution : annuelle

Cibles : enseignants (niveau primaire principalement) et/ou parents



Tirage/fréquentation :

- site: 14000 connexions/jour sur le site – 250000 visites mensuelles
- 64% des visites du site takatrouver.com touchent éthic étapes
- visite de la fiche éthic étapes RIP sur avril 2009 : 161 dont 48 redirections sur leur site
- visite de la fiche de l'éthic étapes Val Cenis (début d'année 2009): 640 visites dont 95 redirections
- visite sur la fiche de l'éthic étapes Bramans sur avril 2009 : 768 visites / 128 redirections

Contenu de la fiche :

- domaines/thèmes ; capacité d'accueil ; description ; atouts pédagogiques ; tarifs, coordonnées complètes avec mise en relation directe
- moteur de recherche par région et/ou par thème

Visibilité de l'éthic étapes partenaire :

- **fiche individualisée avec photos**

Tarif mutualisé :

- 300 euros pour un an (dans le cas de 5 éthic étapes partenaires, dégressif selon le nombre d'éthic étapes partenaires) – les éthic étapes déjà présents sur le site pourront bénéficier de la ristourne s'ils décident de passer via la convention nationale envisagée

Les plus de cette action :

- Une info complète et personnalisée sur chaque éthic étapes
- La mutualisation permet une économie de 30% (voire plus selon le nombre d'éthic étapes partenaires) par rapport à une souscription individuelle
- Le site est n° 2 des sites internet pédagogiques

Marché : scolaires - France

Forum de la visite scolaire 2011



Format de l'action : Salon – rencontre professionnelle

Dates : mercredi 5 octobre 2011 à la Cité des Sciences et de l'Industrie de Paris (19^e)

Cibles : enseignants (niveau primaire principalement), parents d'élèves

Tirage/fréquentation : 2500 enseignants accueillis en 2010 sont 64% en primaire et 23% de collèves

Objectif de la présence éthic étapes :

- promotion des programmes pédagogiques
- promotion de l'accueil de scolaires dans tout le réseau

Visibilité de l'éthic étapes partenaire :

- **présence sur le stand**

Tarif mutualisé :

- 175 euros (hors acheminement, repas et hébergement)
- limité à 8 éthic étapes partenaires

Les plus de cette action :

- Une action bien ciblée et concentrée sur une seule journée
- Des bilans de satisfaction 2009 très positifs (8 éthic étapes partenaires)
- Un contact direct avec les enseignants
- Un stand équipé et aux couleurs du réseau éthic étapes
- L'édition d'un document dédié à l'opération qui met en avant les éthic étapes présents

Partenariat Elba 2011-2012

Thème : la mer

(papetier scolaire)



Format de l'action : Partenariat / action de communication

Cibles : 57000 enseignants (niveau primaire) et des parents d'élèves

Détail partenariat : Concours national sur le thème de la mer

Période/Date : Année scolaire 2011-2012

Objectif de la présence éthic étapes :

- associer l'image éthic étapes à celle d'un papetier sur une opération visant à sensibiliser aux actions éco-citoyennes dans les écoles.
- profiter d'un réseau et d'un fichier qualifié important grâce au partenariat avec un distributeur de fournitures scolaires

Visibilité de l'éthic étapes partenaire :

- Présence sur le site de l'opération avec lien renvoyant vers votre site (ces opérations promotionnelles web ont entre 10000 et 15000 contacts habituellement)
- Présence sur la newsletter enseignante Elba avec lien renvoyant vers votre site (57000 contacts 100% enseignants)

Tarif mutualisé :

- Lot : un séjour classe de découverte (thématique « Classe de mer ») pour 25 élèves en juin 2012 d'une valeur de 5000 euros environ.
- Mutualisation du coût de la classe entre les éthic étapes partenaires et le réseau éthic étapes
- Limité à 4 éthic étapes partenaires

Les plus de cette action :

- Une action ciblée et très intéressante en terme de positionnement
- Une visibilité assurée auprès du monde enseignant primaire pendant plus d'un an

Veille et information sur les appels d'offres classes

Objectifs

- permettre aux éthic étapes d'être informés des appels d'offres pour l'organisation de séjours scolaires et de pouvoir se positionner

Outils et supports

- Abonnement aux alertes BOAMP

Budget

- mutualisé entre centres participants (35 euros/an) pour recevoir les alertes sur les appels d'offres les concernant (minimum 3 centres)



Insertions Réseauguide

(sites gincv.com ; partir-en-classe.org ;
123sejours.com ;
les-colonies-de-vacances.com ; ...)

Objectifs

- positionner les éthïc étapes participants comme lieux d'accueil de scolaires et organisateurs de classes
- bénéficier d'une visibilité importante auprès de la cible parents et enseignants et des demandes de devis générées par ces sites très bien référencés



Calendrier

- inscription de tous les éthïc étapes dans les sites
- test des sites avec mises en ligne de séjours et accès aux demandes pendant 2 mois
- négociation d'un tarif « éthïc étapes » établi sur le volume de centres participants

Mutualisation

Tarif d'insertion privilégié permis par la participation de plusieurs centres – à négocier

Salon de l'éducation de Namur - EDUC



Format de l'action : Salon – rencontre professionnelle

Dates : 19-23 octobre 2011

Cibles : enseignants (niveau primaire principalement), parents d'élèves

Tirage/fréquentation : Enseignants primaires et collèges – autocaristes et agences spécialisées

Objectif de la présence éthic étapes :

- promotion des programmes pédagogiques
- promotion de l'accueil de scolaires dans tout le réseau

Visibilité de l'éthic étapes partenaire :

- **présence sur le stand**

Tarif mutualisé :

- 500 euros (hors acheminement, repas et hébergement)
- Minimum 4 éthic étapes - limité à 8 éthic étapes partenaires

Les plus de cette action :

- Une référence de l'enseignement de Belgique francophone
- Un stand équipé et aux couleurs du réseau éthic étapes
- L'édition d'un document dédié à l'opération qui met en avant les éthic étapes présents

Marché : Réunion et séminaires - organismes de formation

Campagne de communication vers les organismes de formation

(ou fax-mailing selon fichier)

Objectifs

- faire connaître les éthic étapes comme lieux d'accueil de formations (mettre en avant l'unité de lieu)
- développer la fréquentation des organismes de formation

Fichier disponible 389 adresses + mail + fax (màj 2010)

Outils et supports

- logiciel Sarbacane

Tarif mutualisé

- offres spéciales proposées par les éthic étapes incluses dans le rédactionnel de la newsletter (100 euros par centre et par édition)

Calendrier

- janvier / mars / septembre 2011 (en vue de l'élaboration des catalogues de formations 2012)

Contenu

- générique sur les facilités éthic étapes pour l'organisation de formation

Evaluation

- taux d'ouverture des mails

Marché : Groupes tourisme - Randonneurs

Destination Nature 2011 - **URGENT**



Format de l'action : Salon – rencontre professionnelle

Dates : 25-27 mars 2011 (Paris porte de Versailles)

Cibles : Associations de randonneurs, clubs de randonnée pédestre, cyclotourisme, activités de pleine nature, grand public. Thèmes 2011 : les randonnées culturelles, citadines, aventures, gourmandes, romantiques, faune et flore. 2011, année de la forêt, à l'honneur sur le salon

Tirage/fréquentation : 52000 visiteurs en 2010 – 440 journalistes et responsables de communication fréquentent le salon

Objectif de la présence éthic étapes :

- promotion du concept éthic étapes
- présentation thématique ou régionale de produits randonnées

Visibilité de l'éthic étapes partenaire :

- **présence sur un stand de 12 m² aux couleurs d'éthic étapes via des banques thématiques ou régionales**

Tarif mutualisé :

- 900 euros par banque
- limité à 6 banques régionales ou thématiques

Les plus de cette action :

- Une action bien ciblée et référence en la matière
- Un contact direct avec des associations de randonnées
- Une mutualisation thématique ou régionale encore jamais réalisée dans le réseau

Campagne de communication vers les association de randonneurs

Objectifs

- faire connaître les éthic étapes comme lieux d'accueil adaptés aux randonneurs
- développer une fidélisation au réseau par les groupes de randonneurs

Calendrier

- constitution du fichier (3015 Clubs + 120 Comités départementaux) + fichiers des EE
- mailing d'un support de promotion des produits randonnées créés sur le site (cf. Destination nature)
- emailing de relance avec mise en avant de produits (mutualisation) – mars – juin - septembre

Mutualisation

- constitution du fichier mutualisée en contrepartie de quoi les centres participants seront mis en valeur dans les emailings ou mailing
- ou promotion de produits centres via emailing ou mailing (100 euros par emailing)

Outils et supports

- support spécial randos (diffusion destination nature et mailing)

Budget

- support et mailing selon le fichier constitué

Evaluation et suivi

- phoning post-mailing
- tracking des emailings

Campagne de communication vers les fédérations sportives

Objectifs

- positionner les éthic étapes comme des interlocuteurs privilégiés du monde sportif
- faire connaître les éthic étapes comme lieux d'accueil adaptés aux besoins des sportifs
- développer les visites sur les pages accueil de sportifs du site

Outils et supports

- logiciel Sarbacane

Tarif mutualisé

- offres spéciales proposées par les éthic étapes incluses dans le rédactionnel de la newsletter (100 euros par centre et par édition)

Calendrier

- janvier / avril / septembre 2011 (en vue d'intégrer la programmation de leurs stages et compétitions)

Contenu

- générique sur les facilités éthic étapes pour l'accueil de sportifs

Evaluation

- Mesure des demandes de brochures
- Taux d'ouverture des mails
- Stats de connexion page «accueil de sportifs »

Marché : Groupes tourisme - Fédérations sportives

Démarchage de fédération(s) sportive(s)

Objectifs

- positionner les éthic étapes comme des interlocuteurs privilégiés du monde sportif
- faire connaître les éthic étapes comme lieux d'accueil adaptés aux besoins des sportifs
- mettre en place des conventions de partenariat portant sur des conditions privilégiées, des échanges de liens sur sites web, notre présence sur leurs congrès, rédactionnel dans leur magazine ???

Cibles

- Fédérations de Cyclotourisme, Rugby, Foot, Boxe, Badminton, Sport en milieu rural, Handisport

Calendrier

- Démarchage en avril

Mutualisation

- visite partagée avec un éthic étapes – limité à un éthic étapes (budget : 0 euro)

Marché : Groupes Tourisme - Agences réceptives

Démarchage d'agences spécialisées Sportifs

Objectifs

- positionner les éthic étapes comme des interlocuteurs privilégiés du monde sportif
- faire connaître les éthic étapes comme lieux d'accueil adaptés aux besoins des sportifs
- entretenir une relation régulière et de proximité avec ces professionnels pour favoriser un recours naturel aux éthic étapes

Tarif mutualisé

- visite partagée avec un éthic étapes – limité à un éthic étapes (budget : 0 euro)

Calendrier

- Démarchage en avril

Evaluation et suivi

Rédaction d'un compte-rendu de visite et d'une note d'opportunité

Mutualisation

- visite partagée avec un éthic étapes – limité à un éthic étapes (budget : 0 euro)

Marché : Groupes tourisme – Association de motards

Campagne de communication « motards »

Objectifs

- faire connaître les éthic étapes comme lieux d'accueil adaptés aux motards
- développer une fidélisation au réseau par les groupes de motards

Etapas

- fichier : 100 adresses environ
- mailing d'un support de promotion des éthic étapes (guide groupes ou guide poche)
- emailings de relance (selon la composition du fichier constitué) avec mise en avant de centres (mutualisation) – mars – juin - septembre

Mutualisation

- promotion de produits centres via emailing

Outils et supports

- logiciel Sarbacane

Tarif mutualisé

- offres spéciales proposées par les éthic étapes incluses dans le rédactionnel de l'emailing (100 euros par centre pour 3 emailings)

Contenu

- générique sur les facilités éthic étapes pour l'accueil de motards et la variété des environnements et des régions dans lesquels sont présents les éthic étapes

Evaluation

- Mesure des demandes de brochures
- Taux d'ouverture des mails

Campagne de communication « chorales »

Objectifs

- faire connaître les éthic étapes comme lieux d'accueil adaptés aux chorales
- développer une fidélisation au réseau par les groupes de chorales

Etapas

- fichier à constituer
- mailing d'un support de promotion des éthic étapes (guide groupes ou guide poche ou support spécial)
- emailing de relance (selon la composition du fichier constitué) avec mise en avant de centres (mutualisation) – mars – juin - septembre

Mutualisation

- promotion de produits centres via emailing

Tarif mutualisé

- offres spéciales proposées par les éthic étapes incluses dans le rédactionnel de l'emailing (100 euros par centre pour 3 emailings)

Contenu

- générique sur les facilités éthic étapes pour l'accueil de chorales

Evaluation

- Mesure des demandes de brochures
- Taux d'ouverture des mails

Démarchage d'agences réceptives groupes

Objectifs

- positionner les éthic étapes comme des interlocuteurs privilégiés des organisateurs de séjours groupes
- faire connaître les éthic étapes comme lieux d'accueil adaptés aux groupes étrangers
- entretenir une relation régulière et de proximité avec ces professionnels pour favoriser un recours naturel aux éthic étapes

Calendrier

- Selon date d'édition catalogue s'il y en a un.
- Sinon Mars

Mutualisation

- Visite conjointe avec un éthic étapes (budget : 0 euro)

Evaluation et suivi

Rédaction d'un compte-rendu de visite et note d'opportunité

Campagne(s) presse locale et régionale

Objectifs

- positionner votre éthic étapes comme un acteur incontournable du tourisme et/ou de l'animation locale
- créer une relation de confiance et durable avec la presse locale et régionale

Cibles

- tous types de presse selon le thème du communiqué

Outils et supports

- abonnement Data Presse

Mutualisation possible

- 250 euros par envoi de communiqué à la presse locale et/ou régionale (au choix de l'éthic étapes et selon le thème du communiqué)
- fichier fourni par l'éthic étapes

Calendrier

selon les besoins des éthic étapes

Evaluation

Retombées presse locale

[illegible]

A retourner au siège avant le **lundi 10 janvier 2011**

fax : 01 40 26 58 20

Nom de l'éthic étapes : _____

Nom du responsable : _____

Je souhaite inscrire mon établissement sur les actions mutualisées suivantes*:

- ☐ Insertion mutualisée annuaire officiel de l'enseignement privé 2011 (240 euros)
- ☐ 2 insertions mutualisées – revue EPS (300 euros les deux)
- ☐ Insertion mutualisée dans le magazine La Classe – édition septembre seule (220 euros) ou
- ☐ Insertions mutualisées dans le magazine La Classe – éditions de mai et septembre (390 euros)
- ☐ Insertion personnalisée dans Takatrouver – 1 an date à date (300 euros)
 - ☐ cocher s'il s'agit d'un renouvellement de fiche
- ☐ Forum de la visite scolaire 2011 (175 euros)
- ☐ Participation au Partenariat Elba (éthic étapes bord de mer)
- ☐ Abonnement mutualisé appel d'offres classes de découverte (35 euros par an)
- ☐ Insertions dans les sites réseauguide (budget à confirmer)
- ☐ Salon de l'éducation à Namur – EDUC (Belgique) – 500 euros (hors transport et hébergement)
- ☐ Campagne de communication vers les organismes de formation français (100 euros)
- ☐ Destination nature 2011 (900 euros) Regroupement avec (le cas échéant) :
- ☐ Campagne de communication vers les associations de randonneurs (participation à la création de fichier ou 100 euros par emailing)
- ☐ Campagne de communication vers les fédérations sportives (100 euros/campagne)
- ☐ Démarchage Fédérations sportives. Laquelle : _____ (gratuit)
- ☐ Démarchage des agences spécialisées « sportifs » (gratuit)
- ☐ Campagne de communication « motards » (100 euros / 3 emailings)
- ☐ Campagne de communication « chorales » (100 euros / 3 emailings)
- ☐ Démarchage agences réceptives groupes (gratuit)
- ☐ Campagne presse locale et régionale en utilisant le fichier Datapresse (250 euros/envoi de communiqué-nombre de destinataires illimité dans la région)

Date, signature et cachet :

* le choix des actions pour lesquelles le tarif est indiqué est considéré comme définitif ; pour les autres il s'agit de souhaits de participation. Une confirmation sera demandée au centre une fois l'action chiffrée