



## WP5 - Rapport Région Pilote Bretagne

---

### T4.2.2 : CONSUMER TESTING

---



Côtes d'Armor Destination – PP7 / Morlaix Tourisme – PP8  
Morlaix Communauté – PP13 / Brittany Ferries – PP14

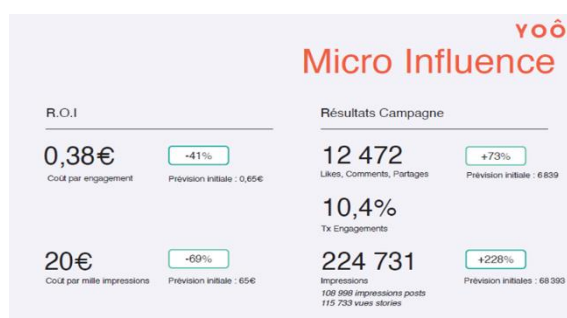
The aim of this action is to test the new experiential offer, with consumers, in order to refine the products on offer and identify the interest of experiences in autumn-winter with the public on their intention to visit.

The work on this deliverable was carried out by Côtes d'Armor Destination and the Office de Tourisme Baie de Morlaix on behalf of the Région Pilotage Bretagne.

## PP7 – Côtes d'Armor Destination

In 2021, 9 consumers and micro-influencers from Brittany and the Paris region tested one or more preview experiences for a day or a weekend. Each micro-influencer generated content on their Instagram network.

The campaign exceeded forecasts, rising from an expected 68,000 impressions to over 224,000, and from an expected 6,300 interactions to over 12,000.



In partnership with the Woo agency, we selected 9 micro-influencers living in Brittany and the Paris region to spend a day or a weekend trying out the experiences selected for 2021-2022. In return for the free activities, the testers agreed to give their opinions on the products to CAD and through their networks, in order to test the reactions of their community.

The testers :

### 01. INFLUENCEURS

#COLLECTIONCOTESDARMOR

**ZOOM sur les participants**

10 expériences à vivre à travers 9 micro-influenceurs ayant entre 3k et 24k de typologie voyage, famille et lifestyle. (@parentspontivy a réalisé 2 expériences)

Un recrutement de profils principalement basés en Bretagne mais pas seulement : nous avons diversifié le casting en intégrant des profils de région parisienne, enthousiastes de découvrir la région.

**BONUS :**  
À travers ce casting, nous avons réussi à répondre au critère de diversité qui était une forte volonté de votre part.

**MÉCANIQUE**

Les profils étaient invités à vivre une expérience unique dans les Côtes d'Armor. Chaque expérience permettait de valoriser vos différents partenaires locaux. En contrepartie, chaque profil devait partager son vécu à travers une story et un post.

## yoô Micro-Influenceurs

### 9 micro-influenceurs lifestyle, voyage, famille

@parentspontivy

15,6K Followers  
4% taux d'engagement

@jaoujaou

24,2K Followers  
3,5% taux d'engagement

@eisee par ci laura par la

3,4K Followers  
5,8% taux d'engagement

@lilytoutsourire

10,8K Followers  
6,6% taux d'engagement

@adou\_bn

18,5K Followers  
9,4% taux d'engagement

@knzea

11,1K Followers  
7% taux d'engagement

@nad\_mhr

10K Followers  
2% taux d'engagement

@clahuyh

5K Followers  
12,6% taux d'engagement

@hitheroadane.fr

11,1K Followers  
4,8% taux d'engagement

INTERREG

Woo

01. COLLABORATION

02. CONTENU

03. PARTENAIRES

04. COMMUNICATION

05. SUIVI

06. CLAPNET

yoô

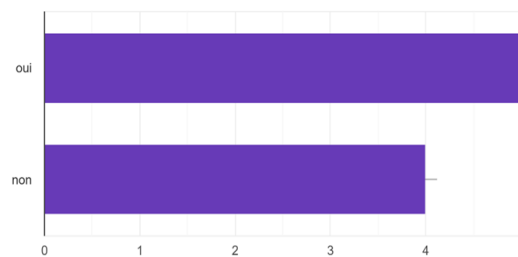
The 10 offers tested:

- Halloween offer - 3 posts and 31 stories / More than 1,600 likes - Posts on their travel blog
- Gourmet excursion to Dinan / Jaoujaou / 1 post / 6 stories / 7% engagement rate
- Wood-fired potée evening / Elise / 1 post / 5 stories / 234 likes / 4800 impressions
- Bréhat aperitif cruise / Lili tout sourire / 1 post / 14 stories / 11,000 impressions
- Romantic weekend on the pink granite coast / 3 posts - adou bn / 18 stories / 6,000 likes / 22 engagement rate / 83,000 impressions
- Festival bel automne / Parents pontivy / 2 posts / 16 stories / 1150 likes / 21,000 impressions
- Bienfaits pléneuf / 1 post / 19 stories / 750 likes / 13900 impressions
- Avec les petits / 2 posts / 25 stories / 298 likes / 24,000 impressions
- Rencontre baie de st brieuc / Pending
- Week-end arduen / 1 post / 10 stories / 352 likes / 10900 impressions

Unlike manufactured products, the engagement of experience consumers is stronger, with a high level of emotional involvement.

Following a survey of micro-influencers, all said that they had received very positive feedback from their community on this content, and more than half said that without the autumn-winter experience, they would never have considered visiting or staying in the Côtes d'Armor during this period.

*Would you have thought of coming to the Côtes d'Armor out of season without this experience?*



*What feedback have you had from your community following your posts on autumn in the Côtes d'Armor?*

→ Hosting micro-influencers to test offers has provided customer feedback and demonstrated the value of the experiential approach through an engagement rate higher than the average of the usual rate, or even multiplied by 2 or 3. This was the case for micro-influencer Adou\_Bn, whose engagement rate on this content rose to 22.5% compared with the usual 8.5%. 19 pieces of content were published over her weekend, generating 84,000 impressions.

## PP8-MxT :

After the "new offer creation" workshops supported by the agencies We Bloom and Les Chantiers Insolites, and following the "Et Demain" skills-building workshop, we were able to define a personalised support programme for the partners involved in the project, which for some of them included testing their new offers with the public. As a result, in spring 2022, a host of offers were tested under the guidance of the Office de Tourisme de la Baie de Morlaix.

Each participant was given a "test offer feedback" sheet to share their opinion on the spot.

*Retour d'expérience du test de l'offre*

<b>activité :</b> <b>Site :</b> Votre description de l'expérience :	Dessinez votre expérience :   
Trois émotions décrivant votre expérience :  	Quels niveaux d'expérience : ★ ★ ★ ★ ★
① D'après vous, quel tarif :  	② D'après vous, quel public cible :  
COMMENTAIRES, COMMENT AVEZ-VOUS VÉCU CETTE EXPÉRIENCE ? 😊 _____ 😞 _____	
Remarque de suggestions ou d'amélioration :  	

France (Charente) England (Cornwall)  
 UNION EUROPÉENNE  
**BAIE DE MORLAIX**  
 #POURUNBOUTDECOULTEUR #MONTAGNEBRETAGNE  
 #PARADISBAIEDE MORLAIX BRETAGNE

Test the new "Take the high ground" offer:

*Retour d'expérience du test de l'offre*

<b>activité :</b> "Prendre la hauteur de son offre" <b>Site :</b> ... Votre description de l'expérience : Visite du site de la Baie de Morlaix, avec une vue panoramique sur la ville et la mer. Trois émotions décrivant votre expérience : - surprise - intérêt - détente ① D'après vous, quel tarif : Intégrer position de ville + dégustation = 10€ (pour info, celui de 15€ de l'expérience est le plus adapté) COMMENTAIRES, COMMENT AVEZ-VOUS VÉCU CETTE EXPÉRIENCE ? 😊 - la prise de vue panoramique est très intéressante - plaisir de profiter de l'expérience - très bon accueil et très agréable 😞 - donner la priorité à la prise de vue panoramique - difficulté pour cette première, on ne peut pas bien définir la dégustation - fréquentation	<b>Dessinez votre expérience :</b> (Sketch of a landscape with a building and a view) Quels niveaux d'expérience : ★ ★ ★ ★ ★ ② D'après vous, quel public cible : Je pense que ça ira pour tous les âges de 6 à 75 ans environ
REMARQUE DE SUGGESTIONS OU D'AMÉLIORATION : - Réviser le discours (éviter d'être trop technique) - sur la qualité de la vue, bien expliquer ce qu'on voit - sur un discours trop technique et technique, ça ne va pas	

France (Charente) England (Cornwall)  
 UNION EUROPÉENNE  
**BAIE DE MORLAIX**  
 #POURUNBOUTDECOULTEUR #MONTAGNEBRETAGNE  
 #PARADISBAIEDE MORLAIX BRETAGNE

*Retour d'expérience du test de l'offre*

<b>activité :</b> Prendre la hauteur <b>Site :</b> ... Votre description de l'expérience : Visite du site de la Baie de Morlaix, avec une vue panoramique sur la ville et la mer. Trois émotions décrivant votre expérience : - surprise - intérêt - détente ① D'après vous, quel tarif : Intégrer position de ville + dégustation = 10€ (pour info, celui de 15€ de l'expérience est le plus adapté) COMMENTAIRES, COMMENT AVEZ-VOUS VÉCU CETTE EXPÉRIENCE ? 😊 - la prise de vue panoramique est très intéressante - plaisir de profiter de l'expérience - très bon accueil et très agréable 😞 - donner la priorité à la prise de vue panoramique - difficulté pour cette première, on ne peut pas bien définir la dégustation - fréquentation	<b>Dessinez votre expérience :</b> (Sketch of a landscape with a building and a view) Quels niveaux d'expérience : ★ ★ ★ ★ ★ ② D'après vous, quel public cible : Je pense que ça ira pour tous les âges de 6 à 75 ans environ
REMARQUE DE SUGGESTIONS OU D'AMÉLIORATION : - Réviser le discours (éviter d'être trop technique) - sur la qualité de la vue, bien expliquer ce qu'on voit - sur un discours trop technique et technique, ça ne va pas	

France (Charente) England (Cornwall)  
 UNION EUROPÉENNE  
**BAIE DE MORLAIX**  
 #POURUNBOUTDECOULTEUR #MONTAGNEBRETAGNE  
 #PARADISBAIEDE MORLAIX BRETAGNE

*Retour d'expérience du test de l'offre*

<b>activité :</b> Prendre la hauteur <b>Site :</b> ... Votre description de l'expérience : Visite du site de la Baie de Morlaix, avec une vue panoramique sur la ville et la mer. Trois émotions décrivant votre expérience : - surprise - intérêt - détente ① D'après vous, quel tarif : Intégrer position de ville + dégustation = 10€ (pour info, celui de 15€ de l'expérience est le plus adapté) COMMENTAIRES, COMMENT AVEZ-VOUS VÉCU CETTE EXPÉRIENCE ? 😊 - la prise de vue panoramique est très intéressante - plaisir de profiter de l'expérience - très bon accueil et très agréable 😞 - donner la priorité à la prise de vue panoramique - difficulté pour cette première, on ne peut pas bien définir la dégustation - fréquentation	<b>Dessinez votre expérience :</b> (Sketch of a landscape with a building and a view) Quels niveaux d'expérience : ★ ★ ★ ★ ★ ② D'après vous, quel public cible : Je pense que ça ira pour tous les âges de 6 à 75 ans environ
REMARQUE DE SUGGESTIONS OU D'AMÉLIORATION : - Réviser le discours (éviter d'être trop technique) - sur la qualité de la vue, bien expliquer ce qu'on voit - sur un discours trop technique et technique, ça ne va pas	

France (Charente) England (Cornwall)  
 UNION EUROPÉENNE  
**BAIE DE MORLAIX**  
 #POURUNBOUTDECOULTEUR #MONTAGNEBRETAGNE  
 #PARADISBAIEDE MORLAIX BRETAGNE

Test the new "Chant des hommes, chant des Oiseaux" package:



Test the new "With butter, everything is better" offer :

