

Compte rendu

Cf annexe 1 (PowerPoint commission marketing)

Étaient présents : Anne Guitter (EE Lac de Maine, Angers) ; Anne-Françoise Gloria (EE FIAP Jean Monnet, Paris) ; Véronique Delattre (EE Patrick Varangot, Saint Malo) ; Marine Massard (EE CIS de Champagne, Reims) ; Ghislain Couston (EE Eugène Hénaff, Aubervilliers) ; Marie Reutenauer pour le siège d'éthiC étapes.

Étaient excusés : Stéphanie Leroux (EE Parc d'Olhain) ; Vincent Palazzo (EE Home Dôme, Clermont Ferrand) ; Vanessa Mazzucotelli (EE CIS Neige et Soleil, Bramans) ; Pauline Simonneau (EE Centre européen de séjour, Calais) ; Elodie Stolz (EE Le Bois du Lys, Dammarie les Lys) ; Laëtitia Cauchon (EE Val de Loire, Blois) ; Sophie Landmann ; Jean-François Simon.

I. Actions et initiatives en promotion

Angers

- L'initiative Restaurant Sans Frontières est reconduite cette année, pour la 4^{ème} fois. Du 1^{er} au 15 décembre, le Lac de Maine s'engage à reverser 0.20 euros par repas servis à une association en charge de projets pour les enfants du Cambodge.
- Animation régulière de la page Facebook avec la mise en ligne d'actualités et la recherche de plus en plus de fans

FIAP

- Exposition en cours dans le cadre du mois de la photographie
- Le FIAP a accueilli 3 blogueurs brésiliens à la mi-novembre invités par le CFTJ (Club Français du Tourisme des Jeunes d'Atout France) pour rencontrer des membres du clubs et communiquer sur leurs offres via leur blog et les réseaux sociaux
- Le FIAP a réalisé cet été des travaux de rénovations des chambres sur un étage. L'équipe est satisfaite du résultat avec des chambres plus sobres et modernes, salles de bain et wc séparés, luminaires automatiques et des couloirs avec les portes dans les tons pastel. 2 étages vont être réalisés entre fin juillet et début septembre 2013.
- L'activité séminaire marche très fort pour le FIAP au mois de novembre

Saint-Malo

- Actuellement, réalisation des mises à jour des produits et création de nouveaux produits à mettre en ligne sur le site internet du réseau. Création d'un séjour randonnée avec plusieurs idées de randonnées dans les environs (Mont Saint-Michel), création d'un séjour de cohésion pour les scolaires et d'un séjour autour de la découverte des métiers de la mer et du port.
- Très bonne année pour le centre qui affiche une meilleure fréquentation que l'an passé et qui va également faire un bon chiffre en restauration en décembre notamment grâce aux séjours adaptés pendant les périodes de fêtes.

Aubervilliers

- Le centre participe à la Journée des migrants qui a lieu le 18 décembre et va réaliser à cette occasion une exposition accompagnée de témoignages sur la migration et sur son activité de village d'insertion Rom'. Une invitation commune avec Plaine Commune, les associations de l'ESS et le FJT a été lancée afin de relancer la politique d'animation du centre dans l'objectif de se faire connaître.
- Un travail est également réalisé autour des produits pour les TO et les groupes en direct sur des séjours classes de découverte et des produits plus classiques. Finalisation pour la fin février 2013.
- Projet important de refonte du site internet mais ce dernier implique de repenser le projet de l'association dans son ensemble et de réfléchir à la place du CIS, du FJT et des Villages d'insertion Rom'. Le centre travaille avec une agence de communication issue de l'ESS.
- Bonnes prévisions pour 2013 avec de nombreuses options qui se sont confirmées : le centre est complet toutes les semaines de la mi-février à juin 2013 notamment grâce aux TO scolaires
- Réalisation de pochettes séminaire sous le même modèle que les pochettes du réseau. Projet également de refonte de la plaquette.

Reims

- Travail de création de produits pour les scolaires autour de la Première Guerre Mondiale pour les CM2 et les Troisièmes suite à une formation. Les produits devraient être mis en ligne pour septembre 2013. Création aussi de produits autour du séminaire
- Lancement récemment d'une version mobile du site internet
- Réalisation d'un partenariat avec une société de géocaching où le CIS devient ambassadeur et des indices y sont cachés. Les participants du jeu sont amenés à passer pour récupérer des indices.
- Bilan 2012 mitigé : le nombre de nuitées est en augmentation mais surtout du court-séjour en juillet/août/septembre avec des individuels lié à la présence sur 6 centrales d'achat en ligne et une offre flash : 20% de réduction tout l'été. En conséquence des charges en forte augmentation et un CA en baisse.

II. Bilan des actions réalisées

a. Gamme scolaires et enfants

- Insertion dans le magazine La Classe (septembre 2012)

6 centres ont participé à l'opération permettant de souscrire une pleine page dans le numéro de septembre. Tirage à 35 000 exemplaires dont 20 000 diffusés par abonnement. Au vu du faible nombre de participants, seule l'insertion papier a pu être réalisée et non la visibilité web comme il était prévu initialement.

- Newsletter scolaires (envoi le 30/08/2012)

5 articles sur l'actualité du réseau. Bon taux d'ouverture pour les contacts inscrits à la newsletter et les demandes contact site : 120 visites générées en plus sur le site du réseau, 3.24 pages vues par visite et 50% des visites ont cliqué sur un lien dans l'un des articles de la newsletter.

- Workshop Educpass (27 septembre à Namur)

Le réseau a participé pour la première fois au workshop Educpass dans le cadre de son partenariat avec cette association belge. L'objectif était de rencontrer les professeurs, de leur proposer une offre sur la France et de leur présenter les éthic étapes partenaires pour 2013 (coupons éclaireurs).

- Forum de la Visite Scolaire

Participation du réseau au Forum de la Visite scolaire le 3 octobre dernier. Contrairement aux années précédentes, le stand de 9m² a été financé par le réseau. Distribution des étapes pédagogiques, des livrets et dépliants 2013. Un bilan plutôt positif avec une vingtaine de demandes en direct et près de 960 adresses mails récoltées. Un salon important pour le réseau dans la gamme scolaires avec 4000 visiteurs dont 60% en primaire et une majorité de directeurs d'école.

b. Gamme tourisme et loisirs groupes

- Envoi des campagnes e-mailing

Le siège a accueilli cet été une stagiaire qui a travaillé sur le renforcement et la création de bases de données pour l'envoi des campagnes e-mailing.

Voici les campagnes envoyées depuis le mois de septembre :

Campagne	Envoi des campagnes	
Randonneurs	Jeudi 13 septembre	
Motards	Jeudi 13 septembre	Mardi 13 novembre
Chorales	Jeudi 13 septembre	Mardi 13 novembre
Cyclotourisme	Jeudi 13 septembre	Jeudi 15 novembre
Boxe	Mardi 18 septembre	Jeudi 15 novembre
Badminton	Mardi 18 septembre	Jeudi 15 novembre
Marche nordique	Mardi 18 septembre	Jeudi 15 novembre
Sports en milieu rural	Mardi 18 septembre	Mardi 13 novembre
Newsletter tourisme FR	Mardi 25 septembre	Jeudi 13 décembre
Newsletter tourisme UK	Jeudi 27 septembre	Jeudi 22 novembre
TO et agences FR	Mardi 27 septembre	
TO et agences UK	Mardi 27 septembre	
Enseignement Supérieur	Mardi 9 octobre	Mardi 4 décembre
Campagne marché ALL	Mardi 23 octobre	

A noter, le dernier e-mailing des campagnes boxe, badminton, sport en milieu rural, marche nordique et cyclotourisme sera envoyé en janvier 2013.

- Workshop à Karlsruhe

Le réseau a participé au workshop organisé à Karlsruhe par les clubs Culture et Patrimoine et le CFTJ d'Atout France le 16 novembre dernier. Destiné aux professionnels et professeurs allemands, nous avons réalisé 12 rendez-vous en 2h30 de workshop (5 enseignants, 5 TO/Agences, 2 journalistes).

c. Gamme réunions et séminaires

- Envoi de 2 campagnes e-mailings

Campagne	Envoi des campagnes	
organismes formations BAFA	Jeudi 4 octobre	
Organismes formations PRO	Jeudi 4 octobre	

III. Point sur les actions en cours

a. Actions validées pour 2013

- Partenariat Educpass (Belgique) - Action mutualisée

Dans une logique de continuité, le réseau a souhaité renouveler le partenariat avec Educpass, association belge spécialisée dans les sorties scolaires, culturelles et séjours scolaires.

6 éthic étapes sont inscrits pour l'année 2013. Budget de 195 euros par centre (hors offre coupons éclaireurs).

- Abécédaire de l'Enseignement (Belgique) - Action réseau

Le réseau sera présent dans l'Abécédaire de l'enseignement qui est un répertoire des organismes éducatifs. Ce dernier est diffusé à 35 000 exemplaires en septembre auprès des enseignants belges et à 50 000 exemplaires en janvier auprès des implantations scolaires de Belgique et de France.

b. Campagnes e-mailing à venir

- Présentation des différentes campagnes à venir

Campagne	Envoi des campagnes
Newsletter scolaires	Jeudi 29 novembre
Enseignement Supérieur	Mardi 4 décembre
Newsletter tourisme FR	Jeudi 13 décembre
Marche nordique	Mardi 8 janvier 2013
Boxe	Mardi 8 janvier 2013
Badminton	Jeudi 10 janvier 2013
Marche nordique	Jeudi 10 janvier 2013
Sports en milieu rural	Jeudi 10 janvier 2013

- Atelier de travail : contenus des newsletters

La commission travaille sur les idées d'articles des prochaines newsletters scolaires et tourisme.

- Pour la newsletter « scolaires » du 29 novembre, les articles suivants ont été décidés :

Ecolabel à Sommières (6^{ème} ecolabel dans le réseau, qu'est ce que ça change pour vos classes) ; les événements culturels de l'année 2013 ouverts au jeune public (Lille 3000, Louvre Lens, Marseille capitale européenne de la culture en 2013, Biennale de l'Art contemporain à Lyon, ...) ; opération restaurant sans frontière (si participation de Lyon et Narbonne en plus d'Angers) ; dernière minute séjours au ski ; les éthic étapes : lieux de vie, côté animé (le cœur de métier des éthic étapes : l'accueil des jeunes. On se distingue des hôtels avec notamment la proposition d'activités gratuites le soir. Exemples : Boom et crêpe party au Ciarus, Expo, initiation à la danse, salle de projection, karaoké au FIAP, jeux de société créés avec des matériaux de récupération à Aubervilliers...)

- Pour la newsletter tourisme du 13 décembre :

Ecolabel à Sommières (6^{ème} ecolabel dans le réseau, qu'est ce que ça change) ; les événements culturels de l'année 2013 (Lille 3000, Louvre Lens, Marseille capitale européenne de la culture en 2013, Biennale de l'Art contemporain à Lyon, Reims Seine d'Europe ...) ; événements randonnée (Salon des Destinations nature et salon à Rennes) ; dernière minute séjours au ski ; les éthic étapes : lieux de vie, côté animé (le cœur de métier des éthic étapes : l'accueil).

Le siège souligne qu'en 2013, il a été proposé dans le Plan d'Actions de réaliser 2 newsletters scolaires distinctes entre les enseignants du primaire et du secondaire.

IV. Travail sur le Plan d'actions 2013

a. Retours sur la réunion annuelle de préparation du Plan d'actions 2013

Parmi la commission marketing, les participants à la réunion des 16 et/ou 17 octobre ont apprécié le format de la réunion et son déroulement. Plusieurs éléments positifs ont été relevés : réunion ouverte à tous, une vingtaine de participants permettant d'avoir des échanges et des apports de matière, groupes de travail par gamme selon les intérêts des participants. Le format participatif avec un travail de préparation en amont est intéressant et à renouveler car il permet d'en discuter en amont dans son centre avec l'équipe puis d'échanger après.

La commission marketing demande que les présentations PowerPoint de la réunion intégrant le bilan du Plan d'actions 2012 et les tableaux de synthèse des cibles soient mises en ligne sur l'espace membre.

b. Présentation du projet de Plan d'actions pour 2013

Suite à la réunion annuelle de préparation du Plan d'actions 2013 le 16 octobre dernier, les animateurs de pôles se sont retrouvés le lendemain afin de trier et de prioriser les actions retenues lors du brainstorming. Le siège a

également réalisé un travail de recherche des faisabilités de réalisation des actions retenues, d'évaluation des coûts, et de priorisation.

Le projet de Plan d'actions 2013 est ainsi présenté et soumis aux remarques de la commission marketing (cf tableaux de présentation du Plan d'actions 2013 par gamme, Annexe 1).

Il est demandé à la commission marketing d'identifier pour la gamme tourisme loisirs de groupes les clientèles à retenir pour l'étude sur les clientèles dites émergentes qui est proposée au Plan d'actions. La commission marketing valide ainsi qu'il est intéressant pour le réseau de s'intéresser aux cyclotouristes, au monde du handicap et au monde de l'Economie Sociale et Solidaire afin de mieux connaître leurs attentes, leurs besoins et leur fonctionnement.

La commission marketing valide également que les actions à destination des familles proposées lors du brainstorming ne soient retenues et inscrites au Plan d'actions 2013.

La commission marketing propose également d'envoyer le Plan d'actions 2013 par courrier à chaque centre accompagné d'un courrier explicatif précisant qu'il s'agit du catalogue des actions proposées pour l'année 2013 et qu'ils sont invités à s'inscrire via la feuille d'inscription jointe. Enfin, afin que le Plan d'actions 2013 soit plus clair notamment pour les nouveaux adhérents, la commission propose qu'il soit ajouté une page sommaire avec les 4 gammes.

c. Book des installations sportives

Le Book des Installations sportives recensant les équipements situés à proximité des centres est finalisé. Il a néanmoins été relevé que lors du remplissage des fiches par les centres, il y a pu avoir des confusions entre équipements de loisirs et équipements pour les professionnels. Certains centres ont également rempli leur fiche alors que tous les créneaux sont déjà pris.

Ce Book doit être utilisé lors des démarchages des agences spécialisées dans les séjours sportifs programmés au mois d'avril. Il est demandé l'avis de la commission marketing concernant la diffusion ou non en l'état du Book.

La commission marketing souligne que ce Book est attendu depuis plusieurs années et qu'il est important maintenant de concrétiser. Elle propose de partir de l'idée qu'il s'agit d'un support et que c'est aux agences de creuser derrière en contactant directement les centres.

d. Animation du stand éthic étapes au salon des Destinations nature

Le réseau participera à nouveau en 2013 au salon des Destinations nature. Il apparaît donc intéressant qu'une animation sur le stand soit prévue permettant d'amener du monde sur le stand et de créer un effet buzz mais également de récolter des adresses mails de randonneurs afin d'alimenter les bases de données du siège.

La commission marketing réfléchit à différentes idées d'animations permettant à la fois de créer du passage sur le stand et de récolter des adresses mails. La solution la plus envisageable au vu de la législation et en matière d'organisation est de faire gagner plusieurs fois par jour un panier pique-nique ou sac pique-nique par tirage au sort sur le stand. Pour participer, les visiteurs sont invités à s'inscrire et à déposer leur coupon dans une urne. Il est également proposé que les participants répondent à 3 questions qui doivent être juste pour pouvoir gagner.

La question de la réglementation se pose et notamment le fait de faire appel à un huissier. Le siège va se renseigner sur la réglementation et sur un budget prévisionnel.

Par ailleurs, la commission marketing propose de réaliser des polos éthic étapes à porter lors des salons et événements de promotion en coton bio. Il est également évoqué de réaliser un déguisement Rhéa afin d'avoir une mascotte sur les salons.

V. Retours sur les outils 2013 de promotion du réseau

Le siège demande à la commission marketing si cette dernière a des remarques concernant les éditions 2013 et des suggestions pour 2014.

La commission marketing apprécie qu'un plus grand nombre de livrets ait été distribué dans les centres, rendu possible grâce au dépliant ramené à 2 volets cette année au lieu de 3.

Le siège fait remonter une sollicitation de la commission promotion d'Evian concernant les outils 2013 et notamment de dépliant 2 volets où n'apparaît pas les coordonnées des centres ni les tarifs.

La commission marketing note cette remarque mais il est rappelé que les choix en termes d'éditions ont été validés et répondent une stratégie qui est de faire transiter un maximum de contacts vers le site Internet du réseau. Il est validé que les outils 2013 répondent bien à cette stratégie.

Pour faire écho à cette remarque, il est proposé que le siège réalise une fiche récapitulative des coordonnées des centres en format PDF qui puisse être diffusée dans les centres. Cependant, en aucun cas cette fiche ne devient un outil de communication.

Concernant les éditions 2014, la commission marketing suggère une diffusion de livrets en plus gros volume dans les centres et de supprimer les dépliants 2 pans. Il est également proposé d'éditer une carte postale avec tous les logos des centres qui peut être envoyée et des autocollants réseau.

La commission marketing souhaiterait également de nouvelles affiches pour la gamme réunions et séminaires et des nouveaux lots de thèmes.

VI. Prochaines dates

- Séminaire marketing du réseau - Jeudi 6 décembre 2012

Rappel du déroulement de la journée et du programme avec 3 interventions extérieures le matin et des témoignages, retours d'expériences des centres l'après-midi. Pour l'instant, la participation au séminaire est relativement faible.

- Séminaire et Assemblée Générale du CFTJ - Les 29 et 30 novembre

VII. Dates des commissions marketing pour 2013

Il est proposé à la commission marketing de planifier en avance les dates des commissions marketing pour l'année 2013.

Les membres de la commission marketing soulignent qu'ils préfèrent fixer les dates des commissions marketing progressivement d'une réunion sur l'autre afin d'avoir une meilleure visibilité de leurs disponibilités.

Il est proposé que la prochaine commission marketing se tienne le mercredi 13 février 2013.

VIII. Questions diverses