



« REUSSIR AVEC UN MARKETING RESPONSABLE » - SELECTION 2016

ENTREPRISE / MARQUE

UCPA

Association sportive et entreprise solidaire reconnue d'Utilité Sociale

INITIATIVE

UN BUS POUR UN CAMPUS



Description de l'initiative

Date de lancement

2011

Description synthétique

Depuis 2011, le Cnous, les Crous et l'UCPA se sont associés pour proposer des séjours sportifs « bons plans » à des étudiants boursiers.

Le dispositif vise à favoriser le départ en séjour sportif des étudiants les moins aisés (boursiers) et de leur permettre, par la pratique sportive, de vivre une expérience de vie collective, de partage et d'échange avec d'autres jeunes non boursiers.

Le Ministère en charge des sports et l'Ancv soutiennent financièrement le projet, ne restant à la charge des étudiants que le prix coûtant des séjours. Les offres de séjours sportifs l'hiver sont très accessibles : 215 €, transport et assurance compris pour 4 jours de ski ou de snow avec des cours encadrés par les moniteurs UCPA. Au total plus de 1 850 jeunes sont partis avec ce dispositif depuis sa création.

L'UCPA a investi dans le projet essentiellement du temps humain pour rencontrer les partenaires, élaborer le concept et les outils de communication associés.

Le Cnous et les Crous gèrent la communication (via les affiches et flyers) en direction des étudiants et la gestion des inscriptions.

Enjeux sociétaux

Les jeunes sont touchés de plein fouet par la crise économique et les étudiants ne sont pas épargnés. L'accès aux vacances des étudiants devient de plus en plus difficile alors même que les vacances sont un marqueur social fort, qui rejaillit sur la perception qu'on a de son statut et de son parcours. Ce phénomène s'accroît avec la baisse globale du pouvoir d'achat des jeunes et l'augmentation des coûts liés au transport ou à certaines activités notamment les sports d'hiver (forfait, encadrement, location du matériel...).

Des partenaires qui mutualisent leurs efforts pour accompagner les jeunes ayant le moins d'opportunités

Les partenaires initiateurs de ce projet sont convaincus – outre le « droit aux vacances pour tous » inscrit dans la Loi de 2005 – que la participation à un séjour collectif sportif représente un facteur et un temps de construction personnelle, d'épanouissement, de mixité sociale, de santé et de bien être.

- L'UCPA, association loi 1901 poursuit son projet : permettre au plus grand nombre de jeunes, débutants ou confirmés, d'accéder à la pratique d'activités sportives dans les meilleures conditions et à une expérience profondément humaine, marquée par la progression de tous, l'entraide et l'ouverture à tous les groupes sociaux (1 jeune sur 2 qui part en séjours sportifs bénéficie d'une aide à caractère social).
- Le Centre national des œuvres universitaires et scolaires – Cnous, a pour vocation de favoriser l'amélioration des conditions de vie et de travail des étudiants. Pour accomplir sa mission, le Cnous bénéficie d'un positionnement original de tête d'un réseau constitué de 28 centres régionaux (Crous), 16 centres locaux (Clous) et plus de 40 antennes qui offrent aux étudiants, sur le terrain, des services de proximité.

La mutualisation de différents partenaires ont permis la mise en place du projet.

Les objectifs

- Initier de nouvelles réponses et expérimenter de nouveaux partenariats pour développer le départ en vacances des jeunes dans un contexte de crise sociale et économique.
- Développer l'accès aux séjours sportifs de vacances des étudiants, en priorité les plus modestes, par la mise en place d'un partenariat pilote avec le Cnous en lien avec les Crous.
- Proposer un contenu éducatif et pédagogique qui réponde aux besoins et aux attentes des étudiants en situation économique difficile.
- Rompre l'isolement des étudiants en situation de précarité.
- S'appuyer sur les nouveaux systèmes d'information et de communication et notamment les réseaux sociaux pour communiquer en direction des jeunes et les mobiliser.
- Identifier une nouvelle économie de projet pour mobiliser des moyens financiers au service des populations les plus modestes : « une nouvelle mutualisation de moyens par la construction de nouveaux partenariats ».

Contenu des dernières éditions : hiver 2015, printemps et été 2016

- 2 éditions Hiver : Noël 2015 et printemps 2016 ont permis à 750 jeunes de profiter d'un séjour 4 jours / 3 nuits dans un centre UCPA pour pratiquer le surf et le ski, encadré par des moniteurs, dans des domaines d'exception : Argentière, les 2 Alpes, la Plagne, les Arcs, Serre Chevalier ou Val d'Isère. Les jeunes étudiants boursiers vivent leurs séjours en même temps que d'autres stagiaires UCPA qui ont payé le tarif normal.
- Dans le prolongement du succès rencontré par l'opération, une expérimentation a été lancée avec une offre été 2016 sans transport : 80 jeunes ont participé à des séjours à Lacanau et Sanary sur Mer pour pratiquer le surf, le paddle, le windsurf, la plongée Deux formats ont été proposés : 4 jours pour 185 € ou 1 semaine pour 315 €

Comment a-t-elle été déployée ?

Après une première expérimentation réussie conduite avec le Crous de Paris en 2012, l'UCPA et le Crous se sont rapprochés pour donner progressivement une envergure nationale au dispositif en lien avec les CROUS. Ces derniers se sont impliqués dans l'élaboration de l'offre, la diffusion de l'information en direction des étudiants et le déroulement des séjours (participation à la création des supports de communication, gestion des inscriptions, des règlements, mobilisation de « tuteurs » pour assurer le suivi pendant les séjours...).

Comment a-t-elle été communiquée auprès des consommateurs ?

Création de supports de communication affiches et flyers relayés par les Crous partenaires, création d'un site internet dédié à l'opération, envoi d'un emailing aux étudiants boursiers, communication sur les réseaux sociaux (via les Crous + création d'un Facebook pour le dispositif)

En quoi est-elle innovante ?

Le dispositif est innovant à plusieurs niveaux. Il favorise l'accessibilité financière des séjours aux étudiants boursiers tout en renforçant une mixité sociale vecteur de vivre-ensemble et en permettant de faire connaître l'UCPA aux jeunes qui constituent une cible prioritaire pour la marque.

La démarche de projet et de co-construction avec les différents partenaires favorise une communication efficace en direction des jeunes étudiants. Le modèle économique du dispositif est également innovant, reposant à la fois sur le soutien de partenaires comme l'Agence Nationale des Chèques Vacances ou encore le Ministère en charge des sports mais aussi sur les tarifs à prix coûtant consentis par l'UCPA sans dégradation de la qualité de l'encadrement sportif et de l'expérience client.

Une étude menée auprès des participants montre un excellent niveau de satisfaction des étudiants :

- **97 % de satisfaction**, 98 % d'intention de retours
- **77 %** d'entre eux ont tissé des **liens durables** avec d'autres étudiants au cours du séjour
- **36 % sont partis pour la première fois aux sports d'hiver** grâce au dispositif
- **38 % étaient débutants en ski ou snowboard à l'arrivée**

Source : enquête décembre 2015 auprès de tous les participants au projet - 229 répondants.

Pour la première fois depuis la création du dispositif, un jeune en situation de handicap du CROUS de Paris a participé au séjour organisé à Serre Chevalier. Les adaptations nécessaires ont été mises en place aussi bien pour l'accessibilité sur le centre que pour la pratique de son activité sportive.

Quelles ont été les difficultés et comment les avez-vous levées ?

Les difficultés ou plutôt les limites du dispositif concernent le financement des transports en car au départ des campus universitaires et les contraintes budgétaires des partenaires associés.

Des difficultés d'organisation ont également été rencontrées du fait de la multiplicité d'acteurs (plusieurs Crous participant par édition). Pour être plus efficace et permettre à davantage d'étudiants boursiers de participer au dispositif, les process organisationnels ont évolué au fil des éditions : développement des outils de partage, formulaire de pré-inscription en ligne, communication générique etc.

Quels sont les prochaines étapes et prochains objectifs liés à cette initiative ?

- Septembre 2016, réalisation d'un bilan des éditions hiver et été 2016 avec le Cnous et redéfinition de l'offre hiver 2017 (identification des Crous partenaires, contenu des séjours, nombre de places disponibles, évolution du process pour faciliter l'inscription avec une solution de paiement en ligne).
- Courant octobre : création des supports de communication (site internet et kit pour les Crous affiches et flyers).
- Octobre – Novembre : lancement de la nouvelle campagne de communication pour le séjour de Noël avec la nouveauté d'une inscription et d'un paiement en ligne du séjour.
- A partir d'octobre 2016 : réflexion pour faire évoluer le modèle de financement et recherche de nouveaux partenaires.

Création de valeur

En quoi cette initiative a-t-elle été / est-elle créatrice de valeur :

- ***Pour la société (impact environnemental et social) ?***

Cette initiative permet aux jeunes de partir en vacances à moindre coût. Près de 1 850 jeunes concernés depuis le début de l'action en 2011.

- En 2015, 750 jeunes ont été concernés par l'opération soit 4,7% de l'effectif total des 12-25 ans
- En 2017 nous prévoyons d'atteindre 2 000 départs par an

- ***Pour l'entreprise ?***

Pour l'UCPA, cette action permet de démontrer de manière très concrète son engagement auprès des jeunes, sa mobilisation sur les questions de Solidarité et d'Egalité des chances. Il contribue au positionnement global du groupe UCPA, acteur de l'Economie sociale et solidaire et entreprise associative d'utilité sociale.

Quelles sont selon-vous les clefs de réussite d'un projet de marketing durable ?

Les clefs de la réussite d'un projet de marketing durable à fort impact social passent par une réelle volonté politique, une mobilisation des acteurs en cohérence avec le projet et l'identité de leur marque ou de leur organisation. Il s'agit également d'être en capacité de transformer son intention en action concrète selon une démarche de projet profondément collaborative, qui associe les partenaires, les bénéficiaires aussi et qui est à l'écoute de leurs besoins, contraintes et intègre une dimension « communication » dès le démarrage.

Pour en savoir plus

- Site un-bus-pour-un-campus / Le rapport d'activité 2015 de l'UCPA