



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions

Plan d'actions Marketing 2011

Pour vous inscrire aux actions mutualisées, signalées par le **M**,
retournez la fiche d'inscription **avant le 10 janvier 2011 au siège**
(fax. 01 40 26 58 20 ou c.mignon@ethic-etapes.fr)



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions

Scolaires et enfants

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

Marché : scolaires - France

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

Partenariat CBTJ



Objectifs

- promotion croisés des établissements et des séjours scolaires avec le réseau des Gîtes d'Etapes

Outils et supports

- Guide 2012 : ½ page dans notre guide en contrepartie d'une demi page éthic étapes dans leur guide
- Lien croisés sites internet

Workshops réseaux associatifs et mutualités belges



Objectifs

- renforcer nos liens avec les mutualités
- rencontrer de nouveaux organisateurs de séjours enfants et scolaires

Calendrier

- à déterminer

Cibles :

- réseaux associatif
- mutualités

Outils et supports

- Guide 2011 (ou 2012 selon dates)

Budget

- environ 1000 euros (frais inclus)

Evaluation

demandes d'options

Démarchage T0 scolaires et éductours France



Objectifs

- poursuivre les contacts avec les T0 scolaires britanniques, réinitialisés en 2010 au workshop France de Londres
- mieux connaître les besoins de ces professionnels
- accueillir les T0 dans les éthic étapes

Calendrier

- 1er semestre 2011

Outils et supports

- Guide 2011

Budget

- environ 500 euros

Newsletter « enfants et scolaires dans les éthic étapes »

Format de l'action : Newsletter

Dates : mars – juin - septembre

Cibles : enseignants, documentalistes, parents, inscrits du site

Objectifs:

- fidélisation des prospects et des clients dans le réseau
- informer des nouveautés (séjours et destinations)

Contenus :

- les séjours classes
- les séjours vacances enfants
- les nouveautés des centres
- les offres spéciales séjours
- des infos « valeurs »





éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions

Réunions et séminaires



éthic étapes
nous hébergeons vos personnes
lignes de vos personnes

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

Création d'une boîte à outils de prospection locale



Objectifs

- aider les éthic étapes dans l'organisation de leur prospection locale
- développer la connaissance et la fréquentation des acteurs locaux dans les éthic étapes

Budget

- gabarit newsletter

Calendrier

- février : création de la boîte à outils

Contenu

- gabarit html à destination des centres pour communiquer localement sur l'accueil de réunions
- liste d'idées d'actions locales innovantes
- liste de références pour obtention/achat de fichiers etc...

Marché : Réunion et séminaires – acteurs nationaux de l'ESS
Produits : réunions à la journée – séminaires 2 jours

Campagne presse économie sociale / développement durable



Message

Partageons nos valeurs !

Les éthic étapes développent cette année des formules adaptées à vos besoins, dans des lieux qui vivent au quotidien des valeurs « identiques » aux vôtres.

50 éthic étapes vous accueillent partout en France pour vos réunions, séminaires et stages.

Objectifs

- faire connaître le réseau éthic étapes pour l'accueil de réunions sous l'angle des valeurs auprès des partenaires naturels du réseau (avec notamment une mise en avant des pauses éthiques et des tarifs)
- développer les visites sur les pages réunions du site

Budget

Outils et supports

- abonnement DataPresse

Visite de salons professionnels



Objectifs

- veille concurrentielle
- tendances observées sur le marché des réunions
- aide à la décision pour une éventuelle participation à ce type d'évènements

Calendrier

- Bedouk : 2 et 3 février 2011
- Séminaire expo : novembre 2011

Evaluation

- Rédaction d'un compte-rendu par le visiteur

Marché : Réunion et séminaires – clients des éthic étapes
Produits : tous produits réunions et séminaires



Réalisation d'objets promotionnels et supports de communication spécialisés

Objectifs

- auto promotion du réseau sur son activité accueil de réunions
- favoriser la création de partenariats entre acteurs nationaux et éthic étapes
- développer les visites sur les pages réunions du site

Supports

- gobelets (eau et café) et stylos cartons – commande groupée
- affiche « réunions » destinée aux salles de réunions (édition par le réseau) – dans le cadre de la création d'un nouveau jeu de 4 affiches orientées produits
- flyers mis à dispo dans les salles de réunion (édition par le réseau)

Budget

- à évaluer

Calendrier

- à définir



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions

Tourisme - groupes

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 associations 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

Marché : Groupes Tourisme – Sportifs
Produits : accueil de sportifs

Campagne de presse à chaque accueil d'évènement sportif dans un éthich étapes

Objectifs

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

Cibles

- Presse sportive (discipline et généraliste)
- Presse locale et régionale

Outils et supports

- abonnement Data Presse
- réalisation d'un calendrier prévisionnel des évènements sportifs accueillis dans le réseau – année calendaire

Mutualisation possible

- Communication presse parallèle dans la presse locale et régionale en partenariat avec le centre concerné

Calendrier

Selon les accueils. Les éthich étapes devront remonter l'info en amont pour permettre une communication avant et après l'évènement

Evaluation

Stats de connexion page « accueil de sportifs »



Marché : Groupes Tourisme – Sportifs
Produits : accueil de sportifs

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 »

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)

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
Produits : accueil de groupes jeunes et adultes

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 (mutualisation possible entre éthic étapes)
- 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

Marché : Groupes tourisme – Professionnels étrangers
Produits : accueil de groupes jeunes et adultes, séjours touristiques

Participation à Rendez-vous en France 2011 ?

Objectifs

- contacter de nouveaux professionnels étrangers
- entretenir les contacts avec les professionnels étrangers nous connaissant

Calendrier

- 28-30 mars 2011 à Bordeaux

Mutualisation

- selon partage de stand avec FUAJ

Outils et supports

- Guide 2011

Budget

- si stand partagé : 1548,82 euros
- frais annexes : 350 euros



Marché : Groupes et individuels tourisme – Professionnels
et grand public jeune allemand

Produits : accueil de groupes jeunes et adultes, accueil d'individuels, short breaks

Eductour Presse allemande en Alsace



Objectifs

- faire connaître le concept éthic étapes via une visite du Ciarus

Calendrier

- à déterminer

Mutualisation

- avec le Ciarus

Newsletter « prospects et clients des éthic étapes »

Format de l'action : Newsletter

Dates : mars – juillet - novembre

Cibles :

- organisateurs de séjours de groupes : professionnels et prescripteurs
- inscrits du site internet
- fichiers constitués au fil des actions



Objectifs:

- fidéliser des prospects et des clients dans le réseau
- informer des nouveautés (séjours et destinations)

Contenus

- les éthic étapes : actualités, nouveautés
- actualités du réseau
- les séjours groupes

Calendrier éditorial :

Mars : les nouveaux centres – zoom destination : l'été à la montagne – les séjours insolites et pleine nature – l'évènementiel printemps été

Juillet : communication sur la brochure n+1 + tarifs – zoom destination : la mer - les stages thématiques de l'automne – les offres spéciales arrière saison

Novembre : zoom par destination : zoom destination : les villes – séjours fin d'année – info générale éthic étapes en vue de susciter des programmations en brochure



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions

Individuels et familles

Diffusion de dépliants dans les auberges de jeunesse européennes

Objectifs

- faire connaître le réseau éthic étapes auprès des jeunes voyageurs fréquentant les établissements spécialisés en Europe
- développer l'accueil d'individuels dans les éthic étapes
- établir des contacts réguliers avec les auberges européennes



Budget

- Selon le fichier et le nombre de dépliants envoyés

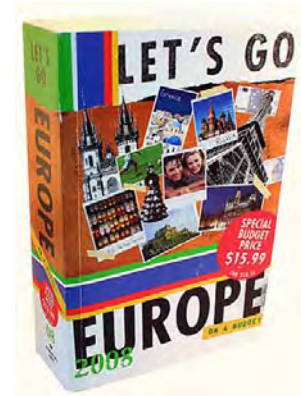
Calendrier

- mars et octobre

Campagne d'information des guides de voyages

Objectifs

systematiser la présence des éthic étapes dans les guides de voyages pour individuels : Routard, Let'Go, Lonely Planet, Guide vert, le Petit Futé...



Etapas

- contact des rédactions
- centralisation d'offres aux porteurs du guide ?

Poursuite du partenariat avec Hostelworld



Objectifs

- offrir aux internautes le service de réservation en ligne dans toujours plus d'éthic étapes

Mise en place d'un partenariat de mise à disposition avec le CE du CNES



Objectifs

- tester un partenariat direct avec un Comité d'entreprise
- développer la fréquentation des éthic étapes par les salariés de l'entreprise

Budget

- Nul

Calendrier

- Signature de la convention de partenariat en novembre 2010 et information du réseau sur la convention
- Mise à disposition des brochures au CE du CNES dès novembre 2010 pour séjours 2011

Evaluation

- Nombre de séjours réalisés

Création d'une boîte à outils « partenariat des festivals »



Objectifs

- développer les partenariats entre éthic étapes et festivals ou événementiels locaux
- positionner les éthic étapes comme solutions d'accueil des festivaliers

Etapas

- définition du contenu de la boîte à outils
- recensement des actions innovantes existantes dans le réseau

Calendrier

- 1er semestre 2011



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions

Actions d'image Supports

Développement et animation d'une page « éthic étapes » sur Facebook



Objectifs

- augmenter le trafic sur le site ethic-etapes.fr
- positionner éthic étapes comme un réseau actif où il se passe toujours quelque chose
- faire connaître les événements à venir dans les éthic étapes
- positionner éthic étapes comme partageant des valeurs avec d'autres par une politique de liens entre pages fans facebook

Calendrier

- 1er semestre 2011

Contenu

- Brèves des articles présents sur le blog
- nouveautés éthic étapes
- les actualités des centres à venir
- offres spéciales mises en avant sur le profil facebook

Etapas

- intégrer un lien sur le site vers la page fan
- mettre en place un jeu concours

Budget

- à définir

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

Jeu de 4 nouvelles affiches

Objectifs

- renouveler les affiches dans les centres
- porter les valeurs éthiC étapes sous l'angle des produits

Calendrier

- été 2011

Contenu

- une affiche « réunions »
- une affiche « développement durable »
- une affiche « randos »
- affiche des 50 logos à jour

Etales

- envoi avec les cartes de France 2012

Budget

- à définir (300 affiches de chaque – 1200 affiches 60 x 80 cm)



Création de flyers « produits »

Objectifs

- asseoir la politique par produits en visant l'augmentation du trafic sur ethic-etapes.fr

Calendrier

- printemps 2011

Contenu

- à partir d'un type de publics (sportifs, randos, etc) ou de produits (classes, réunions), création de flyers qui incitent à la fréquentation de ethic-etapes.fr

Etapes

- envoi avec les brochures 2012 dans les centres
- mailing selon planning des actions

Budget

- à définir sur la base des actions prévues et des fichiers constitués

Refonte d'une brochure générique

Objectifs

- informer de l'ensemble des adresses des éthic étapes
- fonction de « carte de visite » du réseau

Calendrier

- réflexion en commission marketing : 1er trimestre 2011
- réalisation : 2e trimestre 2011 pour l'année 2012

Contenu

- toutes infos pratiques sur les centres

Budget

- selon format retenu et nombre d'exemplaires

Carte de France du réseau

Objectifs

- informer les clients des ee de l'existence du réseau
- promouvoir le réseau par l'affichage de la carte et de la charte dans tous les éthic étapes

Calendrier

- réalisation : 2e trimestre 2011

Budget

- 1340 euros pour 55 exemplaires



Retirage des flyers PLV

Objectifs

- informer les clients des ee de l'existence du réseau
- promouvoir les éthic étapes dans les éthic étapes pour augmenter la fidélisation réseau

Calendrier

- réalisation : 1^{er} trimestre 2011

Budget

5600 euros pour 12000 exemplaires - 42 modèles





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)
 - o 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