



Atelier 5 : Brainstorming sur les actions à mener pour les colos

Compte-rendu de l'atelier

Jeudi 18 mai 2017 – Les Balcons du Lac d'Annecy (Sevrier)

Participants :

Catherine BRIOUDES – ETHIC Etapes Les Alerions
Hélène HIVERT – Mille et Une Vacances
Anne-Sophie MELLADO – Savoie Mont Blanc Tourisme
Mickael RAVAZY – Le Vert Grillon – ARVEL
David SEIGNOBOS – Les Florimontains
Alexandra VERRARD – DDCSP 74

Animation :

Clotilde DESARMENIEN – Savoie Mont Blanc Juniors
Violaine VILLETTE – Neige et Soleil / Présidente Savoie Mont Blanc Juniors

5 pistes de réflexion sont proposées pour lancer le brainstorming des actions à mener pour les colos :

- Les prescripteurs de séjours : quelle(s) cible(s) à prioriser ?
- Quel slogan pour promouvoir la destination colo en Savoie Mont Blanc ?
- Quels sont les marchés à développer ?
- Quels sont les médias à optimiser ?
- Quelles sont les difficultés et les freins rencontrés ?

Les prescripteurs de séjours : quelle(s) cible(s) à prioriser ?

- La CAF :
 - Entreprendre un travail avec cet organisme car beaucoup de familles n'utilisent pas leurs bons vacances → améliorer la communication auprès des familles sur leurs droits.
 - Difficultés des hébergements en Haute-Savoie à être conventionnés pour accepter les bons CAF (à noter, chaque CAF est différente et n'a pas les mêmes règles) → apporter un message de fiabilité auprès des CAF sur les hébergements du réseau + informer les structures du réseau du conventionnement VACAF.
 - DDCS 74 : projet de réunir les gestionnaires d'hébergements collectifs accueillant les mineurs : imaginer une intervention de la CAF...
- Les Collectivités territoriales (Communautés de communes) :
 - Formations aux appels d'offres qui désacralisent le fonctionnement → SMBJ pourrait organiser localement des formations aux appels d'offres.



Atelier 5 : Brainstorming sur les actions à mener pour les colos

- Conventionnement à passer avec les organisateurs de séjours et leurs mairies = document prévu au kit de communication SMBJ
- Prospection à réaliser sur les appels d'offres non soumis à une obligation de publication (- 25 000€) → SMBJ pourrait veiller sur les appels d'offres et les communiquer sur son site ?
- Les Pôles Médicaux Sociaux :
 - Organismes existants via les départements : se rapprocher des Départements pour obtenir plus d'infos → levier pour travailler sur les départs de proximité ?
- Individuels : les parents
 - Les adhérents à SMBJ peuvent jouer le rôle d'ambassadeurs auprès des Mairies et des individuels au niveau local : organisation de réunions d'informations.
 - Nécessité d'être vu comme un réseau de confiance.
 - Pas de colo hors-sol = mettre en valeur les atouts et spécificités des colos en SMB.
- Les écoles :
 - Comment y entrer ? Le conventionnement avec les mairies peut-il être une solution ?
 - Associations des parents d'élèves à solliciter.
 - Utiliser l'entrée scolaire qui fonctionne bien pour promouvoir les colos = communiquer sur les valeurs des colos.
 - Etre appréhendé comme un label de crédibilité : autorité de tutelle
- Les Comités d'Entreprises :
 - Les petits : leur soumettre de la documentation à diffuser à leurs membres
 - Conventionnement à proposer pour leur apporter des avantages et donc être référencé dans leurs structures.
- ANCV :
 - Les Juniors : un axe stratégique.
 - Site portail beaucoup vu = comment faire une passerelle vers SMBJ ?
 - Eductour spécial CE à mettre en œuvre avec la collaboration de SMBT et de l'ANCV.
- La JPA :
 - Aides autrefois, aujourd'hui quelles actions ? À étudier.

Quel slogan pour promouvoir la destination colo en Savoie Mont Blanc ?

- La proximité : pour les territoires proches.
- Une colo près de chez moi
- La confiance.
- Une montagne de plaisirs/d'activités.
- Plein air.
- Ici tout est possible.
- Les colos, c'est bon pour grandir.
- Aurait-on l'autorisation de s'appuyer sur la campagne nationale : 100% colo en SMB ?



Atelier 5 : Brainstorming sur les actions à mener pour les colos

- Coût des colos : message d'accessibilité : infos sur les pistes de financement à préciser.
- Notion de projet pédagogique = document péda à transmettre aux parents = à valoriser sur les supports internet de SMBJ ?
- S'inspirer des slogans du festival « au bonheur des mômes ».

Quels sont les marchés à développer ?

- Les 15 – 17 ans : plutôt axé sur l'itinérance et les voyages à l'étranger / « séjour entre potes ».
- La Haute-Savoie : 1^{er} département en France pour les séjours colos, et donc SMB : 1^{ère} destination des colos. Évolution en terme de saisonnalité : la proportion des séjours colos hiver se réduit au profit de ceux de l'été.
- Développer le BAFA/BAFD.

Quels sont les médias à optimiser ?

- La Presse.
- Forum des colos/salons → SMBJ : répertorier les forums (organisés généralement par les collectivités)
- Réseaux sociaux : quels messages ?
- Snapchat bien consulté par les jeunes.

Quelles sont les difficultés et les freins rencontrés ?

- Complexité à se situer entre le domaine de l'éducation populaire et celui de la production de séjours.
- Manque de proximité entre SMBJ et la DDCS 74 → Partenariat plus formel à instaurer.
- Colo : fief des organisateurs ?
- La multiplicité des publics et donc des interlocuteurs complexifie les messages.
- Mauvaise presse sur les colos.
- Difficultés à trouver des BAFA – problématique du recrutement.

→ Un travail de fond a été fait sur les classes, le même peut être réalisé pour les colos.