

Commission Enfance/jeunesse

Compte-rendu du mercredi 14 octobre 2020 – visioconférence – 14h00/17h00

Listes des présents :

Georges GLANDIERES – UNAT Occitanie
Sylvie BONNEFOY – CRTL Occitanie
Corinne CARRERE – CRTL Occitanie
Pierre LAURENS – CRTL Occitanie
Jeanne BRU - CRTL Occitanie
Fabienne LANG POIVRE – ADT Tarn et Garonne
Fabrice VEZON – Gard Tourisme
PASCAL DUMORA – Centre de vacances Altia Club Aladin
Laurent NGUYEN – CAF 31
Claude BLOHO PONCE – Hérault Tourisme
Isabelle THOMAS PINATEL - FCPE 11
Florence REVOL - Lozère Réservation
David Angelats TAUTAVEL
Muriel PALETOU - Comité régional FCPE Académie de Toulouse
Richard JANOT - UCPA
Jean Marc MAHE - Vacances Evasion
Caroline COUVE – Région Occitanie
Jean-Yves HENRION - Collectif des guides conférenciers d'Occitanie
Beatriz MALLEVILLE - FCPE Occitanie
David ANGELATS – Musée de Tautavel
Stephane MAFFERT – VALT : Vacances Animation Loisirs et Tourisme.
Amline BERNARD – Loisirs Éducation & Citoyenneté Grand Sud
Laetitia PARIS - PEP 12
Laurence FLEUREAU – PEP 31
Michel BABY

Déroulement de la commission

Rappel des points à l'ordre du jour

Bilan synthétique des actions 2020 en direction des enfants et des jeunes
1- Campagne Junior
2- Carte Occ'Ygène

Orientations 2021 – les axes prioritaires en fonction des 3 segments-cibles

Evolution des modes de commercialisation des séjours juniors

- 1- Modèle partenarial
- 2- Commercialisation
- 3- Promotion et communication



Les classes découverte : dégager les axes opérationnels

- 1- Besoins des prescripteurs (Rectorats, enseignants, agences de voyage)
- 2- Besoin des prestataires (hébergeurs, activités, GSO)

Approche marketing des 18-25 ans autour des loisirs et des événements

- 1- Enquête 15-25 ans
- 2- Création du club

Bilan synthétique des actions 2020 en direction des enfants et des jeunes (cf : ppt)

1- Campagne Junior

Dispositifs, résultats et analyse dans le support de présentation.

Certaines centrales de réservations départementales avancent le fait que certains opérateurs au vu du contexte sanitaire avaient rempli au maximum de leur capacité et n'avaient donc pas besoin de communication supplémentaire. Par ailleurs, certains liens de la campagne junior ne permettant pas de finaliser l'achat direct du séjour en ligne ont peut-être contribué en partie à un résultat moins probant de la dernière campagne estivale.

2- Carte Occ'Ygène

Dans le cadre du plan de relance du CRTL, la carte Occ'Ygène a été lancée au 1^{er} juillet 2020 pour stimuler la consommation de loisirs par les habitants de la région chez les prestataires partenaires du dispositif. Près de 300 prestataires (hébergements, activités culturelles, de loisirs...) ont été mobilisés dans un dispositif entièrement dématérialisé, valable jusqu'au 30 juin 2021. 30 000 demandes ont été enregistrées à ce jour.

La carte comprend trois types d'offres :

1. Jeunes : carte gratuite, plus de 1/3 des demandeurs sont des jeunes.
2. Famille
3. Famille + : carte monétisée par la Région au profit des familles aux revenus modestes.

La carte a surtout été sollicitée dans la Haute Garonne et l'Hérault mais son utilisation a été vérifiée sur l'ensemble des départements. 3 millions d'euros ont été monétisés (Région) donnant lieu à un rapport de l'ordre de 14% de consommation générée chez les prestataires.



Site de Montpellier (siège)
64, rue Alcyone - CS 79507 - F - 34960 Montpellier Cedex 2
Tél : +33 (0)4 30 63 84 20 - contact@crtoccitanie.fr

N° SIRET 83203963000013 - APE 7990Z

Site de Toulouse
15 rue Rivals - CS 78543 - F - 31685 Toulouse Cedex 6
Tél : +33 (0)4 30 63 84 20 - contact@crtoccitanie.fr



Les perspectives d'évolution de la carte Occ'Ygène sont envisagées autour des axes suivants :

- Élargir le public à d'autres cibles (individuels, couples...)
- Travailler avec d'autres partenaires pour la monétisation de la carte (ex : CE...)
- Étoffer l'offre au regard des cibles et en particulier en faveur du public jeune (150 offres jeunes à ce jour)

Dans cette dernière optique un e-mailing ciblé auprès d'associations d'étudiants de grandes écoles/IUT/associations sportives d'étudiants, universités/IUT/Écoles/Écoles de commerce/Campus des métiers ainsi que des lycées pro/CFA a été envoyé en date du 29/09/20 et a rencontré un bon score d'ouverture.

Plusieurs préconisations et suggestions ont été faites par les membres de la commission autour de la carte Occ'Ygène sur :

- La monétisation
 - Ouvrir la possibilité de participer à cette monétisation aux CE, Départements, Amicales (Hérault)
- L'enrichissement de l'offre jeune
 - Proposer une offre parallèle avec les CE
 - Renforcer l'offre sur la période hiver autour de la culture, des Grands sites.

Avec la pandémie, les jeunes vont être amenés à consommer local et auront envie d'espace, il faut donc les inciter à découvrir une offre culturelle.

- La communication
 - Se rapprocher du réseau FCPE qui peut être un vecteur de communication auprès des lycées, des BTS. Il est important de s'appuyer sur les têtes de réseaux pour communiquer (partenariat avec les maires « salon des Maires et des collectivités locales », Rectorat...)
- La cible « public défavorisé »
 - Travailler en lien avec les UNCASS.

Orientations 2021 – les axes prioritaires en fonction des 3 segments-cibles (cf : ppt)



Site de Montpellier (siège)
64, rue Alcyone - CS 79507 - F - 34960 Montpellier Cedex 2
Tél : +33 (0)4 30 63 84 20 - contact@crtoccitanie.fr

N° SIRET 83203963000013 - APE 7990Z

Site de Toulouse
15 rue Rivals - CS 78543 - F - 31685 Toulouse Cedex 6
Tél : +33 (0)4 30 63 84 20 - contact@crtoccitanie.fr



Evolution des modes de commercialisation des séjours juniors

1- Modèle partenarial

La volonté est d'amener à un modèle partenarial plus ouvert et décloisonner l'existant en proposant aux opérateurs soit de commercialiser et faire la promotion de leur offre séjours via les centrales de réservation départementales soit de traiter directement avec le CRTL.

Le financement de la campagne de communication globale des séjours, selon le choix opéré par l'opérateur, se fera donc soit par l'intermédiaire de la centrale de réservation départementale soit en direct (montant restant à définir) en participant eux-mêmes financièrement.

Un rétroplanning a été élaboré afin que les opérateurs choisissent un positionnement d'ici la fin de l'année :

- Fin novembre : connaître les partenaires qui se positionnent pour l'été 2021
- Avant Noël : fiches de séjours remplies
- De janvier à mars 2021 : construction de la stratégie de communication et lancement de cette dernière

2- Commercialisation

Dans le cadre de l'évolution du **site Internet du CRTL**, il est prévu de

- supprimer les trois rubriques (séjours découverte de la nature ; séjours sport et loisirs ; séjours culturels et artistiques) présents actuellement et **travailler sur plusieurs thématiques** (une vingtaine) en utilisant des tags et des filtres.
- supprimer la partie durée présente sur le site Internet pour la remplacer par un filtre « **dates de départ** ».

Ceci afin de permettre également à l'utilisateur de cibler facilement une période en fonction de ses besoins/congés et donner plus de clarté

Le CRTL va chiffrer le développement engendré par cette évolution du site.

Il est rappelé que dans la fiche séjour :

- le bouton « Je réserve » doit **impérativement** renvoyer vers une **page de réservation en ligne**. Pour rappel, le bouton « Je réserve » a été le plus cliqué lors de la campagne 2020.
- les **photos** utilisées pour commercialiser les séjours doivent être **inspirantes et de bonne qualité**.

3- Promotion et communication séjours été 2021

Au regard des différents leviers expérimentés sur les dernières années, il conviendra de favoriser les best performers comme :

- ✓ Google Search,
- ✓ emailing,
- ✓ Réseaux Sociaux

Les participations financières, comme évoquées plus haut dans le modèle partenarial, seront différenciées en fonction d'une commercialisation directe ou via une centrale de réservation départementale.





Les classes découverte : dégager les axes opérationnels

1- Besoins des prescripteurs (Rectorats, enseignants, agences de voyage)

2- Besoin des prestataires (hébergeurs, activités, GSO)

Afin de connaître les besoins des prescripteurs et des opérateurs, il est décidé de **constituer un groupe de travail autour de la thématique des classes découverte**.

Avec la pandémie, cette crise a amené des modifications dans la perception et la consommation du poste « voyage » dans les écoles, collèges... Les voyages à l'étranger sont à ce jour déprogrammés et la destination France est en passe de devenir une destination plus plébiscitée. Pour les classes découvertes, les limites administratives de la région voire du département restent le périmètre adéquat et/ou privilégié.

Ce groupe de travail qui associera la Région, pourra réunir des représentants du Rectorat, des enseignants, des agences de voyage, des groupes de parents d'élèves et des prestataires (hébergeurs, activités, GSO) afin de dégager des axes opérationnels permettant la mise en place de classe de découverte. Le CRTL s'engage dès à présent à solliciter ces différents prestataires pour constituer ce groupe de travail. A ce titre, le CRTL vous invite à contacter Monsieur Pierre LAURENS pour l'informer de votre souhait de participer à ce groupe de travail.

Approche marketing des 18-25 ans autour des loisirs et des événements (cf : PPT)

1- Enquête 15-25 ans

Les résultats de l'enquête sont à voir en replay sur le site du CRTL :

<https://pro.tourisme-occitanie.com/les-webinaires-du-crt/presentation-d-etudes-et-dispositifs-regionaux>

Brièvement, on peut retenir :

- La nécessité de distinguer les 15-18 ans qui partent essentiellement en famille des **18-25 ans** qui eux **se déplacent en mode « Tribu »**.
- Les jeunes sont très sensibles au **développement durable** et le **coût** du séjour ou de la prestation sera un élément déclencheur de leur départ.
- Ce public est susceptible de partir en vacances sur le **hors saison**, ce qui s'accorde avec l'application de tarifs préférentiels et cadre parfaitement avec le **dispositif de la carte Occ'Ygène** que le CRTL souhaite renforcer.

On note par ailleurs que la perception de la Région diffère selon l'origine des répondants :

Les jeunes habitants en Occitanie n'étiquettent pas les mêmes images à leur Région que les jeunes non résidents.

Si les grands espaces et la convivialité plébiscités par ces jeunes sont à conforter au sein d'une communication ciblée, il reste un travail à faire auprès de ce public en termes de communication



Site de Montpellier (siège)
64, rue Alcyone - CS 79507 - F - 34960 Montpellier Cedex 2
Tél : +33 (0)4 30 63 84 20 - contact@crtoccitanie.fr

N° SIRET 83203963000013 - APE 7990Z

Site de Toulouse
15 rue Rivals - CS 78543 - F - 31685 Toulouse Cedex 6
Tél : +33 (0)4 30 63 84 20 - contact@crtoccitanie.fr



« **Loisirs** » (via Instagram, la carte Occ'Ygène) de ce que peut être l'Occitanie. Enfin, il semble primordial de s'appuyer sur les **nombreux événements de la région** pour révéler le **côté fun et festif** de l'Occitanie.

2- Création du club

Au vu des résultats de l'enquête des 18-25 ans, il apparaît important pour le CRTL de créer le Club « Jeunesse » qui s'articulera autour de deux axes :

1. **Offre événementielle et culturelle** (événements sportifs au rayonnement international, grands festivals d'envergure, villes étudiantes de Toulouse et Montpellier...).
2. **Activités de loisirs**

Ce club regroupera les adhérents potentiels comme

- les prestataires d'activités de loisirs,
- les associations et entreprises culturelles et sportives,
- les organisations culturelles ciblant les jeunes,
- les hébergeurs ciblant l'accueil des 18-25 ans, ...

Le plan d'action envisagé est le suivant :

- Création et mise en commun de contenus vidéos/photos
- Développement de l'offre à destination des jeunes sur la carte Occ'ygène
- Identification de carrefours de l'audience jeunes et recherche de partenariats pour pousser des contenus dédiés spécial « jeunes » avec les organisateurs d'événements et les prestataires d'activités de loisirs
- Campagne de communication réseaux sociaux sur les dispositifs
- Recherche et mise en avant d'ambassadeurs de la destination : youtubeurs, artistes, influenceurs, ...

En conclusion de l'ensemble de ces débats, il est rappelé l'importance de la mobilité des jeunes. Il serait à ce sujet intéressant de connaître les retours de la SCNF (ou des services de la Région) sur l'offre des billets TER à 1 € et voir ainsi si ce dispositif a permis aux jeunes de partir en vacances à moindre prix et/ou faciliter leur déplacement au quotidien (domicile/travail...).

Lier les deux dispositifs Carte Occ'Ygène et billet transport apparaît ainsi une piste à explorer.

Fin de la commission à 17h00.

tourisme-occitanie.com



Site de Montpellier (siège)
64, rue ALCYONNE - CS 79507 - F - 34960 Montpellier Codex 2
Tél : +33 (0)4 30 63 84 20 - contact@crtoccitanie.fr
N° SIRET 83203963000013 - APE 7990Z

Site de Toulouse
15 rue RIVALS - CS 78543 - F - 31685 Toulouse Codex 6
Tél : +33 (0)4 30 63 84 20 - contact@crtoccitanie.fr