



Atelier

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties
pédagogiques et récréatives

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



1. Présentation des résultats de l'étude menée par Attractions & Tourisme auprès des enseignants de la Fédération Wallonie-Bruxelles concernant les attentes et les besoins en termes de sorties pédagogiques ou récréatives
2. Qu'en est-il au niveau des séjours de type classes vertes et pédagogiques ?
3. Echanges de cas illustrés de communication par des opérateurs

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Présentation des résultats de l'étude auprès des enseignants de la Fédération Wallonie-Bruxelles concernant les attentes et les besoins en termes de sorties pédagogiques ou récréatives

**LES ATELIERS
DU TOURISME
2019**



Attractions & Tourisme
Michael MERCHERS

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Présentation des résultats de l'étude auprès des enseignants de la Fédération Wallonie-Bruxelles concernant les attentes et les besoins en termes de sorties pédagogiques ou récréatives •
[Attractions & Tourisme](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



PROFIL DES REpondANTS - 2016

(265 personnes faisant au moins 1 excursion par an)

- 1^{er} & 3^{ème} cycle majoritairement – 80% de femmes
- 30% du Hainaut, 22% de Liège, 17,5% de Bruxelles, 13% de Namur
- 38% de l'enseignement officiel subventionné communal, 32% du libre confessionnel et 21% de l'enseignement officiel subventionné par la Fédération Wallonie Bruxelles

INTERVENTION FINANCIERE DES PARENTS (207 personnes)

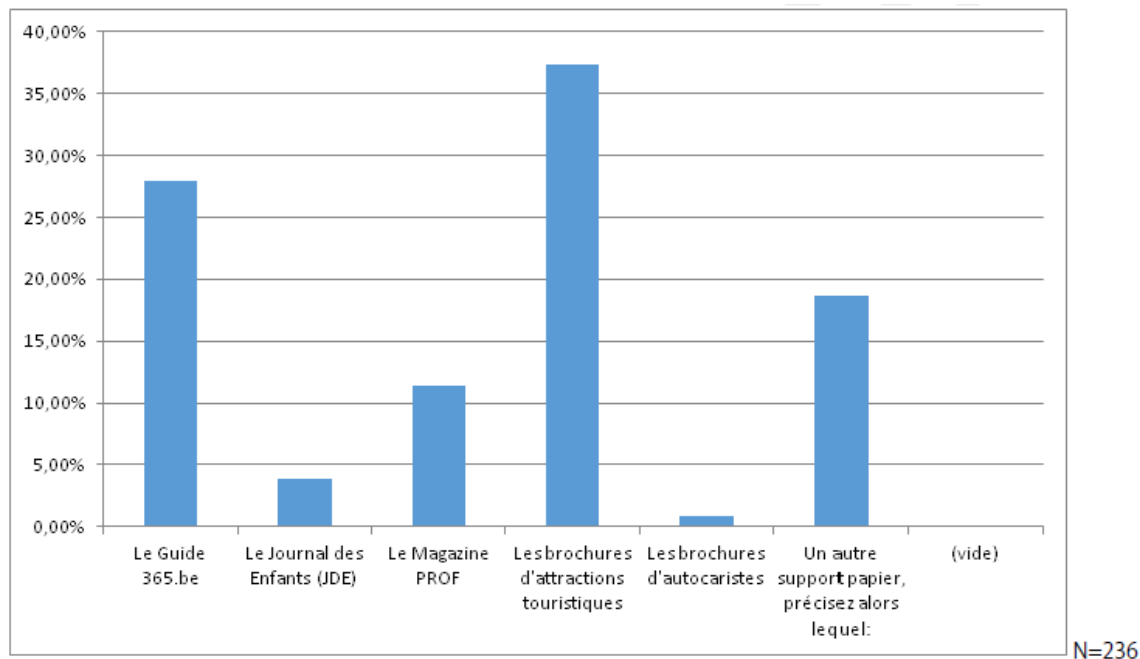
- 30% des enseignants demandent le prix de la journée
- 10% demandent la ½ du prix de la journée
- le reste varie de 5 € à plus mais cherchent à demander le moins possible

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



Présentation des résultats de l'étude auprès des enseignants de la Fédération Wallonie-Bruxelles concernant les attentes et les besoins en termes de sorties pédagogiques ou récréatives •
[Attractions & Tourisme](#)



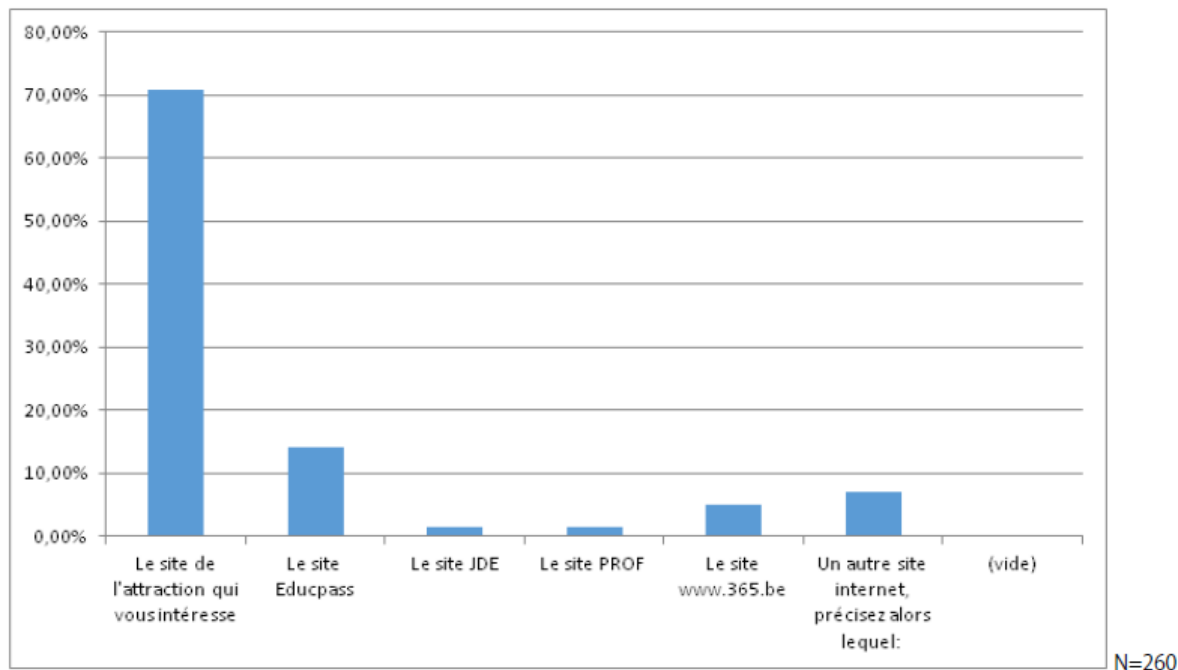
SOURCE D'INFORMATIONS POUR LES SORTIES (papier)

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



Présentation des résultats de l'étude auprès des enseignants de la Fédération Wallonie-Bruxelles concernant les attentes et les besoins en termes de sorties pédagogiques ou récréatives •
[Attractions & Tourisme](#)



SOURCE D'INFORMATIONS POUR LES SORTIES (web)

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



Présentation des résultats de l'étude auprès des enseignants de la Fédération Wallonie-Bruxelles concernant les attentes et les besoins en termes de sorties pédagogiques ou récréatives •
Attractions & Tourisme

SORTIES PEDAGOGIQUES

- moyenne des sorties est de 2 à 3/an
 - la décision pour cette sortie se fait majoritairement en septembre (40%) ou octobre (15%)
 - la réservation se fait au même moment majoritairement
 - les sorties pédagogiques se font en octobre/novembre puis mars/avril/mai
 - budget transport est de 0 à 5 € pour 40 % des répondants (offre de proximité) – 5 à 10 € pour 25 %
 - budget pour l'accès à l'attraction/musée : 40 % de 5 à 10 € et 32% de 10 à 15 €
 - budget pour le pique-nique & les achats/souvenirs : 0 à 5 € pour +/- 90% des répondants
- pour la 2^{ème} puis 3^{ème} sortie pédagogique... le budget diminue pour le transport & l'accès

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Présentation des résultats de l'étude auprès des enseignants de la Fédération Wallonie-Bruxelles concernant les attentes et les besoins en termes de sorties pédagogiques ou récréatives •
[Attractions & Tourisme](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



CE QUI COMPTE POUR UNE SORTIE PEDAGOGIQUE

- l'aspect pédagogique à 62% (fortement marqué pour le 3^{ème} cycle)
- viennent ensuite l'attractivité, le prix d'accès & le coût du transport
- l'accessibilité et la distance parcourue comptent moins

QUELS SONT LES BESOINS POUR LE FUTUR?

- forte demande pour recevoir des brochures avec les offres des attractions touristiques mais aussi des newsletters ou un site web
- informations précises/utiles adaptées, triées ou indiquées également suivant des tranches d'âge ou des thématiques et avec les animations proposées
- mise à disposition de dossiers pédagogiques permettant de préparer en amont la visite, de déterminer les compétences ciblées
- l'avis partagé d'autres enseignants sur la sortie, les conseils pour la visite est considérée comme relativement importante

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



Présentation des résultats de l'étude auprès des enseignants de la Fédération Wallonie-Bruxelles concernant les attentes et les besoins en termes de sorties pédagogiques ou récréatives •
Attractions & Tourisme

SORTIES LUDIQUES

- 60% des répondants en font 1/an • 20% en font 2/an majoritairement en 2^{ème} cycle
 - la décision pour cette sortie se fait majoritairement en mai/juin & septembre/octobre
 - la réservation se fait en mai/juin principalement pour le 1^{er} cycle, pour les autres, les réservations sont plus étalées sur l'année
 - une sortie ludique sur deux a lieu en juin • mai est la seconde période la plus sollicitée (22%)
 - budget transport est de 0 à 10 € pour 70 % des répondants
 - budget pour l'accès à l'attraction/musée : 1/3 de 5 à 10 € et 30% de 10 à 15 €
 - budget pour le pique-nique & les achats/souvenirs : 0 à 5 € pour 90% des répondants
- pour la 2^{ème} sortie ludique, le budget diminue pour le transport & l'accès

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Présentation des résultats de l'étude auprès des enseignants de la Fédération Wallonie-Bruxelles concernant les attentes et les besoins en termes de sorties pédagogiques ou récréatives •
Attractions & Tourisme

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



CE QUI COMPTE POUR UNE SORTIE LUDIQUE

- le coût du transport et le prix d'accès sont les facteurs déterminants pour le choix d'une sortie
- suivent l'aspect ludique & l'attractivité
 - l'accessibilité et la distance parcourue comptent moins

QUELS SONT LES BESOINS POUR LE FUTUR?

- forte demande pour recevoir des brochures avec les offres des attractions touristiques mais aussi des newsletters ou un site web
- informations précises/utiles adaptées, triées ou indiquées également suivant des tranches d'âge ou des thématiques
- l'avis partagé d'autres enseignants sur la sortie, les conseils pour la visite est considérée comme un plus

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Qu'en est-il au niveau des séjours de type classes vertes et pédagogiques ?

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



Les Auberges de Jeunesse
Caroline RAEDEMAEKER



Kaleo
Benoit CESAR

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



Qu'en est-il au niveau des séjours de type classes vertes et pédagogiques ? • [Les Auberges de Jeunesse & Kaleo](#)

CARTE D'IDENTITE

- [Kaleo](#) : 8 + 17 établissements • [LAJ](#) : 10 établissements
- nuitées [Kaleo](#) : 28.250 (14,40% du total) • [LAJ](#) : 26.444 (12,63% du total)
- 69% primaire (avec un peu de maternel) & 31 % secondaire chez [Kaleo](#) • 51% primaire (avec un peu de maternel) & 49% secondaire chez [LAJ](#)
- séjours avec activités : 61% des maternel/primaire et 52% des secondaires chez [Kaleo](#) (2,7 nuits avec activités et 3,26 sans activités) • 33% chez [LAJ](#) (2 nuits)

SPECIFICITE

- séjours « all-in »
- mise en avant des animations
- animateurs en interne
- qualité pédagogique & des infrastructures

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



Qu'en est-il au niveau des séjours de type classes vertes et pédagogiques ? • [Les Auberges de Jeunesse & Kaleo](#)



Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Qu'en est-il au niveau des séjours de type classes vertes et pédagogiques ? • [Les Auberges de Jeunesse & Kaleo](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



CIBLE DE COMMUNICATION

- diversité des cibles enseignant, direction, PO, commune,...

CANAUX DE COMMUNICATION

- brochures (10.000 ex. [Kaleo](#) • 6.000 ex. [LAJ](#))
- salons « enseignants » : Salon Education, CVO, workshops thématiques, Tour des Ecoles...
- amélioration du SEO sur www.lesaubergesdejeunesse.be & campagnes SEA lors de la parution de la brochure des séjours avec activités pour [LAJ](#)-
- collaboration avec OT et WBT sur la cible scolaire
- collaboration avec Carte Prof
- contacts directs, relances locales

PERIODE DE COMMUNICATION

- autour de Pâques + rappel en septembre/web en parallèle avec le papier

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Qu'en est-il au niveau des séjours de type classes vertes et pédagogiques ? • [Les Auberges de Jeunesse & Kaleo](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



TENDANCES OBSERVEES

- besoin d'équilibre durant le séjour entre pédagogique et « ludique » (cohésion de groupe, vivre ensemble, apprendre à se connaître dans un cadre différent...), l'attrait principal reste historique, culturel, scientifique puis se complète par le « ludique »
- construire sur du long terme
- lier à des objectifs pédagogiques/intentions pédagogiques/ dossiers pédagogiques
- programmes sur mesure, à la demande des enseignants
- saisonnalité
- penser « partenariats »
- nécessité d'adapter le langage au profil du groupe (âge, provenance...)
- travailler avec passion

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



Qu'en est-il au niveau des séjours de type classes vertes et pédagogiques ? • [Les Auberges de Jeunesse & Kaleo](#)

TENDANCES OBSERVEES

- place du séjour dans « l'écosystème » des attractions vs enjeu pour les attractions « distantes » des centres urbains
- question et impact du transport dans le choix de partir et dans la composition du séjour
- manque de transports en commun et autocars disponibles dans les zones rurales pour desservir les attractions locales
- problématique des « 10% » : objectif d'intégration mais conséquences d'exclusion ?
- nécessité de soutenir les séjours scolaires vs enjeux social de l'éducation à la mobilité
- recherche qualitative qui est valorisée (au niveau pédagogique)
- augmentation de l'activité
- augmentation de la complexité des demandes (en termes d'activités, de contraintes organisationnelles, de contingents, de contraintes alimentaires)

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs

**LES ATELIERS
DU TOURISME
2019**



PRÉHISTOMUSEUM

Préhistorium
Isaline RASKIN

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs • [Préhsitomuseum](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



CARTE D'IDENTITE

- 30.065 visiteurs scolaires annuels = 50% de la fréquentation
- 67% de Wallonie, 17% de Bruxelles et 15% de Flandre
- 64% primaire (3^{ème} à 6^{ème} primaire), 17% 1^{er} cycle secondaire, 3^{ème} maternelle à 2^{ème} primaire 12%, maternelles 5%
- 6h de durée moyenne de visite (87%)
- fort taux de revisite annuel
- attraction typée pédagogique

SPECIFICITE

- appui sur les produits pédagogiques axés sur les socles de compétences et les compétences terminales
- communication vers les écoles davantage orientée musée que parc d'aventures de la préhistoire

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs • [Préhistomuseum](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



CIBLE DE COMMUNICATION

- enseignant maternel, primaire et 1^{er} cycle secondaire
- échevins de l'enseignement, réseaux de l'enseignement & pouvoirs organisateurs
- futur enseignant

CANAUX DE COMMUNICATION

- brochure utilisée lors de salons spécialisés, remis sur place aux clients du site + envoi de la version PDF aux clients
- animation d'une page FB ciblée femmes 30-40 ans pour y trouver le potentiel de la cible (communication axée famille)
- newsletter

PERIODE DE COMMUNICATION

- début de l'année scolaire & début de l'année civile

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs • [Préhistomuseum](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



TENDANCES OBSERVEES

- aspect consumériste plus important qu'avant dans le chef de l'enseignant
- offre à caractère moins pédagogique & plus récréative de plus en plus concurrentielle
- nécessité d'un positionnement plus commercial et plus professionnel tant dans les outils pédagogiques que promotionnels
- quantité de demandes inégales selon les mois

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs

**LES ATELIERS
DU TOURISME
2019**



Musée royal de Mariemont
Aline PEREMANS

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs • [Musée royal de Mariemont](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



CARTE D'IDENTITE

- 11.650 visiteurs scolaires annuels = 40% de la fréquentation
- 89% de Wallonie & 11% Bruxelles
- 61 % secondaire (1^{er} cycle majoritairement) & 25% primaire
- 2h ou 4h de durée moyenne de visite
- très grand taux de revisite annuel
- attraction typée pédagogique

SPECIFICITE

- visites par civilisation ou (surtout) thématique transversale à différentes civilisations / environ 40 visites déclinables pour plusieurs publics
- appui sur les compétences à développer par l'enseignant (lien pédagogique)
- grande capacité d'accueil (100 élèves en même temps en fonction des thématiques)
- formations pour enseignants
- musée « hors les murs » (présentations dans les classes)

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs • [Musée royal de Mariemont](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



CIBLE DE COMMUNICATION

- enseignants/écoles déjà venues et à des écoles non-clientes
- les centres de classes vertes et d'activités extra-scolaires

CANAUX DE COMMUNICATION

- affiche qui combine visuel & informations pratiques (R/V)
- newsletters ciblées enseignants
- Facebook du musée pour annonce & expos
- visite/présentation (gratuite) pour les enseignants au début des expositions
- sites web spécialisés : info & pubs payantes (enseignement.be, carteprof.be, educpass.be, enseignons.be, infocomeduc.be,...)

PERIODE DE COMMUNICATION

- précédemment à la rentrée de septembre
- dorénavant en juin (pour se démarquer des concurrents) et en début d'exposition

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs • Musée royal de Mariemont

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



TENDANCES OBSERVEES

- ↗ scolaires pour les collections permanentes face aux expositions temporaires
- évolution de périodes de visite : les mois de septembre, décembre, janvier et juin étaient creux mais plus aujourd'hui
- attente plus importante des enseignants sur les aspects de visite : préparation maximale de la visite, fiches de visites ou documentations pédagogiques, propositions d'activités avant ou après la visite, partage de bibliographie, enquêtes de satisfaction... → processus d'amélioration dans le cadre de Wallonie Destination Qualité
- demande de visite à la carte sur une thématique, déclinée ensuite dans le programme annuel → souplesse/adaptabilité

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



Domaine des Grottes de Han
Albert JORIS

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs • [Domaine des Grottes de Han](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



CARTE D'IDENTITE

- 32.000 visiteurs scolaires annuels = 10 % de la fréquentation
- 82% de Belgique dont 60% de Wallonie, 17% de Bruxelles, 23% de Flandre, 9 % de France et 5% du Luxembourg
- écoles primaires et secondaires (jusqu'à la 2^{ème} année)
- fort taux de revisite annuel
- attraction typée pédagogique & récréative

SPECIFICITE

- attraction adaptée pour les sorties de l'année mais aussi pour les jours blancs
- politique de gratuité spécifique pour désengorger les périodes de forte affluence & anticiper les réservations

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs • [Domaine des Grottes de Han](#)

**LES ATELIERS
DU TOURISME
2019**



CIBLE DE COMMUNICATION

- enseignants

CANAUX DE COMMUNICATION

- brochure utilisée lors de salons spécialisés, mailing clients/prospects, brochure PDF en téléchargement
- journées portes ouvertes pendant les vacances de Pâques (visites offertes à la famille et le repas de l'enseignant)

PERIODE DE COMMUNICATION

- en deux phases, l'une en octobre et l'autre en février/mars

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs • [Domaine des Grottes de Han](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



TENDANCES OBSERVEES

- attrait toujours fort pour les journées portes ouvertes
- croissance des enseignants venant en visite via les cartes Prof & Klasse
- retour éventuel des B-Excursions suite au changement de tarification de la SNCB
- nécessité de renforcer les outils pédagogiques (visite,...)

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



Aventure Parc
Manoel VISART

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs • [Aventure Parc](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



CARTE D'IDENTITE

- 15.000 visiteurs scolaires annuels = 25 % de la fréquentation
- origine : Wallonie 45% • Bruxelles 40 % • Flandre 15%
- âge : 90% : 10-18 ans • 10% : 5-9 ans
- transport : bus 70 % • train (B-Excursions) 25 % • à pied/dépose 5%
- saisonnalité : juin 34 % • sept 26 % • mai : 20% • avril/octobre 10%
- attraction typée récréative & sportive

SPECIFICITE

- capacité du parc limitée par le nombre d'équipements disponibles
- l'élève est maître de son divertissement → sécurité individuelle avec encadrement qualifié
- uniquement les Parcours en Hauteur, pas les activités complémentaires
- catering réduit

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs • [Aventure Parc](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



CIBLE DE COMMUNICATION

- enseignants

CANAUX DE COMMUNICATION

- « bouche à oreille » positif → gage de fidélité
- enquête de satisfaction & photo souvenir après la visite
- pas de besoins de dossiers pédagogiques
- pourquoi inviter les profs ?

Cible scolaire : tendances et attentes pour les sorties pédagogiques et récréatives

Échanges de cas illustrés de communication par des opérateurs • [Aventure Parc](#)

LES ATELIERS
DU TOURISME
2019



TENDANCES OBSERVEES

- l'art de la réservation une confirmation écrite des droits et des devoirs de chacun
- le rôle des professeurs : des enseignants de plus en plus différents : de touristes à... de vrais coachs
- la formation de nos encadrants
- davantage de dates ouvertes pour mieux étaler les fréquentations
- l'impact du coût du transport sur le budget
- l'évolution du comportement des étudiants : l'indiscipline croissante des élèves, des élèves de moins en moins sportifs, des accrocs aux GSM