



Agence  
signe  
DES temps

PARIS  
BORDEAUX  
COPENHAGUE

# DISCOVERING EXPERIENTIAL TOURISM

Seminar on developing experiential offers  
in Côtes d'Armor in autumn-winter



UNION EUROPÉENNE

Fonds Européen de Développement Régional

Agence Signe des Temps  
December 2021



**Interreg**   
France ( Channel ) England  
EXPERIENCE  
Fonds européen de développement régional



1

**AIM**

**DEVELOP A REAL WINTER-  
AUTUMN TOURIST SEASON IN  
CÔTES D'ARMOR**

LET'S GET TALKING!

**What could motivate  
someone to come during this  
particular period?**

# CONTEXT FAVOURABLE TO INNOVATION

NEW MOTIVATIONS  
NEW PRACTICES

Environmental awareness, local tourism, search for meaning, new-found enthusiasm for France as a destination, appeal of more private destinations, new work/life balance.



# LOCAL CONSUMPTION MAKES A COMEBACK

## IMPACT OF THE HEALTH CRISIS

53%

of French people **preferred to stay local** during lockdown.

75%

try to buy local products whenever possible.

87%

aimed to **support the domestic economy in their consumer choices** in April 2020.



“J’aide les producteurs locaux”, an online platform connecting producers and distributors in the same region was set up during lockdown.

56%

of French people see the consumer as the **main lever of change in society**.

**The preference for sourcing food locally was also accelerated by COVID-19.**

French people like to consume locally; they see themselves as stakeholders: supporting local producers, favouring more environmentally friendly consumption, more transparent manufacturing processes and higher-quality produce.

Sources: Harris Interactive study - April 2020, Contributing and CSA Research Institute - May 2020, Association Centre-Ville en Mouvement, CSA Research Institute - October 2021

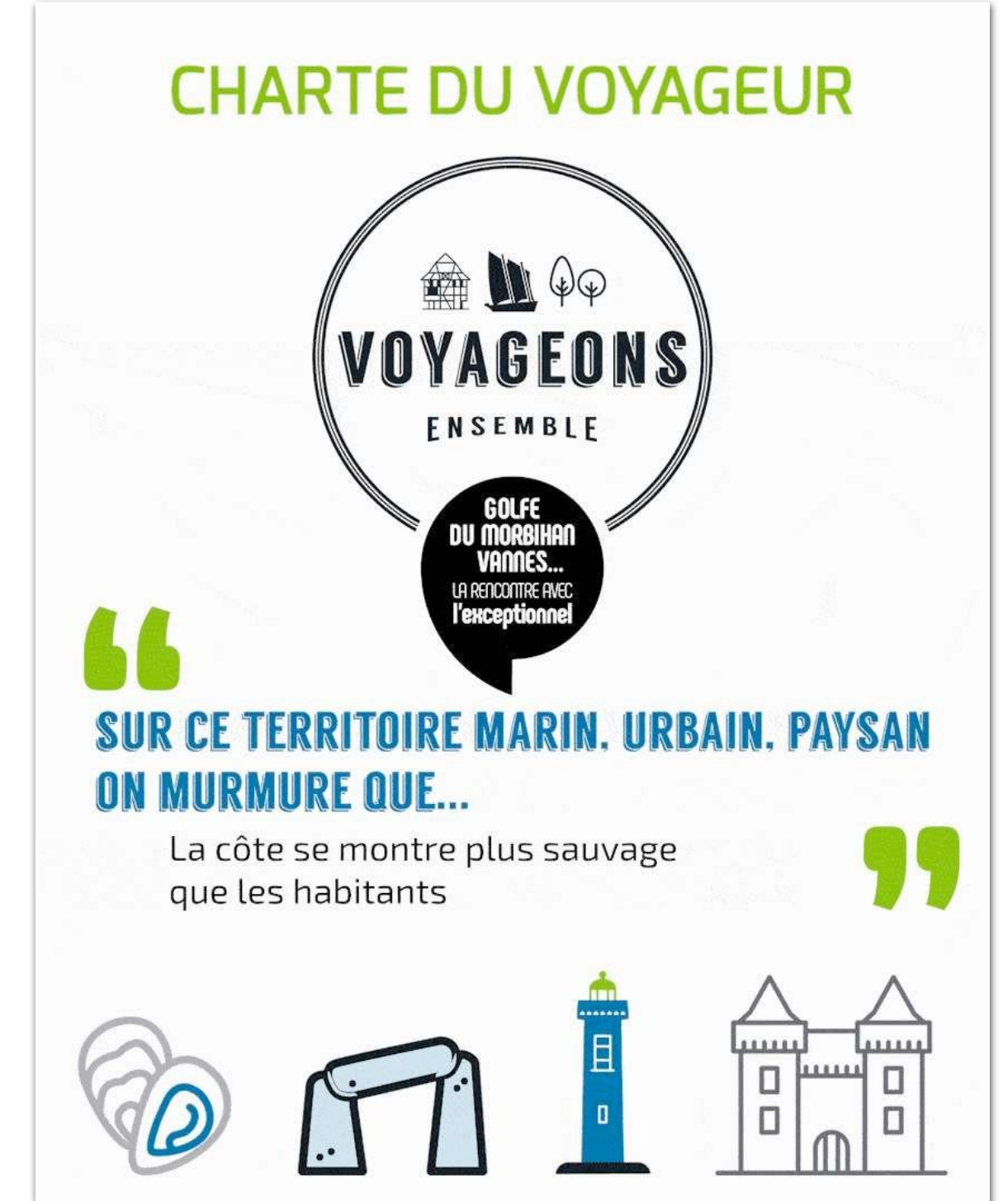




Visit Iceland



Auvergne Rhone-Alpes Tourism



Vannes & Gulf of Morbihan Tourist Information Centre





— — — — —

Work From  
home a Hotel

NOS SÉJOURS DE 14 NUITS MINIMUM POUR FAIRE RIMER TRAVAIL AVEC VACANCES



# Millennials

## Core target for experiential marketing

“MORE THAN 8 YOUNG PEOPLE IN  
10 PREFER TO SPEND MONEY ON  
EXPERIENCES THAN TO ACQUIRE  
STUFF”

(Eventbrite study - 2014)



Ages  
24–36



**25%**  
of the European population

They will make up 76% of  
company employees by  
2025.



Travelling

**5 TIMES A YEAR**

They are on the lookout for random discoveries.  
23% are backpackers, with planned adventures  
17% are explorers



# CONTEXT FAVOURABLE TO INNOVATION

## BRITTANY: MORE AND MORE PEOPLE WANT TO GO WEST

Second holiday destination for French people in 2020

**Most searched for destination on Google in 2021 - “holidays in Brittany”**

Very high appeal, particularly loyal customers

An opportunity to source repeat holidaymakers in winter/autumn: the experience is not the same, tourism is more intimate, tourist options to meet new demand for the contemporary tourist.



# INHERENT CHALLENGES

## MAKING A TRIP IN AUTUMN/WINTER A CONSIDERED OPTION IS A CHALLENGE IN ITSELF

Low season, fewer customers, bad weather and many regional amenities closed.  
Competition from well-established major destinations: mountains, sun destinations (Mediterranean, Asia, overseas)

Extremely competitive short-stay market and also the market with the highest growth across all destinations (up 5 points between 2017 and 2018)



**WITH THIS NEW CONTEXT  
CÔTES D'ARMOR DESTINATION:  
PIONEERING AMBITION**

# **DEVELOPING AUTUMN AND WINTER TOURISM**

**2 seasons ripe for development  
the “real” off-season from 20 September to 20 March  
Ideal terrain for further tourism development**



# 1

## LEVERAGING EXPERIENTIAL TOURISM TO PERSUADE



# GIVING PEOPLE MORE **ATTENTION** AND AN EXPERIENCE

## THE EXPERIENCE DEFINES THE DESTINATION

### **Amazing experiences**

shared, multisensory, innovative, human and sustainable

### **Optimising the customer experience**

be encouraging, make an impression, create preference and ensure a quality experience



# GIVING PEOPLE MORE **ATTENTION** AND AN EXPERIENCE

## THREE ASPECTS TO A SUCCESSFUL EXPERIENCE

### **The senses**

what we feel physically

### **The emotions**

what we feel psychologically

### **Understanding**

why we are there



# WINTER - AUTUMN TARGETS

## **Customers who already come in the off season**

Make them ambassadors for Brittany in autumn and winter

***Give them an outstanding customer experience***

## **Customers who don't come in the off season**

They might come because they already know Brittany

***Reach out and convince them that they will have outstanding experiences***



# COUNTY KENT



## 9 ways to Microgap in Kent

Want to escape but can't get the time off work or fork out for a long holiday? If yes, then say...



## Kent spa breaks to enjoy before you return to work

From sizzling saunas to much needed massages we've got some suggestions for your serene summer, so...



## Running in Kent

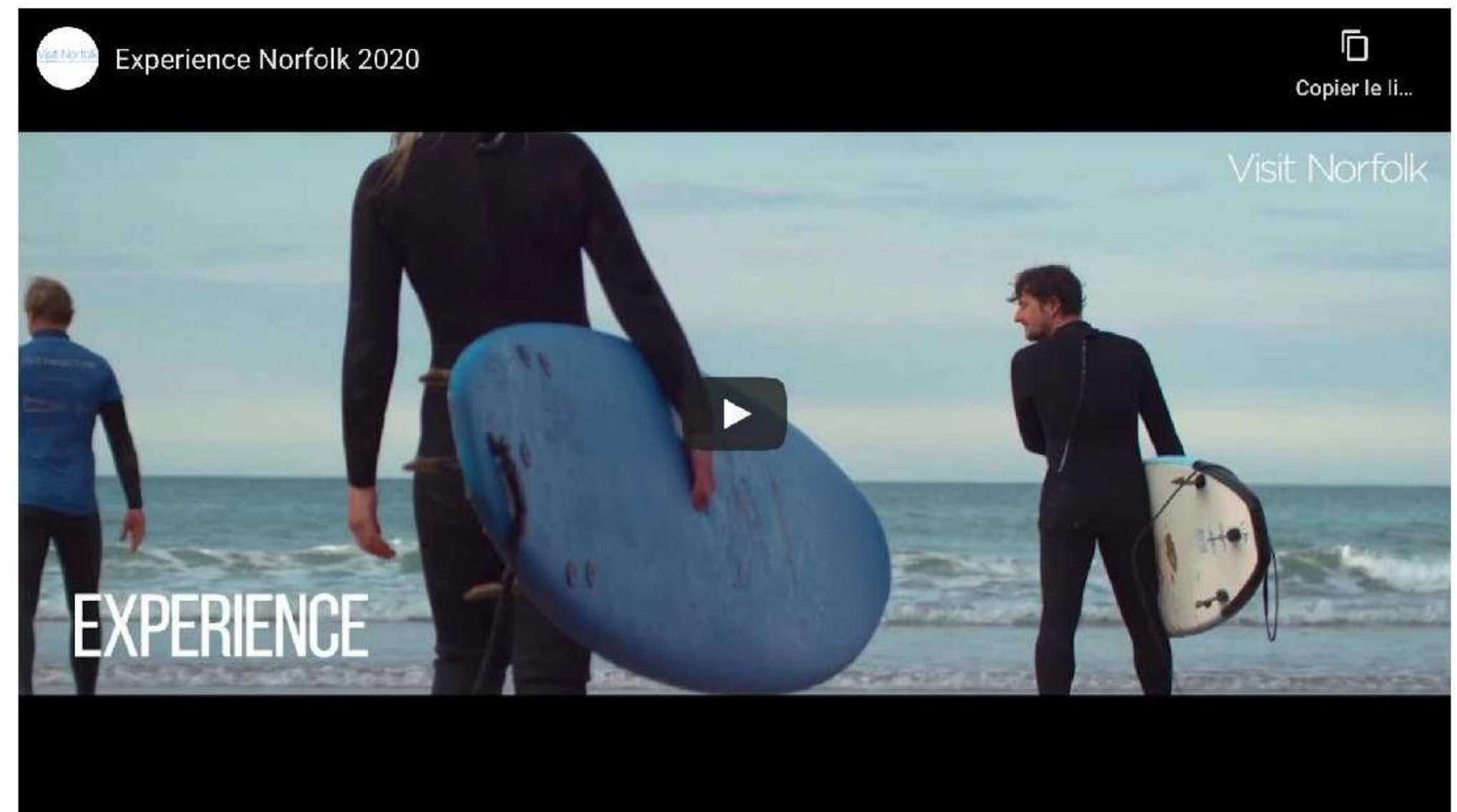
With so many pretty-as-a-picture coastal routes, countryside and cliff tops made for hill training;...



# COUNTY NORFOLK

IT'S TIME TO CREATE  
MOMENTS THAT MATTER

## EXPERIENCE NORFOLK – 20 INSPIRATIONAL IDEAS TO ENJOY IN 2020







TOP VENTES 🔥

## COPAIN DES BOIS

PARTIR AVEC CHILOWÉ

ACCOMPAGNÉ PAR ELÉONORE

### Week-end retour à l'état sauvage proche de Paris

PRIX 190€ DURÉE 2 jours NIVEAU Dynamique

18 DÉC. 2021  
8 PLACES



PARTIR AVEC CHILOWÉ

ACCOMPAGNÉ PAR RÉMI

### Premier bivouac hivernal sur les hauteurs du Jura

PRIX 250€ DURÉE 2 jours NIVEAU Dynamique

18 DÉC. 2021  
COMPLET

22 JAN. 2022  
6 PLACES

05 FÉV. 2022  
5 PLACES



nouvel an

## FIESTA DANS LE JURA

PARTIR AVEC CHILOWÉ

ACCOMPAGNÉ PAR RÉMI

### Nouvel an raquettes et yourte dans le Jura

PRIX 290 € DURÉE 2 jours NIVEAU Tranquille

31 DÉC. 2021  
COMPLET



**USING EXPERIENCES TO ACHIEVE OUR PIONEERING AMBITION**

# **CREATING NEW TRADITIONS IN AUTUMN AND WINTER**

**Range of experiences in autumn and winter**

get your targets' attention with showcase products

**Range of collective or individual services**

enhance the customer experience and guarantee particular attention during these seasons

**Test & learn seasons and experimental seasons**

come and explore this new terrain with us





# Workshop programme



# Our life experience

Experience in our offers

Act 1

Talk about yourself

Experience through storytelling

Act 2

Be attentive

Experience through service

Act 3

Make yourself indispensable

Limited offers for autumn and winter



# Act 1

**Talk about yourself  
Experience through  
storytelling**





## TALK ABOUT YOURSELF







Agence  
signe  
des  
temps  
PARIS  
BORDEAUX  
COPENHAGUE

# 1

Talk about  
yourself  
Experience  
through  
storytelling

## Exercise 1

**EXPERIENCE THROUGH  
PROVENANCE**

**COMPLICITY THROUGH DETAIL**

### **EVENTS**

*Talk about the origins of suppliers and partners, their personality, their first names, special places, the Breton dimension.*

### **FOOD**

*Talk about the origins of produce, speak about the flavours, the personal history, the Breton dimension.*

### **BRITTANY FERRIES**

*Talk about the company's history, the "identity" dimension, the Breton dimension, speak about the provenance of produce served in the restaurant.*





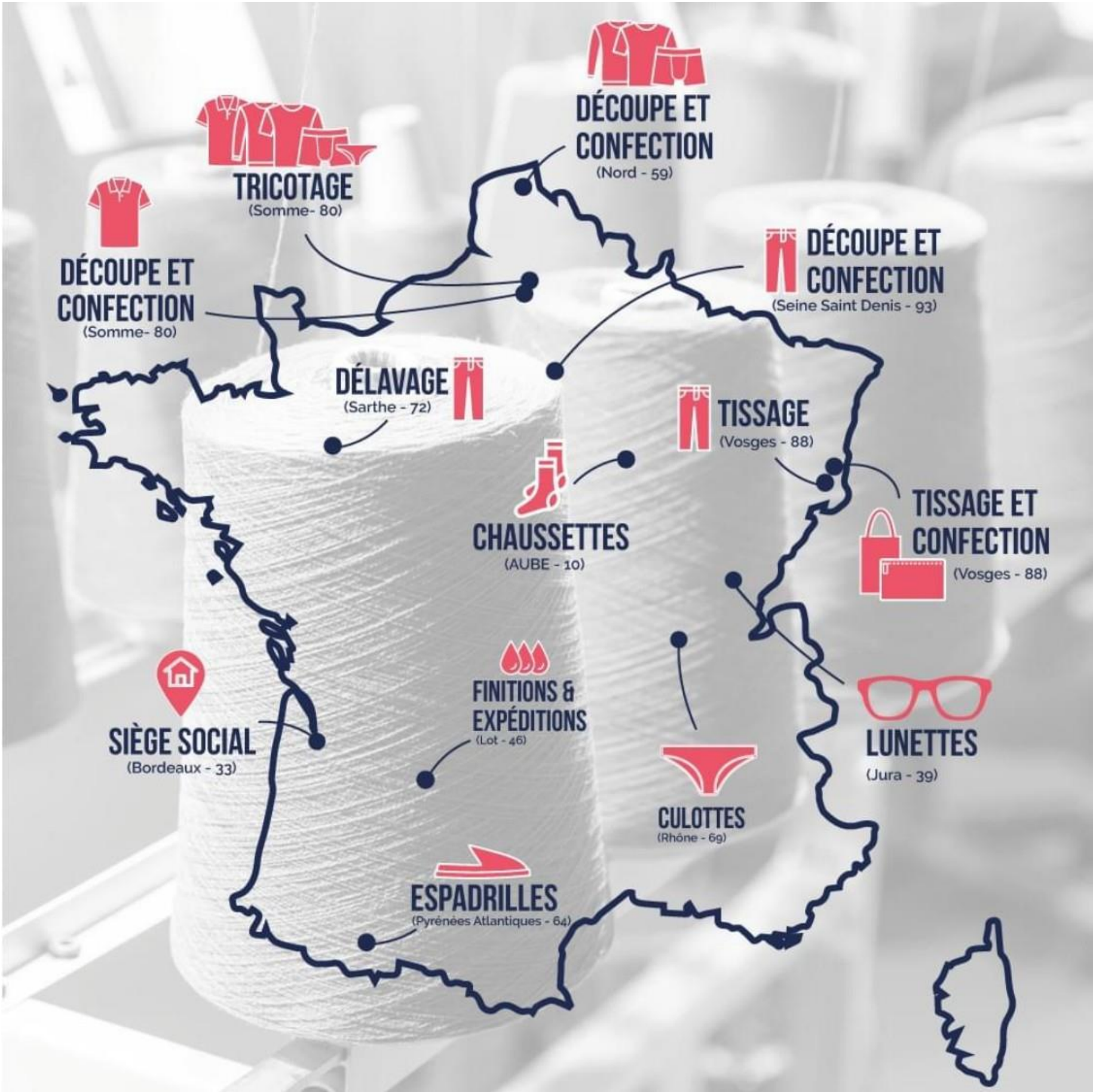
## TALK ABOUT YOURSELF EXPERIENCE THROUGH STORYTELLING



*Change the way you speak about the offer*  
*Reference specific colours*  
*Develop an autumn/winter mood board*

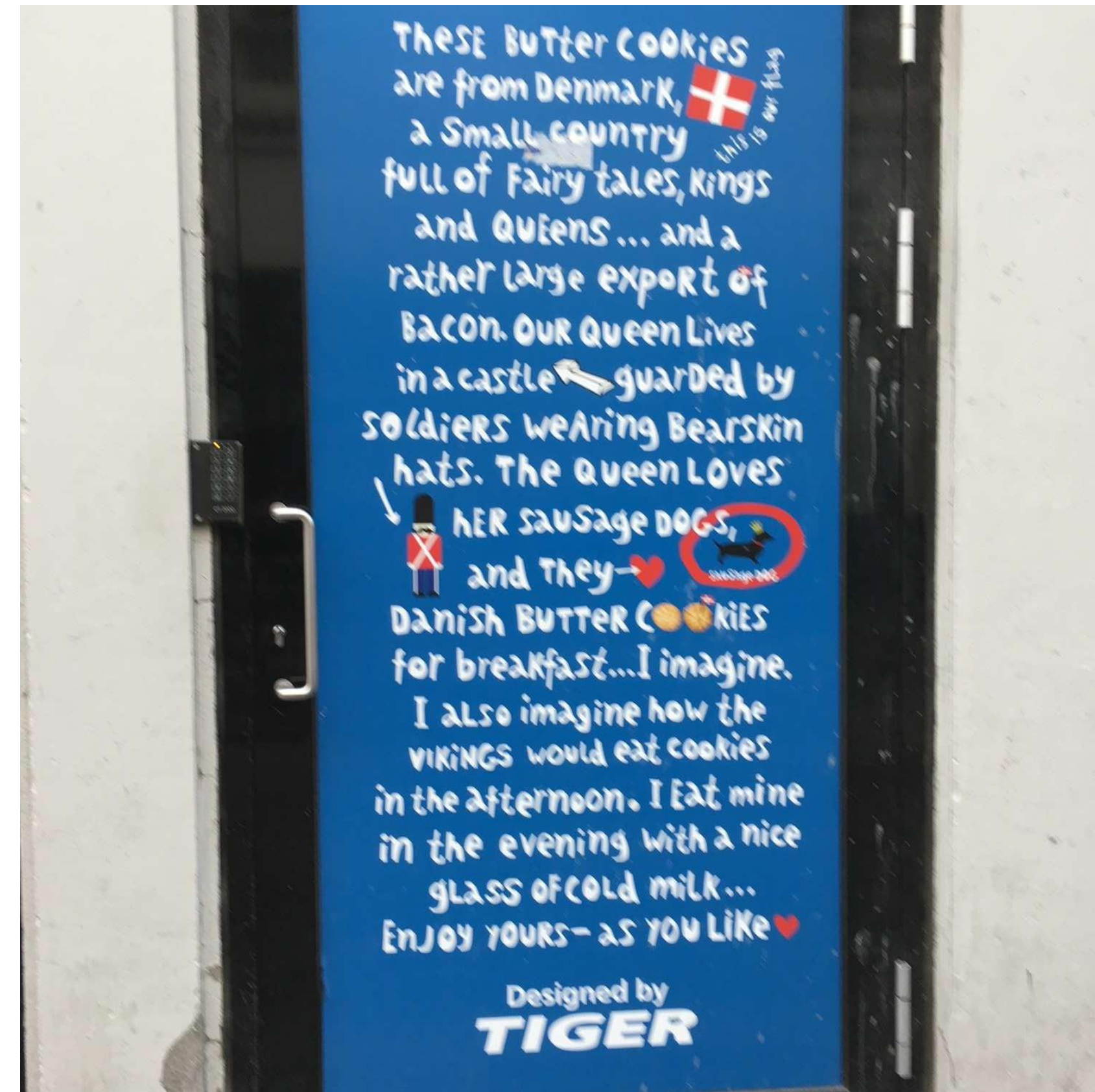


TALK ABOUT YOURSELF  
EXPERIENCE THROUGH STORYTELLING





## TALK ABOUT YOURSELF EXPERIENCE THROUGH STORYTELLING





## TALK ABOUT YOURSELF EXPERIENCE THROUGH STORYTELLING



### Guéret



Est-ce dû à ses châteaux, gardiens de la mémoire du temps et de légendes jamais vraiment oubliées ? A sa nature omniprésente qui, entre eaux et forêts, impose son rythme ? Ou peut-être à ses habitants, descendants des premiers troubadours, qui vous accueillent avec le verbe occitan ? Nul n'a réellement percé le mystère. Mais un fait reste certain : venir chez nous, c'est toujours partir à l'aventure...





## TALK ABOUT YOURSELF EXPERIENCE THROUGH STORYTELLING

### SITUATION IDEALE AU COEUR DE COLMAR

Le Colmar Hotel \*\*\* situé au coeur de Colmar ( 10 minutes à pied du centre ville historique ) propose 42 chambres non-fumeur climatisées tout confort.

L'établissement est facilement accessible en train puisqu'il est situé à 50m de la gare, desservie par le TGV et les lignes régionales.

Ce nouvel établissement présente une subtile alliance entre tradition et design il vous accueillera 24h/24h toute l'année avec petit

✓  
92%

et design il vous accueillera 7j/7j et 24h/24h toute l'année avec petit déjeuner buffet sucré /salé inclus servi de 7h à 10h.

Un lieu de séjour idéal, à la fois chaleureux et accueillant pour les touristes de passage, pratique et confortable pour les professionnels.

Il fait le lien entre travail et détente, de son stammtisch connecté avec accès wi-fi gratuit, à son bar lounge de dégustation de produits régionaux.

En plus d'un parking gratuit extérieur, nous proposons également en option un parking privé sous-terrain pour vos voitures, vélos et motos en fonction de la disponibilité.

✓  
92%

Il fait le lien entre travail et détente, de son stammtisch connecté avec accès wi-fi gratuit, à son bar lounge de dégustation de produits régionaux.

En plus d'un parking gratuit extérieur, nous proposons également en option un parking privé sous-terrain pour vos voitures, vélos et motos en fonction de la disponibilité.



© 2016 COLMAR HOTEL. All Rights Reserved

✓  
92%



## TALK ABOUT YOURSELF EXPERIENCE THROUGH STORYTELLING



### **HÔTEL DES LICES ★★★** **DANS LE COEUR DE** **RENNES** **À DEUX PAS DU COUVENT** **JACOBINS**



RÉSERVER  
UNE  
CHAMBRE

**Idéalement situé dans le vieux Rennes, sur l'une des plus belles places de la ville, l'Hôtel des Lices vous accueille toute l'année, dans ses 48 chambres à la décoration soignée et contemporaine.**

Deux salles de séminaires sont à votre disposition avec matériel vidéo à la demande [location à l'heure ou à la journée].

Idéalement situé dans le vieux Rennes, sur l'une des plus belles places de la ville, l'Hôtel des Lices vous accueille toute l'année.



RÉSERVER  
UNE  
CHAMBRE

### **DANS LE CENTRE VILLE, PROCHE** **DE LA GARE DE RENNES**

L'Hôtel des Lices, classé trois étoiles, est situé dans une rue piétonne. Son emplacement dans le centre de Rennes vous permet d'accéder à pied à de nombreux commerces, l'opéra, la cathédrale et de nombreux cinémas.

**De l'hôtel vos pourrez profiter du plus beau marché de Bretagne autour de la Halle Martenot : le marché des Lices.**



## TALK ABOUT YOURSELF EXPERIENCE THROUGH STORYTELLING

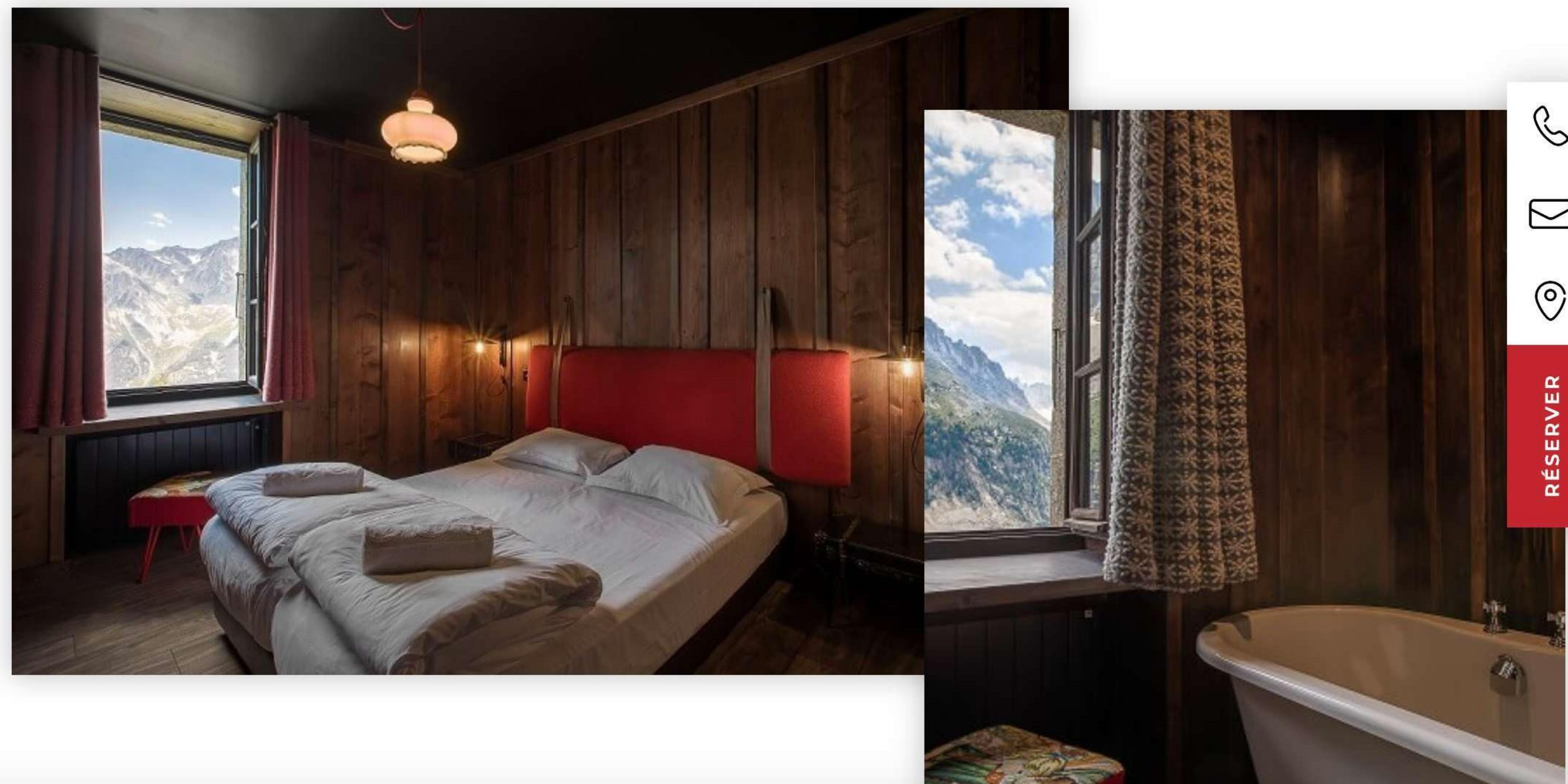


CHAMBRES MER DE GLACE HÔTEL BONS CADEAUX RESTAURANTS VOTRE ÉVÈNEMENT ACTUALITÉS GALERIE CONTACT

### Chambres, Suites & Dortoirs

Du côté des chambres, découvrez des anciennes cheminées en bois transformées en bibliothèque, des lampes de chevet remplacées par des lampes de mineur ou encore des malles en cuir, rapportées de voyages et d'excursions d'une autre époque faisant office de tables de chevet...

DÉCOUVRIR —



RÉSERVER



# TALK ABOUT YOURSELF EXPERIENCE THROUGH STORYTELLING



CHAMBRES MER DE GLACE HÔTEL BONS CADEAUX RESTAURANTS VOTRE ÉVÈNEMENT ACTUALITÉS GALERIE CONTACT



EXPÉRIENCE

## Votre séminaire en altitude !

Un séminaire exceptionnel et  
unique à 1913m d'altitude. Des  
agences et des entreprises qui  
nous font confiance pour tous

LIRE LA SUITE



# TALK ABOUT YOURSELF EXPERIENCE THROUGH STORYTELLING



CHAMBRES MER DE GLACE HÔTEL BONS CADEAUX RESTAURANTS VOTRE ÉVÈNEMENT ACTUALITÉS GALERIE CONTACT



EXPÉRIENCE

## Petit Train Rouge Vers la Mer de Glace

Depuis 1908, été comme hiver, le  
traditionnel rail rouge reste le  
moyen privilégié pour tous de  
découvrir la Mer de Glace. Il reste

LIRE LA SUITE —



## TALK ABOUT YOURSELF EXPERIENCE THROUGH STORYTELLING

### BEFORE

 **RÉSERVER** **FR**

#### Chambre Twin

<b>2</b> personnes	<b>15</b> m2	<b>2 x Lit</b> Simple
-----------------------	-----------------	--------------------------

Nos chambres doubles mesurent 15m<sup>2</sup> et sont toutes climatisées et équipées de deux lits simples 90 x 200, d'une salle de bain individuelle avec une baignoire/douche, WC et lavabo et d'un espace bureau.

Il est possible d'installer un coffre-fort, un minibar ou un lit bébé (0 - 2 ans) si la demande est effectuée au moment de la...  
[Voir plus](#)

#### Equipements de la chambre

- TV
- Wi-fi
- Accessible aux fauteuils roulants
- Penderie

### AFTER

Enjoy a pretty, spacious room - 15m<sup>2</sup> with two single beds (90x200).

Luxury bed linen (details/pillows)

You need to close off a file: desk with x sockets available

Avail of our soap and shampoo distributors as you relax in your bathroom (walk-in shower or bath + WC). These mean that we consume less plastic for the sake of the planet. Thanks for your contribution.

Safe, mini bar, cot - range of options available.  
Booking required.”



**Act 2**

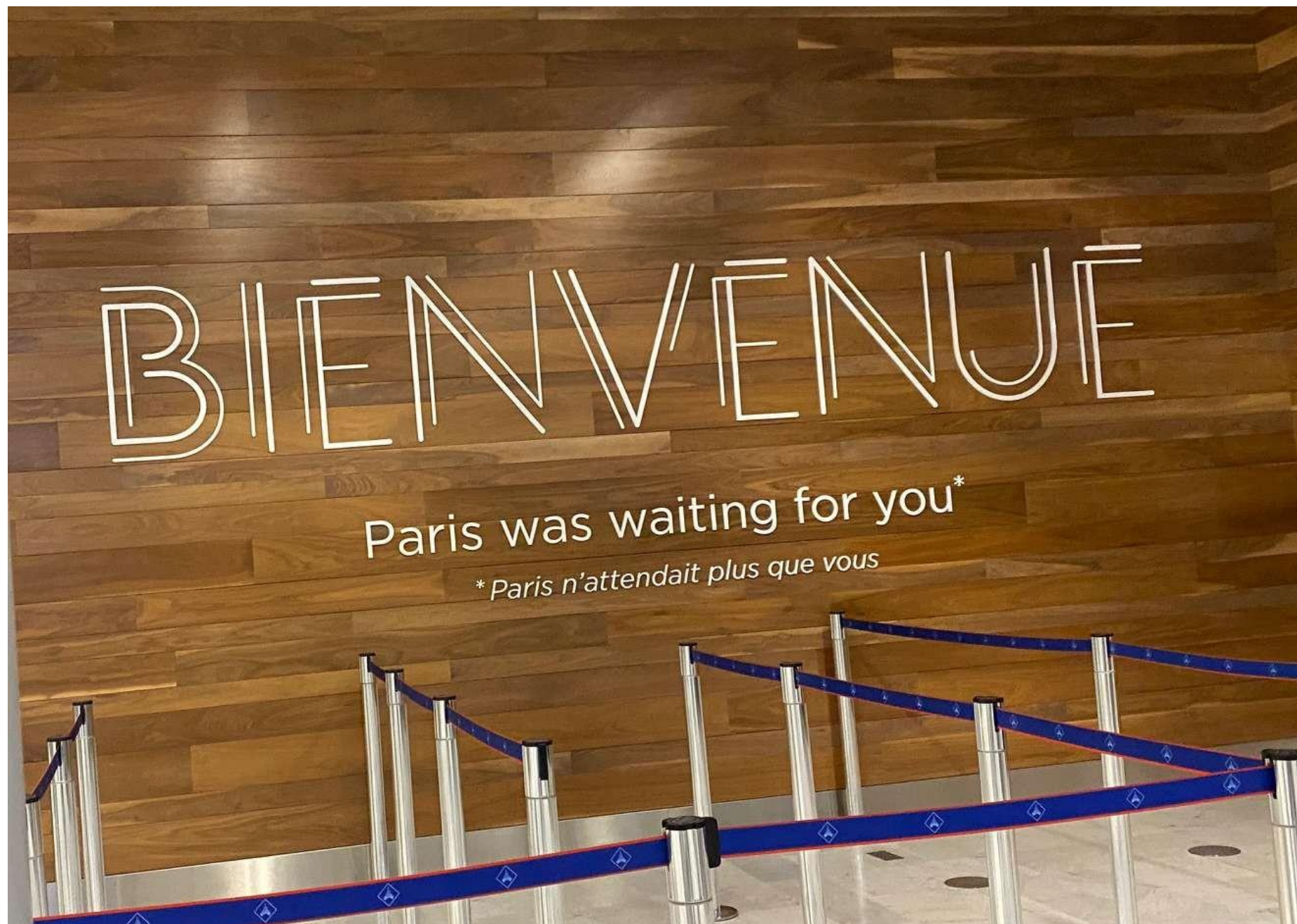
**Be attentive**

Experience through service





## BE A FLY ON THE WALL







## LISTEN TO WHAT PEOPLE ARE SAYING TO IDENTIFY TRENDS





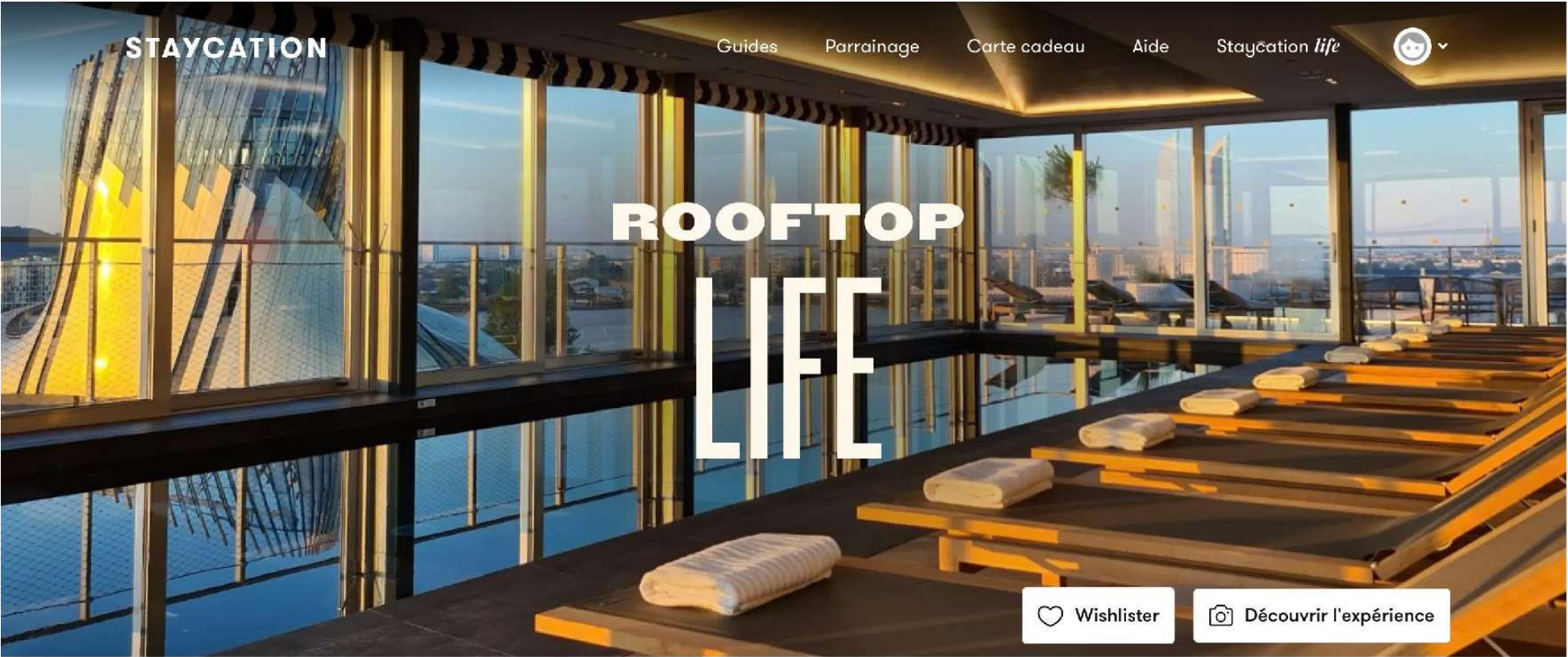


## HAVE AN AUTUMN AND WINTER PALETTE





# OFFER EXTRAS



## Renaissance Bordeaux \*\*\*\*

★ 9.2 [104 avis]

Bordeaux [Carte](#)

On vous a réservé une place d’exception dans ce 4 étoiles des quais : un rooftop magnifique, une piscine chauffée et des cocktails. Si votre +1 n’est pas disponible, sachez que nous n’avons rien de prévu ce week-end.

### On y va pour :

- Frétiller dans une piscine intérieure chauffée avec vue sur les bassins à flot
- Prendre un bain de soleil sur le rooftop
- Siroter un cocktail avec son +1 en admirant la vue
- Prolonger les festivités avec un check-out repoussé à 14h
- Commencer la journée du lendemain par un petit-déjeuner buffet avec œufs brouillés, charcuterie, fromages, viennoiseries, tartines, confitures, céréales, salade de fruits, boissons chaudes et jus de fruits
- Prolonger les festivités avec une bouteille de champagne *(en add-on)*



## OFFER EXTRAS

In Iceland, hotels offer an aurora borealis wake-up call.





# Act 3

**Reconnect with customers**

Limited offers

for autumn and winter



**Next time...**  
Experiential sectors



# Experiential potential off-season

## Experiential sector 1

Workmanship in Côtes d'Armor

## Experiential sector 2

Sea scallops

## Experiential sector 3

French history – Brittany's perspective

## Experiential sector 4

Reconnect with nature

## Experiential sector 5

The sea in wintertime in Côtes d'Armor



UNION EUROPÉENNE

Fonds Européen de Développement Régional



Interreg  
France ( Channel  
Manche ) England  
EXPERIENCE  
Fonds européen de développement régional