



GUIDE

Concevoir et promouvoir les
colonies de vacances du
tourisme social et solidaire de
demain

Guide à destination des professionnels
d'Auvergne-Rhône-Alpes

Sommaire

01.

Contextualisation :
pourquoi ce guide ?

p.1

02.

Concevoir une
offre de colonies
de vacances
innovante,
répondant aux
attentes
contemporaines et
aux enjeux actuels
du secteur

p.2

03.

Promouvoir les
offres de séjours
grâce à une
communication et
un marketing
efficace, moderne
et adapté(e)

p.9



01. Contextualisation :

Pourquoi ce guide ?

Ce guide est le résultat d'une étude menée auprès du grand public de la région Auvergne-Rhône-Alpes (enfants et adultes) ainsi que de professionnels du secteur des colonies de vacances et du tourisme social et solidaire, visant à établir un diagnostic sur la représentation et la notoriété des colonies de vacances et du TSS.

De celle-ci est ressorti plusieurs enseignements clés, qui fondent les préconisations proposées dans ce guide :

Du côté des publics (enfants et familles) :

- Un fort besoin d'immersion en nature et d'activités de plein air (montagne, activités outdoor, déconnexion)
- Un attrait marqué pour la vie collective, le vivre-ensemble et les expériences partagées entre enfants.
- Une image globalement positive mais parfois datée des colonies de vacances.
- Des freins persistants liés au coût des séjours et aux inquiétudes parentales (sécurité, encadrement).
- Une attente de modernité, notamment dans la manière dont les séjours sont présentés et expliqués au public.
- Une attente parentale pour des séjours à forte dimension écologique et environnementale.

Du côté des professionnels du secteur :

- La volonté de proposer des séjours éducatifs, sociaux et porteurs de sens, en cohérence avec les valeurs du TSS et l'éco sensibilisation.
- La nécessité de renforcer l'accessibilité financière pour toucher un public plus large.
- L'importance de valoriser davantage les apports éducatifs, sociaux et environnementaux des colonies.
- Un besoin de renouveler les formats de séjours et d'impliquer davantage les enfants dans leur construction.
- Un constat partagé sur la nécessité de repenser la communication, pour la rendre plus lisible, moderne et rassurante.

02.

L'offre innovante de colonies de vacances

Suite à cette étude et aux tendances qu'elle a permis d'identifier, nous avons dégagé trois axes destinés à structurer certains de vos séjours afin de construire une offre de colonies de vacances innovante et en phase avec les défis, attentes et enjeux actuels en Auvergne-Rhône-Alpes.

L'objectif est de proposer une offre adaptée à la demande actuelle, attractive et cohérente avec votre public. Ces axes constituent des pistes de travail, que vous pouvez adapter et vous approprier en fonction des spécificités des infrastructures, de ses ressources et de son environnement naturel et humain.



AXE 1

Outdoor & Nature
responsable : mettre la
nature au cœur des
séjours

AXE 2

Intégration de l'Éco-
sensibilisation de
manière ludique

AXE 3

Accessibilité et
cohérence avec le
tourisme social et
solidaire



Axe 1

Outdoor & Nature responsable : mettre la nature au cœur des séjours



L'extérieur

Les séjours recommandés sont des séjours majoritairement organisés en extérieur et qui s'appuient sur les atouts naturels de la région Auvergne-Rhône-Alpes (montagnes, forêts, lacs, parcs naturels), afin de faire de la nature un véritable espace de vie, d'expérimentation et d'aventure. Ce positionnement répond à un fort intérêt des enfants et des familles pour les environnements naturels et les activités de pleine nature, identifiés comme des leviers majeurs d'attractivité des colonies de vacances.

Les séjours sont pensés sous la forme de formats « 100 % outdoor », favorisant la déconnexion des écrans, le mouvement et l'expérience collective à travers des activités accessibles et adaptables à chaque territoire.

Des petits groupes

L'organisation des séjours en groupes à taille humaine, composés d'environ 8 à 12 enfants, constitue un principe clé. Elle permet de renforcer la cohésion, la solidarité et la qualité du vivre-ensemble, tout en favorisant l'autonomie, la confiance en soi et le développement des compétences sociales, dans un cadre sécurisant et rassurant pour les familles.

L'enfant acteur de son séjour

Les enfants doivent être pleinement acteurs de leur séjour, notamment grâce à des temps de choix collectifs organisés dès le début du séjour, durant lesquels ils participent à la sélection des activités et à l'organisation de leur programme.

En redonnant aux enfants une place centrale dans la construction du séjour, cette offre contribue à moderniser l'image des colonies de vacances, à renforcer leur attractivité auprès des jeunes publics et à réaffirmer leur inscription dans une démarche éducative et solidaire, fidèle aux valeurs du tourisme social et solidaire.



Exemple 1 - Séjour « Aventuriers des montagnes d'Auvergne-Rhône-Alpes »

Ce séjour, organisé en milieu montagnard, propose une immersion complète en pleine nature à destination d'enfants de 8 à 12 ans, en petits groupes de 10 enfants. Les activités sont majoritairement organisées en extérieur : randonnées ludiques et scénarisées, jeux d'orientation, construction de cabanes et bivouac encadré d'une nuit. Dès le premier jour, les enfants participent à un temps de concertation collective leur permettant de choisir les activités prioritaires du séjour.

Ce fonctionnement répond aux résultats de l'enquête montrant que la montagne constitue la destination la plus attractive pour plus de la moitié des enfants interrogés, tout en favorisant l'autonomie, la coopération et le vivre-ensemble, identifiés par les adultes et les professionnels comme des apports majeurs des colonies de vacances.

Exemple 2 - Séjour « Déconnexion nature et vie collective »

Conçu pour des adolescents de 13 à 15 ans, ce séjour vise à répondre aux enjeux de sédentarité et de surconsommation des écrans. L'usage du numérique y est volontairement limité et encadré, sans interdiction stricte, afin de favoriser l'adhésion des jeunes. Les journées alternent activités sportives de pleine nature (course d'orientation, randonnée, jeux collectifs en forêt), temps de vie collective et veillées participatives. Les adolescents sont impliqués dans l'organisation du quotidien et dans le choix des activités, renforçant ainsi leur sentiment de responsabilité et leur engagement.



Axe 2

Intégration de l'Éco-sensibilisation de manière ludique



La sensibilisation à l'environnement constitue un enjeu central des colonies de vacances de demain, mais elle doit être repensée pour être réellement attractive et engageante pour les enfants. L'étude montre une forte attente des familles et des professionnels en matière d'éducation écologique, à condition qu'elle ne prenne pas la forme de temps pédagogiques théoriques ou moralisateurs.

L'éco sensibilisation par le jeu

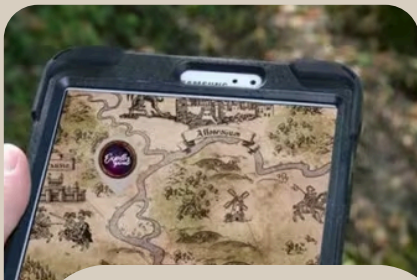
Les enjeux environnementaux doivent ainsi être intégrés de manière transversale au séjour, à travers des expériences concrètes, ludiques et participatives, directement ancrées dans les espaces naturels d'Auvergne-Rhône-Alpes. L'éducation à l'environnement passe par le jeu, l'expérimentation, l'observation et l'action, afin de favoriser l'appropriation et l'adhésion des enfants.

L'aspect local

Les séjours ont vocation à valoriser les spécificités écologiques du territoire (faune, flore, paysages, parcs naturels) et à renforcer le lien affectif des enfants avec leur environnement proche. Les colonies de vacances deviennent ainsi de véritables espaces d'apprentissage expérientiel et de sensibilisation aux transitions écologiques et sociales.

Qualité alimentaire

Enfin, cette démarche s'accompagne d'une attention portée à la qualité de l'alimentation proposée, en privilégiant des produits locaux et biologiques. Cette orientation participe à la fois au bien-être des enfants, à la découverte des productions locales et à une éducation globale à des pratiques plus responsables, en cohérence avec les valeurs du tourisme social et solidaire.



Exemple 1 - Escape game écologique « Sauver le massif »

Organisé en forêt ou en zone de moyenne montagne, cet escape game en extérieur mobilise des groupes de 8 à 10 enfants autour d'un scénario centré sur la préservation d'un écosystème local. Les enfants doivent identifier des espèces végétales, comprendre les chaînes alimentaires et repérer les impacts des activités humaines pour résoudre les énigmes. Cette activité répond à l'attrait exprimé par les enfants pour les grands espaces naturels et permet d'aborder les enjeux environnementaux sans discours moralisateur, par l'action et la coopération.

Exemple 2 - Partenariat avec une association locale pour une cuisine bio

Développer un partenariat avec une association locale spécialisée dans l'alimentation biologique et durable, afin de proposer une offre de restauration plus saine et en cohérence avec les valeurs éducatives portées par les colonies. Ce partenariat se traduirait par des menus composés à partir de produits bio et locaux, fournis via des réseaux de producteurs impliqués dans l'agriculture durable. Cela pourrait également donner lieu à actions de sensibilisation ou ateliers autour de l'alimentation, en lien avec les missions éducatives du séjour. Une telle collaboration renforcerait non seulement la qualité nutritionnelle des repas servis aux enfants, mais aussi l'ancrage territorial des colonies, en valorisant les savoir-faire agricoles de la région Auvergne-Rhône-Alpes et en sensibilisant les jeunes aux enjeux d'une alimentation durable.



Axe 3

Accessibilité et cohérence avec le tourisme social et solidaire



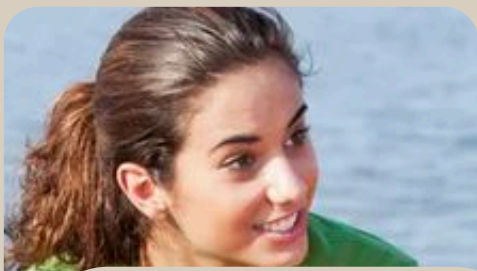
L'accessibilité financière constitue un enjeu central dans la conception des colonies de vacances, le coût étant identifié par les familles et les professionnels comme le principal frein au départ. Ce frein touche particulièrement les familles des classes moyennes, souvent exclues des dispositifs d'aide existants tout en disposant de marges financières limitées. Le non-recours aux colonies ne traduit donc pas un désintérêt des enfants, mais des contraintes structurelles liées au prix des séjours.

Mobiliser ses ressources

Dans ce contexte, le développement d'une offre fondée sur des activités de pleine nature, s'appuyant sur les ressources locales et les compétences internes des équipes d'animation, apparaît comme un levier stratégique pour maîtriser les coûts. La limitation du recours à des prestataires extérieurs, à des infrastructures spécialisées ou à des équipements onéreux permet de proposer des séjours financièrement plus accessibles, tout en maintenant une forte valeur éducative et collective.

Facilité l'accès aux aides

Cette orientation favorise également l'élargissement du public accueilli, en facilitant l'accès aux dispositifs d'aide et en renforçant la mixité sociale au sein des séjours. Elle s'inscrit pleinement dans les valeurs du tourisme social et solidaire, en réaffirmant l'accès aux vacances comme un droit, et en positionnant les colonies de vacances comme des espaces d'émancipation, de socialisation et de cohésion sociale.



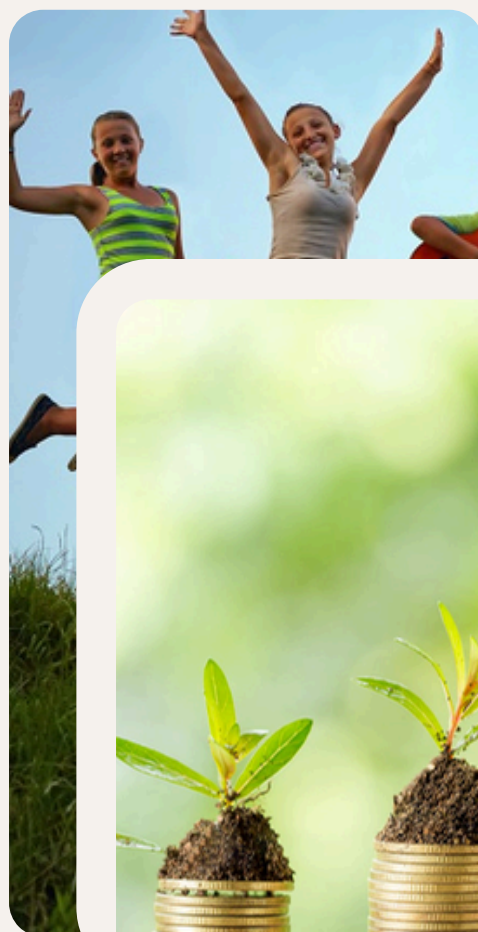
Exemple 1 : Mobilisation des compétences internes des animateurs

Les équipes d'animation conçoivent et animent elles-mêmes les ateliers (jeux collectifs, activités créatives, observation de la nature) plutôt que de faire appel à des prestataires extérieurs onéreux.

Cela permet de maintenir la qualité pédagogique tout en limitant les frais liés aux intervenants spécialisés.

Exemple 2 : Facilitation de l'accès aux aides et bourses

La structure met en place un accompagnement pour aider les familles à compléter les dossiers de subvention ou à bénéficier des aides locales (CAF, municipalités, associations). Grâce à cette démarche, des familles de classes moyennes ou populaires, souvent exclues des dispositifs classiques, peuvent enfin inscrire leurs enfants à un séjour de vacances.



03.



Stratégie de communication et marketing :

Pourquoi repenser la communication de vos séjours ?

L'étude menée auprès des publics et des professionnels du secteur a mis en évidence plusieurs fragilités dans la communication actuelle des colonies de vacances du tourisme social et solidaire. Ces difficultés constituent aujourd'hui un frein à l'attractivité des séjours, malgré la qualité des projets éducatifs portés par les centres.

Les principaux constats sont les suivants :

- Des craintes persistantes chez les parents (sécurité, encadrement, conditions d'accueil), insuffisamment prises en compte dans les supports de communication.
- Une communication perçue comme vieillissante ou peu lisible, notamment sur les supports numériques.
- Une mise en avant majoritairement centrée sur les activités, sans toujours expliciter leurs apports éducatifs, sociaux et environnementaux.
- Une faible valorisation des valeurs du tourisme social et solidaire, pourtant au cœur des projets portés par les structures.

Face à ces constats, ce guide intègre une partie spécifiquement dédiée à la communication des séjours de colonies de vacances. Elle a pour objectif de vous accompagner dans la construction d'une communication claire, moderne, rassurante et cohérente avec vos valeurs.

Cette partie propose des axes de communication opérationnels, conçus comme des repères adaptables à chaque structure, afin de vous aider à répondre aux 3 grands objectifs concernant la communication des séjours de colonies de vacances, à savoir :

- 1 Rassurer les parents et renforcer la confiance**
- 2 Moderniser l'image de vos colonies de vacances**
- 3 Mieux valoriser les apports éducatifs, sociaux et environnementaux de vos séjours**

Ces axes proposés constituent un cadre souple, à vous approprier et à adapter en fonction de votre public, de vos supports et de votre identité, afin de mettre en place une communication en phase avec les attentes actuelles des familles et des partenaires.

La stratégie s'articule autour de trois axes complémentaires :

AXE 1

Rassurer et humaniser

Cet axe contribue à humaniser la structure et à valoriser l'humain derrière le projet.

AXE 2

Engager et moderniser

Cet axe contribue à moderniser l'image des colonies de vacances en renforçant l'engagement et le sentiment d'appartenance des enfants et des familles grâce à des formats numériques actuels et participatifs.

AXE 3

Donner du sens

Cet axe contribue à renforcer la compréhension, la crédibilité et la perception positive des colonies de vacances en valorisant leurs apports éducatifs, sociaux et environnementaux, et en les positionnant comme des séjours porteurs de sens, adaptés aux enjeux contemporains.



La stratégie vise plusieurs publics clés :

Les parents

principaux décideurs pour l'inscription de leurs enfants, sensibles à la sécurité, à l'encadrement, aux valeurs éducatives des séjours.

Les enfants

interlocuteurs indirects mais influents, notamment via les formats numériques et interactifs qui valorisent leur expérience.

Les familles élargies et anciens participants

pour renforcer la notoriété du centre, créer du bouche-à-oreille positif et développer le sentiment de communauté.

Axe 1

Rassurer et humaniser : sécurité, visages et proximité



Objectif

Installer un climat de confiance durable en montrant à la fois :

un cadre sécurisé et organisé

des adultes présents, bienveillants et engagés

Les familles doivent savoir où va leur enfant, comment il est encadré et par qui.

I. Montrer un cadre rassurant et transparent

Les images sont à privilégier (photos ET vidéos)

- Contenus récents, authentiques.
- Enfants en activité, toujours encadrés par des animateurs visibles.
- Moments du quotidien illustrant la vie réelle du centre.



Lieux de vie à rendre visibles

- Chambres
- Espaces communs
- Temps de repas
- Espaces extérieurs

Pourquoi les vidéos sont utiles

Les vidéos courtes (10 à 60 secondes) permettent :

- montrer l'ambiance réelle,
- visualiser la présence des adultes,
- rassurer sur l'organisation et la sécurité,
- aider les parents à se projeter dans le quotidien de leur enfant.



2. Mettre des visages sur la colonie & rendre l'encadrement visible

Objectif :

Rassurer les familles en montrant qui encadre leur enfant, comment l'équipe est composée et pourquoi elle est compétente.

Pour chaque membre de l'équipe, rendre visibles :

- Photo récente et naturelle
- Prénom
- Rôle sur le séjour (animateur, directeur, adjoint, référent santé, etc.)
- Formation et expérience (BAFA,, années d'expérience, spécialités)
- Petite phrase personnelle (motivation, passion, anecdote, ce qu'il/elle aime transmettre aux enfants)

Autre point important :

- Mentionner le taux animateurs/enfants, en soulignant qu'il permet d'assurer la sécurité, la disponibilité de l'équipe et le suivi individualisé des enfants.

Cela permet aux parents de mettre un visage et une personnalité sur les adultes à qui ils confient leur enfant.





« Mon enfant est revenu ravi de sa colonie de vacances. Il a adoré les activités, s'est fait de nouveaux amis et a gagné en autonomie. L'équipe d'animation était bienveillante et à l'écoute. Une très belle expérience que nous renouvelerons sans hésiter. »

Donner la parole aux enfants (avec autorisation)

- Partager leurs ressentis, découvertes et moments forts du séjour.
- Mettre en avant leur vécu, leurs émotions et leurs réussites.

La parole des enfants rend la communication vivante et crédible, car elle montre le séjour tel qu'il est réellement vécu.

Diffuser des témoignages de parents

- Valoriser les retours d'expérience après le séjour.
- Mettre en avant ce qui a rassuré, marqué et ce que l'enfant a retiré de l'expérience.

3. Donner la parole aux personnes concernées

Objectif :

Renforcer la confiance en donnant à voir et à entendre des expériences réelles, vécues par celles et ceux qui font la colonie au quotidien.

Valoriser la parole des animateurs

- Chaque animateur peut être présenté via une courte vidéo plutôt qu'un simple texte.
- Dans cette vidéo, il peut partager :
 - son rôle dans le séjour,
 - son engagement et sa motivation,
 - sa vision de la vie du centre et ce qu'il souhaite transmettre aux enfants.

L'objectif est de montrer l'implication et la personnalité de chaque animateur, au-delà de son rôle et de son expérience déjà présentés dans le texte, et de créer un contact plus vivant et authentique avec les familles.



4. Outils utiles

➤ Page « L'équipe » sur le site

➤ FAQ parents

➤ Newsletters et messages réguliers

➤ Réseaux sociaux (photos + vidéos) : montrer la vie quotidienne, les animateurs et les enfants, avec contexte et légendes claires.



Axe 2

Engager et moderniser : interaction, communauté et pratiques de communication contemporaines



Objectif

Cet axe vise à moderniser l'image des colonies de vacances en utilisant des formats et des outils de communication actuels, interactifs et proches des usages d'aujourd'hui, afin de valoriser une colonie vivante, accessible et en lien avec son époque.

1. Investir les plateformes de communication actuelles

Être présent sur les réseaux sociaux utilisés aujourd'hui permet de sortir d'une communication perçue comme institutionnelle et de toucher les familles là où elles sont déjà.

Utiliser Instagram à travers :

- stories régulières,
- reels,
- contenus courts et visuels.

Développer une **présence sur TikTok**, avec des vidéos simples, spontanées et dynamiques, montrant la vie réelle du centre.

Adapter les formats au mobile : vidéos courtes, rythme rapide, messages clairs.

Cela permet de montrer une colonie moderne, vivante et connectée aux usages actuels.



2. S'appuyer sur les trends et les formats populaires

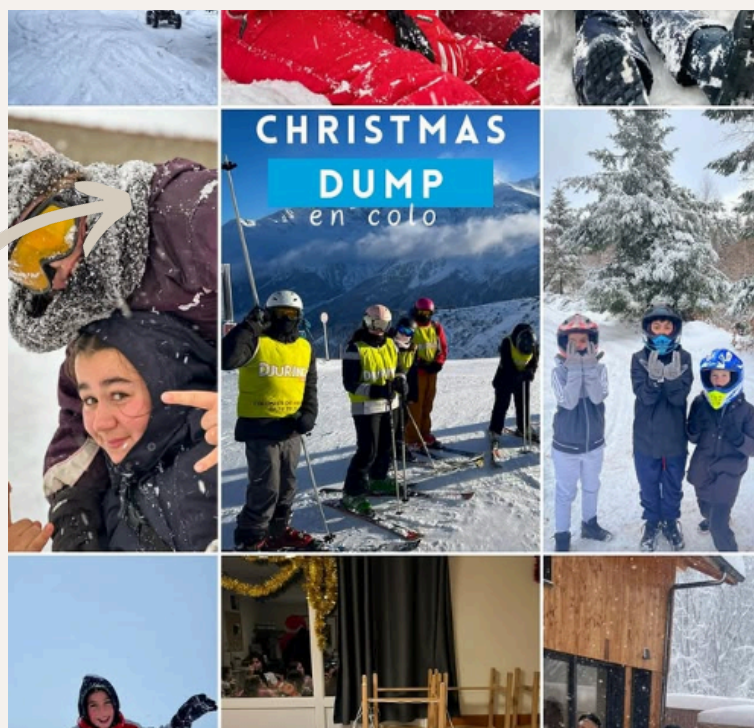
Les tendances des réseaux sociaux constituent des codes culturels partagés. Les utiliser de manière adaptée permet de capter l'attention tout en restant fidèle au projet éducatif.

Prendre certaines trends (sons, formats, mises en scène) en les adaptant au contexte du centre.

Proposer des formats accessibles et identifiables :

- o "POV : ton premier jour en colonie".
- o "On t'emmène avec nous"
- o Caméra embarquée, effet immersion.
- o "Expectation vs Reality"
- o Ce que j'imaginai avant la colo / Ce que j'ai vécu

L'objectif est de valoriser l'image des colonies comme étant dynamiques, à jour et en phase avec son époque.





4. Mettre en place des sondages simples

Proposer des formats participatifs pour impliquer les familles :

Questions courtes sur :

- les attentes,
- les inquiétudes,
- les préférences d'activités.

Utiliser des outils simples :

- formulaires en ligne,
- stories Instagram,
- Google Forms.

Expliquer comment les retours sont pris en compte.

Exemple :

« Quelle activité votre enfant aimerait le plus pour la veillée ? »

3. Montrer les coulisses et la réalité du quotidien

La communication moderne valorise la transparence et l'authenticité en montrant l'envers du décor.

Partager des contenus sur :

- la préparation des activités,
- les réunions d'équipe,
- l'installation des espaces,
- les moments informels du quotidien.

Mettre en avant ce qui ne se voit pas habituellement mais qui structure la vie du centre.

Montrer les coulisses permet de renforcer la confiance, d'humaniser la structure et de casser une image trop lisse ou institutionnelle.



5. Organiser des challenges ou concours

Créer des temps d'engagement ludiques et créatifs :

- Dessin ou bricolage,
- Slogan ou mot d'ordre du séjour,
- Photo ou mini-vidéo.

Définir un cadre clair (durée, consignes, âge) et valoriser toutes les participations.

Exemple :

« Envoyez-nous votre plus beau dessin sur le thème de la nature : il sera affiché dans le centre et partagé sur nos réseaux. »



6. Créer un hashtag officiel

Mettre en place un hashtag par séjour ou par année afin de :

- regrouper les publications,
- créer un sentiment de communauté,
- suivre et valoriser les contributions des familles et des enfants.

Encourager son utilisation pour partager les moments de préparation ou les créations.

Axe 3

Donner du sens : valeurs,
projet éducatif & apports
sociaux et
environnementaux

VALEURS

Objectif

Permettre aux familles de comprendre ce que la colonie transmet au-delà du simple programme d'activités.

Les parents ne choisissent pas uniquement des animations : ils choisissent un cadre éducatif, social et humain, en cohérence avec les enjeux actuels.

1. Définir des valeurs claires, éducatives et actuelles

Identifier 3 à 5 valeurs maximum, en veillant à ce qu'elles couvrent :

- des enjeux éducatifs (autonomie, responsabilité),
- des enjeux sociaux (vivre-ensemble, respect, solidarité),
- des enjeux environnementaux (lien à la nature, sobriété, respect de l'environnement).

Exemples de valeurs :

- Autonomie
- Vivre-ensemble
- Bienveillance et respect
- Responsabilité
- Lien avec la nature / conscience environnementale

Les valeurs choisies doivent être simples,
compréhensibles par tous, et surtout réellement vécues
sur le centre.



2. Associer chaque valeur à des situations réelles vécues par les enfants

Une valeur n'a de sens que si elle est incarnée dans le quotidien.

Les familles veulent savoir ce que leur enfant va vivre concrètement, pas lire un discours éducatif abstrait.

Règle clé

1 valeur = des situations concrètes du quotidien

Exemple - Valeur éducative : Autonomie

Situations vécues par les enfants :

- Choisir leurs activités parmi plusieurs propositions.
- Organiser leurs affaires et leur espace de vie.
- Gérer leur temps libre avec l'accompagnement des animateurs.

Formulation communicable :

« À la colo, l'autonomie se construit quand les enfants choisissent leurs activités et apprennent à organiser leur quotidien, accompagnés par les animateurs. »

Exemple - Valeur sociale : Vivre-ensemble

Situations vécues par les enfants :

- Vie en collectivité avec des enfants d'âges, d'origines et de parcours différents.
- Temps de discussion pour résoudre les conflits et apprendre à écouter l'autre.
- Jeux et projets collectifs favorisant la coopération plutôt que la compétition.

Formulation communicable :

« La colo est un lieu où les enfants apprennent à vivre ensemble, à coopérer, à respecter les différences et à trouver leur place dans le groupe. »

Exemple - Valeur environnementale : Lien avec la nature

Situations vécues par les enfants :

- Activités en extérieur et découverte de l'environnement local.
- Sensibilisation aux gestes du quotidien (tri des déchets, respect des espaces naturels).
- Observation, jeux et expériences en lien avec la nature.

Formulation communicable :

« À la colo, les enfants développent un lien concret avec la nature à travers des activités en plein air et des gestes simples qui les sensibilisent au respect de l'environnement. »

3. Répéter les valeurs et les apports sur tous les supports

Pour être crédibles, les valeurs et leurs apports doivent être **visibles et cohérentes partout** :

- Site internet
- Réseaux sociaux
- Brochures et plaquettes
- Emails et newsletters
- Échanges directs avec les familles

La répétition crée la compréhension, la cohérence et la confiance.

4. Comment utiliser les situations concrètes en communication

Sur le site internet :

- Rubrique « Nos valeurs » illustrée par des exemples éducatifs, sociaux et environnementaux concrets.

Dans les brochures et plaquettes :

- Une valeur = une situation réelle vécue par les enfants.

Dans les newsletters :

- Focus sur une valeur ou un apprentissage vécu pendant le séjour.

Sur les réseaux sociaux :

- Photo ou vidéo + situation vécue + valeur mise en avant.

Dans les échanges avec les parents :

- S'appuyer sur des exemples précis du quotidien pour expliquer les apports du séjour.





A vous de jouer !

Vous avez désormais en main des repères pour concevoir des séjours à la fois attractifs, éducatifs et accessibles, en lien avec les attentes des publics et les réalités du secteur. Nous espérons que ce guide saura vous inspirer dans l'élaboration de vos futurs projets.