

## Compte rendu

Étaient présents : Anne Gutter (EE Lac de Maine, Angers) ; Vincent Palazzo (EE Home Dôme, Clermont Ferrand) ; Pauline Simonneau (EE Centre européen de séjour, Calais) ; Ghislain Couston (EE Eugène Hénaff, Aubervilliers) ; Sophie Landmann, Marie Reutenauer pour le siège d'éthic étapes.

Étaient 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) ; Véronique Delattre (EE Patrick Varangot, Saint Malo) ; Elodie Stolz (EE Le Bois du Lys, Dammarie les Lys) ; Nicolas Flandrin (EE RIP, Paris), Laëtitia Cauchon (EE Val de Loire, Blois) ; Jean-François Simon.

---

### **I. Actions et initiatives en promotion**

#### Aubervilliers

- Effectif du personnel très réduit en ce moment à Aubervilliers
- Projet de constitution d'une banque de photos : un photographe viendra fin mai pour réaliser de nouveaux visuels.
- Ces photos permettront également de lancer la mise à jour du livret d'accueil
- Projet de refonte du site internet d'ici la rentrée

#### Saint Ours / Clermont-Ferrand

- A Clair Matin, réalisation de l'opération « ouverture de saison » le 15 mars avec tous les partenaires
- Participation au Salon de la Rando à Lyon avec Val-Cenis qui s'est tenu du 23 au 25/03
- A Clair Matin, lancement de nouveaux produits pour les classes sur Vulcania avec la création d'un partenariat. Opérations de démarchage des Tours Opérateurs. Réalisation également d'un livret d'accueil et test d'un « pass VIP » destiné aux scolaires intégrant une remise de 10% pour toute la famille sur la première nuit quand ils reviennent avec leurs parents.
- Sur Clermont, communication autour du restaurant suite au changement de chef afin de faire connaître les nouveaux produits

#### Angers

- Animation de la page Facebook avec la mise en ligne d'actualités et la recherche de plus en plus de fans
- Fête du 2millionième repas servi organisé le mois dernier. Le restaurant a connu une bonne fréquentation avec la mise en place d'animations différentes chaque jour (animation musicale, venue d'un magicien, concours sur la Wii, concours de fléchettes, babyfoot...). Un jeu concours pour gagner un vélo électrique et un bon Biocoop a également été organisé. L'événement n'a pas forcément attiré une clientèle nouvelle mais la clientèle habituelle a trouvé ça sympa, même les gens qui ne participaient pas.

- Le centre souhaite développer une campagne e-mailing avec les fichiers de la CCI pour promouvoir les salles de réunion. Depuis un an, l'activité réunion stagne alors qu'elle a toujours été en progression avec une diminution en gamme (réunion en demi-journée, réduction des pauses et des prestations (café simple). Réflexion autour d'un package.

#### **Cf annexe 1 (powerpoint commission marketing)**

## **II. Bilan des actions réalisées**

### **a. Workshop à Bruxelles**

Le réseau a participé avec des membres du CFTJ au workshop organisé à Bruxelles par Atout France et le groupe Villages de Vacances le 21 mars dernier. Destiné aux réseaux alternatifs belges, nous avons réalisé 14 rendez-vous en 2h30 de workshop (1 enseignant, 4 TO/Agences, 2 journalistes, 2 mutualités/Comité d'Entreprise, 5 associations organisatrices de séjour).

### **b. Salon Destinations Nature**

Le réseau a participé pour la seconde fois au Salon des Destinations Nature qui s'est tenu à Paris, Porte de Versailles du 30 mars au 1<sup>er</sup> avril 2012. Notre stand de 9 m<sup>2</sup> était situé face à la Fédération Française de la Randonnée et à Cap France et à la sortie du salon. 12 centres ont été partenaires de l'opération et ont édités des flyers personnalisés via le siège qui a assuré la création graphique et l'impression. 5 centres ont assuré la permanence avec le personnel du siège au cours des 3 jours.

Suite aux suggestions de la commission, les animations « spécialités régionales » et « boîte à mail » ont été réitérées.

Un e-mailing d'annonce de la participation du réseau a été envoyé aux randonneurs qui avaient également la possibilité de gagner des invitations gratuites pour le salon.

*La commission souligne l'intérêt d'approfondir l'organisation du jeu concours dans le cadre de la « boîte à mail » si le réseau réitère l'opération l'an prochain.*

### **c. Insertion dans le Guide des sorties scolaires**

Cette action mutualisée vient en remplacement de l'insertion prévue dans le magazine EPS qui n'a pas pu être réalisée en raison du manque d'inscrits et du tarif onéreux.

7 centres ont participé à l'opération permettant de souscrire une pleine page dans le Guide Nathan des sorties scolaires (48 pages) édité à 37 000 exemplaires. 32 000 sont destinés aux abonnés (enseignants de la maternelle et du primaire) et 5 000 sont diffusés sur le Forum de la Visite Scolaire (le réseau participera au Forum au mois d'octobre).

### **d. Campagne de promotion marché allemand**

Suite au travail réalisé par Fabian, stagiaire au réseau, une campagne de promotion et de communication à destination du marché allemand (clients et prospects) a été mise en place. Un premier e-mailing est parti en avril et un second est programmé pour le mois d'octobre en vue du workshop organisé par Atout France à Karlsruhe (15 novembre 2012) auquel le réseau souhaite participer.

Un appel à fichier des prospects et clients allemands a été envoyé aux directeurs des centres. Nous avons eu 10 retours permettant de constituer un fichier de 871 destinataires. Pour ce premier envoi, le taux d'ouverture a été de 25%, le taux de clic de 4% et le taux de réactivité de 17%.

*Certains membres de la commission n'ont pas eu écho de l' appel à fichiers. . Il est donc suggéré d'envoyer également les mails ayant trait au marketing en copie aux membres de la commission et aux chargés de communication.*

e. Point sur les campagnes e-mailing envoyées

10 campagnes e-mailing ont été envoyées à ce jour, avec des campagnes réseau et des campagnes mutualisées.

Pour les campagnes e-mailing mutualisées, chaque thématique fait l'objet de 3 envois d'e-mailing. Selon les inscriptions, le réseau a sélectionné 3 centres mis en évidence. Les autres centres inscrits pour la campagne sont uniquement cités en bas de page et seront mis en évidence dans les autres envois.

En mars, 7 campagnes ont été envoyées dont 5 mutualisées à savoir randonneurs, motards, chorales, formations professionnelles, formations bafa et 2 réseau à savoir TO et agences FR et TO et agences UK.

A ce jour, 3 campagnes ont été envoyées en mai dont 1 réseau à savoir : facebook, formations bafa et randonneurs.

**III. Point sur les actions en cours**

a. Campagnes e-mailing à venir

- Présentation des différentes campagnes à venir (cf. Annexe, calendrier des campagnes).

Mai : envoi de la Newsletter scolaires.

Juin : e-mailing formations professionnelles, sportifs (cyclotourisme, boxe, marche nordique, badminton, sport en milieu rural) ; Newsletters tourisme FR + UK

Juillet : Campagne Facebook.

Le siège souligne qu'à ce jour, une dizaine de campagnes e-mailing notamment à destination des sportifs et des structures de l'enseignement supérieur n'ont pas pu partir en raison du manque de fichiers.

*La commission propose de faire appel aux différents stagiaires présents dans les centres afin qu'ils consacrent tous un peu de leur temps à la constitution des fichiers, notamment sportifs.*

*La commission souhaite que ce problème des fichiers soit résolu. Elle propose également, dans un premier temps, de lancer un appel à fichier auprès de tous les centres afin de constituer une première base et d'envoyer les campagnes « sportifs » pour ne pas accuser plus de retard.*

- Atelier de travail : contenus des newsletters

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

*- Pour la newsletter « scolaires » de mai, les articles suivants ont été décidés :*

*La Baule, nouvel éthic étapes adapté aux scolaires ; les séjours d'intégration, de cohésion dits « classe rousse » ; séjours clé en main/flexibilité ; présentation de la mascotte Rhéa et des séjours pédagogiques autour de la biodiversité ; pensez aux éthic étapes pendant vos séjours éclaireur de l'été.*

*- Pour la newsletter tourisme de mai :*

*La Baule, dernier né du réseau éthic étapes (séjours à la mer) ; écolabel européen (qu'est ce que c'est, pourquoi éthic étapes plébiscite ce label, 5<sup>ème</sup> écolabel à Lyon) ; les festivals de l'été (la Route du Rock (St Malo), Rock en Seine et Solidays (Ile de France), ...) Chaque étape du Tour de France dans un éthic étapes (Calais+Olhain : départ à Boulogne, Metz, Besançon, La Maurienne, Narbonne,*

*Libarrenx, Paris) ; ouverture à tous et à l'international (on s'adapte à tous les besoins, témoignages, idée produit : la Loire à vélo)*

*- Pour la newsletter « scolaires » de septembre :*

*On vous aide pendant votre séjour (en amont et en aval, fiches péda, exemples de séjour) ; semaine du goût (Aubervilliers, Calais) ; classes de neige.*

*- Pour la newsletter tourisme de septembre :*

*Les marchés de Noël en Alsace ; séjour nature – forêt (champignons, Parcs naturels : Gâtinais français avec Dammarie, Vanoise, Anduze, couleurs automnales, nature) ; la restauration (idée de recette, produits de saison, fête de la gastronomie, témoignage d'un chef d'un éthic étapes) ; handicap – accessibilité (journée des personnes handicapées, repas dans le noir) ; idée séjour : Aubervilliers avec l'association ça se visite projet de partenariat.*

*Pour la newsletter partenaires, en regardant le fichier « partenaires » du siège, la commission a décidé qu'il était nécessaire de reconstituer un fichier plus précis et plus complet. Ainsi, il a été convenu que la newsletter soit décalée et de travailler en attendant à la création d'un nouveau fichier où les partenaires suivants devront figurer :*

*Atout France – CFTJ, RN2D, UNAT France, OITS, BITS, ITS, ANCV, ATD, gîte d'étapes belges et de Barcelone, Educpass, MJC, BIJ-PIJ, fournisseurs...*

*Pour chaque région CRT+personne responsable des groupes (site du RN2D), pour chaque département CDT-ADT+responsable groupes, OT de chaque ville où il y a un EE.*

*La commission a également travaillé autour des contenus en proposant un article sur la Baule, nouveau centre du réseau ; écolabel de Lyon ; agrément tourisme du réseau ; bilan AG/AGP ; réouverture de Blois.*

#### **b. Informations utiles sur le CFTJ**

- Lancement du nouveau site internet d'Atout France : [www.rendezvousenfrance.com](http://www.rendezvousenfrance.com) qui consacre une large place aux visuels avec de larges bannières. Une carte récapitule tous les éléments du site selon les thématiques choisies et les intérêts sélectionnés (géo localisation des objets touristiques). Il s'agit d'un site internet qui se veut collaboratif et évolutif sous forme de fiches avec un moteur de recherche « produit ».
- Lancement de [www.myurbanfrance.com](http://www.myurbanfrance.com), la nouvelle plate-forme « jeune » d'Atout France créée par le CFTJ en partenariat avec le Club du Tourisme des Villes. C'est un espace dédié aux jeunes européens (18-30 ans) afin de mieux faire connaître l'offre « jeune » des villes françaises. Développé sous la forme d'un « webzine » interactif en version française, anglaise, allemande et espagnole, il met en avant les animations, activités et une sélection d'adresses d'hébergement et de restauration. Possibilité de partager les articles sur Facebook ou de laisser des commentaires.
- Le CFTJ, en partenariat avec la direction de l'ingénierie et du développement durable d'Atout France, a lancé une étude sur le tourisme scolaire au sein des principaux bassins émetteurs que sont l'Espagne, l'Allemagne et la Grande-Bretagne. Caroline et Marie ont participé, début avril, au Comité de Pilotage visant à établir le cahier des charges de l'étude. Lancée au mois d'avril, l'étude se déroule en 2 phases avec tout d'abord l'élaboration d'une note de contexte permettant de disposer d'éléments précis sur l'organisation administrative, la réglementation, les aides financières, les calendriers, les estimations de volumes, l'influence de la conjoncture économique. Dans un second temps, les bureaux d'Atout France réaliseront des questionnaires afin d'auditionner les principaux acteurs identifiés afin de définir une trace type selon chaque marché sur leurs besoins, leur fonctionnement et leurs attentes.

- Le séminaire du CFTJ, prévu au Château Royal d'Amboise les 22 et 23 mai 2012, a été annulé en raison de la faible participation. Une réunion de bureau élargie est prévue en juin afin de définir la stratégie et le plan d'actions 2013 du Club Jeunes. Le CFTJ a également envoyé un questionnaire afin de mieux connaître les sentiments et les attentes des membres du club.

c. Présentation du book des installations sportives

Suite au Google Document envoyé et aux réponses des centres volontaires, le réseau a constitué un Book des installations sportives permettant de démarcher les agences spécialisées dans les séjours sportifs. Ce book a 2 entrées : une entrée par centre avec une fiche pour chaque centre récapitulant toutes les installations sportives situées à proximité et une entrée par type d'installation selon les disciplines sportives (sous forme de répertoire). Chaque centre recevra prochaine une fiche en format pdf afin qu'il valide les informations relatives aux installations sportives situées à proximité.

Dans un second temps, des rendez-vous seront pris pour démarcher les agences sportives.

d. Affiches de promotion du réseau

Le siège souhaite avoir plus de précisions quant à la demande faite lors de la précédente commission marketing sur 4 nouveaux modèles d'affiches de promotion (réunion, logos, démarche durable, rando).

Le réseau souhaite valider les attentes de la commission sur la fonction des affiches suite aux thématiques évoquées qui révèlent un mélange entre des affiches « réseau » et des affiches « produits ».

*La commission a évoqué l'intérêt de refaire des affiches de promotion du réseau, les dernières datant de 2006. Cette dernière a mené une réflexion autour de la fonction de ces affiches permettant l'élaboration d'un cahier des charges. Ces affiches doivent permettre de communiquer sur le réseau et sur son identité et non sur des produits.*

*Il a été également mis en avant l'utilité de faire appel à une agence pour la réalisation de ces affiches.*

*La commission souhaite que les affiches portent sur les thématiques suivantes :*

- *On accueille tout le monde de 7 à 77 ans (idée de visuel : photo des chaussures)*
- *Accessibilité – personnes en situation de handicap*
- *Ouverture - International (bienvenue/bonjour dans toutes les langues)*
- *En solo ou en tribu (faire passer le message : éthic étapes accueille les groupes, les individuels, les personnes seules, les familles, ...)*
- *Aspect associatif*
- *Développement durable (insister sur les 3 piliers du développement durable et notamment sur l'aspect social + engagement d'éthic étapes en faveur des économies d'énergie).*

e. Partenariat avec les AJ européennes

Une maquette martyre d'une affichette à envoyer aux AJ européennes a été présentée. L'idée est que les auberges de jeunesse impriment le flyer et l'affichent.

La commission est invitée à réfléchir sur l'ouverture du réseau à l'international et la logique de réciprocité de cette opération.

*La commission a proposé d'envoyer un e-mailing avec l'affichette aux auberges de jeunesse en anglais et dans la langue nationale accompagnée d'un mail personnalisé.*

*La commission n'est pas sûre de l'impact de cette opération mais souhaite tout de même mener l'opération et regarder les taux d'ouverture de l'e-mailing.*

f. Segmentation et mutualisation des fichiers

Présentation de la mise en place de la segmentation commune des fichiers clients avec un système CRM<sup>1</sup>. Le Google document a été envoyé début mai et le réseau attend le retour des centres et leurs remarques d'ici le 28 mai afin de procéder à d'éventuelles améliorations.

Dans une seconde phase, le réseau regardera avec Hestia s'il est possible de mettre en place cette segmentation type.

g. Forum de la visite scolaire

Le réseau participera au Forum de la Visite scolaire le mercredi 3 octobre 2012 de 10h à 17h30 à la Cité des Sciences à Paris. 11 centres sont partenaires de l'opération.

#### **IV. Projets 2012/2013**

A. Partenariat Bedouk et participation aux newsletter du Club France

Le réseau fait part à la commission marketing de deux propositions de partenariat :

- Il s'agit de Bedouk, l'agence nationale spécialisée dans le recensement des lieux de congrès et séminaires qui a fait une proposition tarifaire pour que le réseau apparaisse dans le guide et/ou sur leur site internet/magazine.
- Et du Club France qui propose de participer à l'une ou aux 4 newsletters programmées par Atout France envoyées à leur base de données de 210 000 contacts. La Newsletter à un taux d'ouverture de 10% et un taux de clic de 3% environ.

*Au vu des tarifs importants demandés pour ces partenariats et de leur non budgétisation au plan d'actions 2012, la commission ne souhaite pas y répondre positivement.*

B. Point sur le projet de kit réunions

- Des demandes de devis ont été lancées pour développer les outils suivants : chevalets, blocs notes, stylos, gobelets et éventuellement des poubelles en carton. Ces outils logotypés seront proposés en commande groupée, les tarifs variant selon le volume commandé.
- Atelier de travail autour des outils du kit réunion.  
Le siège présente, comme demandé lors de la précédente commission marketing, deux maquettes martyres de flyers « réunion ».

*La commission opte pour un kit réunion comprenant :*

- *Un jeu de trois affiches « produit » avec l'objectif de faire connaître les produits vendus dans les éthic étapes et de les vendre. Chaque affiche correspondra à une thématique à savoir : la restauration ; pauses éthiques ; vous êtes en réunion, nous avons aussi des chambres. Ces outils seront à commander auprès du siège puis refacturés aux centres.*
- *Des flyers « réunion ». La commission suggère que cet outil soit édité par le siège et diffusé gratuitement dans les centres qui le souhaitent puisqu'il s'agit d'un outil réseau présentant avant tout le produit « séminaire et réunions ».*

---

<sup>1</sup> CRM : Customer Relationship Management ou gestion de la relation client.

### C. Les outils 2013

- Le siège souhaite connaître les besoins de la commission marketing quant à la réédition des supports papier pour 2013.

*La commission souligne que les centres n'ont pas assez de livrets présentant l'ensemble du réseau.*

*A partir de ce constat, il est proposé :*

*- De réduire la taille du flyer « réseau » en passant de 6 pans à 2 ou 3 pans et d'en éditer 20 000 exemplaires à la place des 30 000 imprimés l'an dernier.*

*- L'économie réalisée permettra d'imprimer 5 000 livrets supplémentaires afin de les redistribuer dans les centres qui ont des besoins en ce sens (responsables de groupe, OT, ...)*

*La commission souligne également l'intérêt que chaque centre dispose d'une dizaine de brochures à destination des institutionnels.*

- Sophie Landmann présente l'intérêt et l'opportunité pour le réseau de développer une version mobile du site internet (**Cf Annexe 2**). Anne Gutter intervient également sur l'expérience de site mobile qui vient d'être mis en place par Angers.

*La commission souligne que c'est une idée intéressante et que le réseau a un réel intérêt à développer cet outil dans les temps à venir. Néanmoins, elle relève l'importance de bien définir en amont ce que l'on veut mettre en avant mais également la charte graphique choisie.*

*La commission souhaite qu'un benchmark des différentes chartes graphiques possibles soit réalisé. Par ailleurs, la version de site mobile ne semble pas une priorité à ajouter au plan d'actions 2012 mais un support intéressant à développer au cours de l'année 2013.*

### V. Questions diverses

Jean-François Simon est l'heureux papa d'un petit Elie et sera absent, dans le cadre de son congé paternité, jusqu'au 28 mai.

La date de la prochaine réunion n'a pas été arrêtée. Il est éventuellement question de l'organiser sur 2 jours au mois de septembre (entre le 15 et le 20 septembre) afin de réaliser le bilan des actions 2012 et de préparer le plan d'actions 2013.

Un séminaire marketing pourra également être prévu en décembre sur 1 journée.