

Compte rendu

Etaient présents : Véronique Delattre (EE Patrick Varangot, Saint Malo) ; Anne Guitter (EE Lac de Maine, Angers) ; Vincent Palazzo (EE Home Dome, Clermont Ferrand) ; Pauline Simonneau (EE Centre européen de séjour, Calais) ; Elodie Stolz (EE Le Bois du Lys, Dammarie les Lys) ; Nicolas Flandrin (EE RIP, Paris), Laëtitia Cauchon (EE Val de Loire, Blois) ; Marion Del'Homme et Ghislain Couston (EE Eugène Hénaff, Aubervilliers) ; Jean-François Simon, Sophie Landmann, Caroline Mignon pour le siège d'éthic étapes.

Etaient excusés : Stéphanie Leroux (EE Parc d'Olhain) ; Anne-Françoise Gloria (EE FIAP Jean Monnet, Paris) ; Marine Massard (EE CIS de Champagne, Reims), Vanessa Mazzucotelli (EE CIS Neige et Soleil, Bramans)

I. Actions et initiatives en promotion

Aubervilliers

- E-mailing scolaires et séminaires à partir du fichier client : retours intéressants notamment sur la location de salles.

Saint Ours / Clermont-Ferrand

- Participation au salon du 2 roues : retombées difficiles à évaluer, le stand n'était pas très bien placé.
- Participation au Salon de la Rando à Lyon avec les centres de Rhône-Alpes du 23 au 25/03
- A Clair Matin, opération « ouverture de la saison » avec les partenaires et lancement de classes Vulcania.

RIP Paris

- redynamisation de la diffusion de l'information à destination de la clientèle individuelle avec pour objectif de faire du hall d'accueil un lieu plus vivant :
 - o grande carte de Paris avec les « bons plans du personnel »,
 - o création d'une vitrine thématique « 20^e arrondissement » (programmation des lieux de concert).
 - o création d'un livret d'accueil clients qui reprend ces éléments.

Action permise grâce à la présence d'une stagiaire du lycée d'hôtellerie et de tourisme de Blois (stage en février/mars).

Dammarie les Lys

- le budget du nouveau site web est voté : lancement du site et de la page facebook début avril. Elaboration de la stratégie webmarketing avec une agence encours : emailings clients, chorales, randonneurs...
- Accueil du Projet Permis Sport Emploi (18-25 ans) : un projet important destiné aux jeunes des départements de Seine Saint Denis, Val d'Oise et Val de Marne. Le CIS envisage de développer

le partenariat avec la fédération de Handball pour développer cette semaine sportive en l'ouvrant à des jeunes de Seine et Marne.

Calais

- distribution de brochures du centre dans les services de la mairie afin d'améliorer la connaissance du CE par les personnels de la ville.
- Envisage un partenariat avec www.cotedopale.com, organisation de séjours.

Blois

- le chantier des travaux a pris un mois et demi de retard.
- Emailing clients pour information sur les travaux et la rénovation des salles
- Projet de partenariat avec les associations blésoises
- Création d'une page facebook
- Augmentation de la demande en rando cyclo : travail de création de séjours week-end à destination des clubs sportifs

Saint Malo

- Ouverture du nouveau bâtiment en juillet avec création d'un tarif famille sur logements équipés d'une kitchenette et création de séjours de 3 à 7 jours.
- Création d'un plan stratégique et communication
- Création de nouveaux produits pour fidéliser les clients existants.

Angers

- Communication sur la restauration : fête du 2millionième repas servi avec nombreuses animations (emailing réalisé par EE conseil)
- Animation de la page facebook
- Envisage la création d'un produit commun « la Loire à Vélo » avec Amboise et Blois, voire la Baule et Autun.

II. Présentation maquette emailing et programme de campagnes d'emailings

Sophie Landmann présente la nouvelle maquette d'emailing. Objectif : plus d'infos, plus de visibilité des centres partenaires...

Jean-François Simon présente l'état du dossier :

- beaucoup de centres sont inscrits aux actions. Afin de garantir une bonne visibilité des centres partenaires, 3 seulement seront mis en avant. Ils seront choisis en fonction de leur attractivité pour la cible concernée. Les autres centres inscrits à l'action seront intégrés comme « à voir également » et bénéficieront d'un lien direct sur leur page également. Les tarifs seront adaptés à la forme de présentation du centre.
- Le défi principal du réseau réside dans la création de fichiers qualifiés. Le réseau a recherché un stagiaire en février mars en vain. Il est envisagé d'embaucher une personne pendant un mois pour avancer sur ces questions et de renouveler l'offre de stage pour la période avril à juin, plus propice aux stages. Certaines campagnes, notamment vers les sportifs, seront donc décalées.

La commission suggère au siège de contacter Olhain pour savoir les fichiers dont ils disposent et d'interroger les fédérations quant à leur politique de location de fichiers.

Propositions de la commission de thématiques de textes génériques pour les emailings

	Rando	Chorales	Sportifs	Motards	Enseign. Sup.	Formation pro.	TO Agences	BAFA
La démarche qualité						X	X	
La démarche durable	X		X		X	X	X	
Dimension internationale	X	X	X	X	X		X	X
Politique de partenariats en France	X						X	
Concept EE +organisateur de séjours	X	X	X	X	X	X	X	X
Economie sociale et solidaire	X	X	X	X		X		X
Restauration adaptée sportifs			X					

III. Actions en cours

A. Page Facebook

- Rappel de la stratégie retenue
 - o cibles de la page facebook : 18-30 ans, grand public et partenaires
 - o objectifs : faire connaître la marque, créer une communauté de valeurs
- Présentation de la page Facebook du réseau lancée en janvier et présentation des modifications de présentation des pages à venir sur facebook à la fin mars.
- Présentation de la campagne emailing « Déclarez-vous sur Facebook » (février) et « Devenez fan » (prévue au printemps) à destination des contacts du site.
- Autres actions de lancement prévues :
 - création d'une affiche à placer dans les centres avec flashcode FB
 - lien en signature des mails du siège et des centres
 - intégration d'un lien « F » sur le site du réseau et les sites des centres

La commission propose comme autre idée de lancement ;
- récompenser le 1000^e fan
- intégrer le flashcode FB dans tous les supports (affiches etc)

- Il est rappelé aux éthic étapes qu'il leur appartient de placer des actualités dans le blog éthic étapes qui sert de ressources pour l'alimentation de la page facebook, elle-même assurée exclusivement par le siège pour en garantir la cohérence.

B. Workshop Belgique

Le réseau participera à un workshop à Bruxelles avec des membres du CFTJ et du Club Villages de vacances le 21 mars prochain à destination des réseaux alternatifs belges (profs, mutuelles, syndicats, comités d'entreprises etc...)

C. Insertion dans l'annuaire de l'enseignement privé 2012

L'action est confirmée mais, au vu du petit nombre de centres participants, il ne sera souscrit qu'un demi-page (comme en 2011) et le réseau prendra une partie des frais à sa charge.

D. Partenariat Educpass

Cette nouvelle action a séduit 10 éthic étapes. Il s'agit d'être visibles par les adhérents du réseau Educpass (22000 enseignants de primaire/collège en Belgique) en proposant des conditions privilégiées aux porteurs de la carte Educpass et une offre séduisante pour les « éclaireurs » Educpass (membres de soutien de l'association). En contrepartie de ces offres les éthic étapes participants bénéficieront d'un encart personnalisé dans Educpass News (bimestriel édité à 42000 exemplaires).

Dans le cadre du partenariat noué avec Educpass, le réseau bénéficie d'une pleine page offerte dans Educpass news (mars-avril 2012).

Des centres ont déjà reçu des réservations et l'EE de Calais a été approché pour accueillir l'Eductour annuel de l'association fin septembre (80 enseignants). Si cet éductour est confirmé, le réseau éthic étapes propose d'envoyer quelqu'un du siège pour assurer une rapide présentation du réseau aux participants de l'Eductour.

E. Destination nature 2012

Le salon se tiendra du 30 mars au 1^{er} avril 2012 à Paris Porte de Versailles. 12 centres sont partenaires et éditeront des flyers personnalisés via le siège qui en assure la création graphique et l'impression. 5 centres se sont portés volontaires pour assurer la permanence du stand tout au long du Salon (2 centres par jour + 1 personne du siège).

La commission suggère que soit réitérées les animations « spécialités régionales » et « boîte à mail »

F. Résultats de la newsletter tourisme

Sophie Landmann présente les résultats encourageants de l'envoi de la 1^{ère} newsletter tourisme (cf. annexe).

G. Projet de réalisation de teasers pour les Ethic étapes

Le prestataire angevin de l'éthic étapes du Lac de Maine propose un tarif dégressif pour la réalisation de teaser de 2 minutes pour les éthic étapes.

L'objectif est de permettre aux éthic étapes d'accéder à un outil de promotion actuel à moindre coût en garantissant l'unité graphique de l'ensemble des réalisations qui permettra une diffusion des teasers dans tous les centres du réseau.

Quelles suites à donner à cette première réalisation ?

Le comité directeur a souhaité que le réseau puisse proposer un socle de contenus dans lequel les centres qui souhaitent s'équiper pourraient venir se servir pour alimenter leur boucle.

Une étude technique des différentes options sera donc réalisée par le siège, qui réalisera par la suite un cahier des charges sur les contenus possibles, qui fera l'objet d'un appel d'offre auprès de plusieurs fournisseurs.

IV. Lancement des projets 2012

A. Travail sur le kit réunions

La commission opte pour un kit de base comprenant :

- *Une affiche / salle (« vous êtes en réunion dans un éthic étapes, il y en a 49 autres »)*
- *Des flyers réunions non personnalisés avec carte muette + flashcode + démarche durable*

Les centres participant devront déclarer le nombre d'affiches et le nombre de flyers nécessaires pour une année.

A ces outils de base, la commission souhaite que le siège développe les outils suivants et proposés en commande groupée :

- *maquette de sous main personnalisable*
- *3 ou 4 modèles de chevalets nom avec des messages différents côté participant*
- *gobelets compostables au logo du réseau en commande groupée*
- *crayon ou stylo au logo du réseau en commande groupée*
- *bloc note au logo du réseau*

B. Segmentation et mutualisation des fichiers

La segmentation type retravaillée par l'assemblée générale est présentée.

Le siège doit adresser au groupe de centres volontaires un document leur permettant le test de ces segments sur une période donnée (par exemple : septembre et octobre 2011). Envoi prévu fin mars/début avril.

C. Fidélisation dans le réseau

Le travail réalisé par l'atelier d'Assemblée générale est présenté à la commission.

Celle-ci souhaite que le siège réalise un benchmark sur les formules de fidélisation « individuels » et « groupes » existantes.

Ce travail doit être mené dans l'objectif de qualifier des fichiers et de permettre une plus grande fidélisation au réseau.

Il conviendra ensuite de proposer des scénarios qui suivent le cheminement du client

Les intermédiaires (Agences et TO) devront faire l'objet d'une reconnaissance plutôt qu'une fidélisation au sens d'avantages financiers consentis.

D. Supports 2012 - 2013

- La commission souhaite que le réseau réalise 4 modèles d'affiches promo (vous êtes en réunion, nous avons aussi des chambres ; logos ; démarche durable ; rando)

- Pochettes cartonnées

- *l'usage serait : dossier accueil groupes, dossiers partenaires, dossiers adhésion, dossiers d'AG**
- *pas de limite de durée*
- *quelques chiffres sur le réseau*

La commission souhaite qu'une maquette martyre lui soit présentée lors de sa prochaine réunion.

V. Questions diverses

La question des formations Marketing est reposée. Jean-François Simon répond que le réseau a pris du retard mais proposera sous peu un catalogue de formations.

Caroline Mignon sera absente, dans le cadre de son stage de CIF, d'avril à début septembre. Sa remplaçante prendra ses fonctions ce 12 mars.

La date de la prochaine réunion est fixée au mercredi 9 mai 2012.