

Test for professional tourism companies (T4.2.1)

In order to validate the practicality of the new services we had devised, we organised a number of tests with tourism professionals in our region.

a) Test of the Henson horse ride

This test was carried out in February 2022 (period 5).

Experts from the Oise Tourisme agency were invited to come and test the new Henson horse ride offered by the SPL le pôle équestre du Compiégnois at the cercle hippique de Compiègne.

The offer consists of a 2 to 3 hour ride, mainly in the forest of Compiègne. There is a choice of two riding levels: "beginner" or "advanced". The ride includes a heritage and educational dimension: the riding instructor acts as a guide and provides heritage information about Compiègne and its forest. She interacts with the riders.





The aim of this test was to introduce the offer to the Oise Tourisme agency in order to gather feedback from the team and benefit from the promotional relay. The aim was also to benefit from the advice of Patrick Goas, customer experience consultant (La fabrique à souvenir). Thanks to this test, we have co-organised a number of press events for this offer and have been able to take better account of the needs and expectations of off-season visitors: a personalised welcome, a need for heritage knowledge,

an offer suitable for all the family...



b) Test of the sophro walk at Henson

This test was carried out on 21 April 2022 (Period 6).

We invited tourism marketing experts (Oise Tourisme and Hauts-de-France Tourisme) to test the offer and take part in a debriefing lunch, during which we were able to discuss and take the time to fully understand customer expectations, their needs and the key success factors for this new experiential offer linked to the equestrian world in the heart of the national forest.

The offer consists of a ride on a Henson horse using mindfulness meditation (being totally in the present moment and letting your thoughts flow), interspersed with meditation exercises guided by a qualified instructor-sophrologist.



Sophro-balade en forêt

Découvrez la sophrologie par le cheval...

Le cheval est un sophrologue formidable et vous permettra de vous reconnecter à vous-même et à la nature dans le cadre unique de la forêt de Compiègne.

Pendant 2h, accompagnées par une enseignante diplômée d'équitation et de sophrologie, vous aurez la possibilité de découvrir ou d'approfondir vos liens à la sophrologie et aux chevaux.

D'abord par une approche à pied, puis par une promenade dans les bois en pleine conscience. Ces séances seront ponctuées par une pause touristique autour du Château et de son parc magnifique avant de profiter un dernier instant des chevaux en liberté pour ancrer et emporter avec vous des énergies positives et réconfortantes.

Cercle hippique du Compiégnois
Avenue de l'Armistice, Compiègne

Samedis 10 et 24 septembre et 1er octobre 2022,
de 16h30 à 18h30




Informations et réservation obligatoire à l'Office de Tourisme

> 03.44.40.01.00
 > tourisme@agglo-compiegne.fr






Communication document for the general public

We asked Mathilde Roux, Head of Societal Trends - Research and Development at the Comité Régional du Tourisme des Hauts-de-France, Hélène Reitzbaum, Communications Manager at the Comité Régional du Tourisme des Hauts-de-France, to test the offer, Jean-Philippe Gold, Director of the Comité Régional du Tourisme des Hauts-de-France, Marie Audierne, Communications Officer at Oise Tourisme, Chrystelle Fèvre, Deputy Director of Oise Tourisme and Giuliano Zitoli, Holiday Advisor at Compiègne

Tourist

Office.



Brief



Mindfulness walk



Final meditation exercise

The idea behind the test was to identify the best practices that could be put in place to ensure that the offer met visitors' expectations and generated sales for the company marketing it (SPL le pôle équestre du Compiégnais). A questionnaire focusing on the customer experience, the

4Ps of marketing and the emotional dimension was therefore created, and an exchange of views took place over lunch after the questionnaire had been handed in.

Overall, this test enabled us to determine a selling price suited to the market, to identify communication keys according to the different customer targets, to define the distribution of the offer and to improve the logistical points affecting the customer experience.

c) Product test: sophro ride in a Henson by a Chinese tour operator

This test took place on 22 July 2022. (Period 6)

Thanks to the first test carried out by the Hauts-de-France Regional Tourism Committee, a Chinese tour operator, Shunda Travel, came to test this offer as part of its eductour programme in the Hauts-de-France Region, orchestrated by Ruying Wang, Business Manager of the Regional Tourism Committee.

The test enabled the offer to be adapted to the cultural specificities of the Chinese clientele.



Brief



Séance d'Equithérapie

d) [Product test: discovering natural edible plants](#)

This test was carried out on 2 May 2022 (period 6).

Prior to planning this rather unusual and innovative offer, the team of tourist advisors from the ARC Tourist Office took part in a test of this offer. The aim was to get a clear idea of how the outing would unfold and what visitors would experience, so that we could promote it and reassure participants if necessary.

The outing consists of a short walk in a part of the forest that is relatively rich in edible plants. As the walk progresses, the guide presents the different plants encountered along the way and hands out a

recipe booklet incorporating the plants discussed during the outing.

**À la découverte
DES PLANTES COMESTIBLES**

La forêt est un lieu magique qui regorge de surprises ! Savez-vous qu'elle possède de nombreuses plantes naturelles pour se soigner et pour manger ?

À l'issue de cette sortie, les participants pourront identifier quelques plantes à utiliser en cuisine. Un livret de recettes leur sera remis à l'issue de la prestation.

**RENDEZ-VOUS À L'HERMITAGE
17 RUE DE L'HERMITAGE, AUTRÈCHES**

SAMEDI 9, 30 JUILLET ET 6 AOÛT, DE 14H30 À 16H30

Chaussures de marches, vêtements longs (chevilles, bras, jambes couverts). Vêtements clairs. À partir de 7 ans.

**14€
par personne**

Réservations obligatoires

Office de Tourisme de l'Agglomération de Compiègne	Office de Tourisme Pierrefonds, Usières de l'Oise
> 03.44.40.01.00	> 03.44.42.81.44

ARC COMPIÈGNE Office de Tourisme Interreg France - Grand Est Europe



Communication

This test enabled us to find out about the different edible plants on display, to gain a practical understanding of how the outing would work for visitors and to make recommendations to the nature guide to enhance the customer experience.



Presentation of an edible plant



Edible plant

e) Yoga session test

This test was carried out at the end of April 2022 (period 6).

A yoga session was organised so that the employees of the Taim' Hotel ****, which has 80 rooms and a high occupancy rate at weekends, could become ambassadors for this offer.

The yoga sessions, which were devised as part of the project, were designed to be a way of discovering Compiègne's heritage: the aim was to offer visitors a yoga session in a place with a history, and to encourage them to discover one of Compiègne's emblematic heritage sites.

Yoga au Cloître Saint-Corneille

Vivez une expérience de zenitude

Découvrez la pratique du Yoga au cœur d'un édifice emblématique de Compiègne. Le Jardin du Cloître Saint-Corneille vous ouvre ses portes pour vous initier à cette pratique millénaire accessible à tous. Inspirez et expirez à l'endroit même où les Chanoines méditaient...

Alliant postures, étirements et respirations profondes, le Hatha Yoga consiste en des enchaînements plus ou moins dynamiques, avec un travail d'ancrage et musculaire complet.

Dans le Jardin du Cloître Saint-Corneille
Entrée rue Saint-Corneille, Compiègne

Dimanches 8 et 22 mai, de 11h à 12h30

Pensez à apporter un tapis ou un plaid et terminez votre immersion relaxante par une visite libre du musée. En cas de pluie, la séance se déroulera dans la galerie Ouest du musée du Cloître.

 15€

Informations et réservation obligatoire à l'Office de Tourisme

> 03.44.40.01.00
> tourisme@agglo-compiegne.fr





This test session enabled the T'Aim Hôtel team to ask the yoga teacher all the logistical questions and to learn all the information they needed to present and promote this offer to their customers.



Taim' Hotel team after the test

Appendices

T.4.2.1 : survey

VISIOCONFERENCE DU 21/04/22

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET
EXPERIENCE**

MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles

Mode d'emploi :

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis ☺

Questionnaire de : Marie - Sophie

Questions	Réponses
Emotions	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	Apaisement, douceur
Quel est le moment que vous avez préféré ?	Bain de soleil ds le paddock
Veille / Benchmarking	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	Complémentarité Bien-être et contact animaux
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	JNISP
Marketing Produit	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	Hébergement = zen =
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	Oui
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	Parfait pour le thème
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	Très agréable
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	"
Qu'auriez-vous fait différemment ?	+ inciter les participants à chercher le moment
Un petit plus à suggérer ?	Tout était parfait = calme =

Marketing prix	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	80 €/pers
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	80 €/pers
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	90€ pour 1 binôme
Quel serait le prix d'appel ?	60 € /pers
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	120 €/pers
Marketing promotion	
1 image de visuel en particulier ?	Célin Chevalier photo Arbre
1 slogan ?	
1 storytelling ?	
1 mot à inclure dans le titre ?	
Marketing place	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	Chilowé ds 1 package
Avis logistique	
L'accès était-il accessible ?	yes
Le Parking était-il facile d'accès ?	yes
Les consignes de Laetitia étaient-elle claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	yes

VISIOCONFERENCE DU 21/04/22

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET
EXPERIENCE**

MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles

Mode d'emploi :

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis ☺

Questionnaire de : NATHALIE RAOX

Questions	Réponses
Emotions	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	fierté / dépassement (peu)
Quel est le moment que vous avez préféré ?	la pause contemplative
Veille / Benchmarking	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	le triptyque "Homme - Animal - Nature".
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	pas à ma connaissance or pas dans ce cadre
Marketing Produit	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	Séjour sensoriel, séjour "gîte de sci"
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	+30 min (mais ici c'était une initiation)
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	Très bien malgré les contraintes "interdit cavalier"
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	Bien
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	Super ! Une vraie sensation/mouvement
Qu'auriez-vous fait différemment ?	
Un petit plus à suggérer ?	Approfondir l'écoute des sons de la nature (au moment de la pause notamment)

Marketing prix	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	100 à 200 € pour 2. (1h30 à 2h)
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	à déterminer selon le type d'accompagnement
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	faire un tarif duo parent-enfant.
Quel serait le prix d'appel ?	
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	80 € / pers.
Marketing promotion	
1 image de visuel en particulier ?	Perspective + pratique
1 slogan ?	
1 storytelling ?	
1 mot à inclure dans le titre ?	Selon la cible
Marketing place	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	x Plateforme nasa en ligne
Avis logistique	
L'accès était-il accessible ?	Oui
Le Parking était-il facile d'accès ?	Oui
Les consignes de Laetitia étaient-elle claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	Très bien

VISIOCONFERENCE DU 21/04/22

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET
EXPERIENCE**

MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles

Mode d'emploi :

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis ☺

Questionnaire de :

Chrysselle FEURE Aix Tourism

Questions	Réponses
Emotions	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	<i>jeu nature + animal.</i>
Quel est le moment que vous avez préféré ?	<i>balade à cheval</i>
Veille / Benchmarking	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	<i>le cheval</i>
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	<i>non à priori</i>
Marketing Produit	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	<i>en offre WE avec en ^{fin} avec Picardie</i>
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	<i>oui</i>
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	<i>TB</i>
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	<i>TB</i>
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	<i>TB</i>
Qu'auriez-vous fait différemment ?	<i>rien</i>
Un petit plus à suggérer ?	<i>une à 2 pauses de + avec commentaires historiques pr 1 public touristique</i>

Marketing prix	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	40€ - 50€
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	40€ idem
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	180 euros - 150
Quel serait le prix d'appel ?	
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	60€ / pers.
Marketing promotion	
1 image de visuel en particulier ?	1 calin avec 1 cheval sur la place des Beaux Arts
1 slogan ?	l'auzen à cheval
1 storytelling ?	reconnaitre son corps + image cheval
1 mot à inclure dans le titre ?	balade à cheval zen
Marketing place	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	Les hébergements
Avis logistique	
L'accès était-il accessible ?	oui.
Le Parking était-il facile d'accès ?	oui.
Les consignes de Laetitia étaient-elles claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	oui. parfait TB très pédagogique

VISIOCONFERENCE DU 21/04/22

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET
EXPERIENCE**

MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles

Mode d'emploi :

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis 😊

Questionnaire de : *Gialiano 210 Li*

Questions	Réponses
Emotions	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	<i>Bien-être</i>
Quel est le moment que vous avez préféré ?	<i>Le cabin avec le cheval</i>
Veille / Benchmarking	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	<i>Le contact direct avec le cheval et la nature</i>
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	<i>?</i>
Marketing Produit	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	<i>Visite du château</i>
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	<i>Oui</i>
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	<i>Possibile</i>
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	<i>Apaisante</i>
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	<i>Rassurante</i>
Qu'auriez-vous fait différemment ?	<i>/</i>
Un petit plus à suggérer ?	<i>/</i>

Marketing prix	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	40 à 80 €
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	30 à 50 €
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	20 à 40 €
Quel serait le prix d'appel ?	40 €
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	80 €
Marketing promotion	
1 image de visuel en particulier ?	L'homme les yeux fermés, face au cheval sur l'Allée des Bœufs-Marchés
1 slogan ?	A cheval sa nous calme...
1 storytelling ?	Venez vous ressourcer et vous retrouver grâce au cheval -
1 mot à inclure dans le titre ?	Quiétude
Marketing place	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	
Avis logistique	
L'accès était-il accessible ?	Oui facile
Le Parking était-il facile d'accès ?	Oui
Les consignes de Laetitia étaient-elle claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	Laetitia était très claire, rassurante, très agréable -

VISIOCONFERENCE DU 21/04/22

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET
EXPERIENCE**

MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles

Mode d'emploi :

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis ☺

Questionnaire de : JP Gold

Questions	Réponses
Emotions	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	sérénité, relaxation
Quel est le moment que vous avez préféré ?	la fin de la randonnée
Veille / Benchmarking	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	la personnalité de l'activité l'alliance entre cheval, nature, paysage
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	Pas à ma connaissance
Marketing Produit	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	hébergement de charme avec restauration
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	oui
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	varié
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	bonne
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	super
Qu'auriez-vous fait différemment ?	—
Un petit plus à suggérer ?	—

Marketing prix	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	150 à 300 €
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	150 € / per
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	60 à 80
Quel serait le prix d'appel ?	60
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	-
Marketing promotion	
1 image de visuel en particulier ?	Alia e eto d'été chaud
1 slogan ?	déconstruite équilibrée e fait
1 storytelling ?	
1 mot à inclure dans le titre ?	
Marketing place	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	plateforme esprit haute se france.com
Avis logistique	
L'accès était-il accessible ?	simple et facile
Le Parking était-il facile d'accès ?	Oui
Les consignes de Laetitia étaient-elles claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	parfait.

VISIOCONFERENCE DU 21/04/22

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET
EXPERIENCE**

MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles

Mode d'emploi :

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis 😊

Questionnaire de : MARIE AODIERNE

Questions	Réponses
Emotions	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	Apaisement
Quel est le moment que vous avez préféré ?	La balade
Veille / Benchmarking	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	L'accompagnement ANIMATEUR
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	NON
Marketing Produit	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	visite château de Compiègne
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	OUI
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	Très bien
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	Très bien
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	Très bien
Qu'auriez-vous fait différemment ?	rien
Un petit plus à suggérer ?	

Marketing prix	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	40 €
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	40 €
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	30 €
Quel serait le prix d'appel ?	30 €
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	60 €
Marketing promotion	
1 image de visuel en particulier ?	Henson + beaux mots
1 slogan ?	
1 storytelling ?	thérapie, nature, animal
1 mot à inclure dans le titre ?	conscience
Marketing place	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	web
Avis logistique	
L'accès était-il accessible ?	oui
Le Parking était-il facile d'accès ?	Oui
Les consignes de Laetitia étaient-elle claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	Oui, très bien

VISIOCONFERENCE DU 21/04/22

**MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME INTERREG FRANCE MANCHE ANGLETERRE - PROJET
EXPERIENCE**

MT 3 : T2.2.2 : création de nouvelles offres expérientielles

Mode d'emploi :

- Réponse courte : privilégiez et choisissez un mot dans la mesure du possible. Lorsque nous avons besoin de précision, nous l'avons mentionné dans la question.
- Il n'y a pas de bonne réponse, ce questionnaire est surtout fait pour recueillir votre avis ☺

Questionnaire de : Hélène Reitzgen

Questions	Réponses
Emotions	
Quelle émotion pour décrire l'animation ?	Recueillement - sérénité
Quel est le moment que vous avez préféré ?	Le contact avec le cheval
Veille / Benchmarking	
Qu'est-ce qui, selon vous, différencierait cette offre d'une autre offre « bien-être » ?	Justement cette interaction avec l'animal dans un cadre privilégié, avec une guide sophro.
Existe-t-il un produit similaire en Hauts-de-France ? Si oui, précisez.	je l'ignore.
Marketing Produit	
Avec quel autre produit pourrait-on le combiner ?	Balade à cheval + sophro = combinaison suffisante
La durée de l'activité était-elle suffisante ?	Pourrait durer 3h.
Qu'avez-vous pensé de l'itinéraire ?	Intéressant avec la perspective sur l'ancien des Beaux-Portes
Qu'avez-vous pensé de la partie à pied ?	Bienvenue, contact différent en fait
Qu'avez-vous pensé de la partie montée ?	Trop courte !
Qu'auriez-vous fait différemment ?	
Un petit plus à suggérer ?	

Marketing prix	
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « un temps pour moi et pour nous » (tranche) ?	30 €/personne
Quel serait la tarification pour attirer les couples de la cible « en quête de soi » (tranche) ?	idem.
Quel serait la tarification pour attirer les familles monoparentales en quête de bien-être (tranche) ?	20 € / adulte 5-10 € / enfant max
Quel serait le prix d'appel ?	
Quel serait le prix d'acceptabilité à ne pas dépasser ?	
Marketing promotion	
1 image de visuel en particulier ?	Couple à deux en forêt
1 slogan ?	
1 storytelling ?	
1 mot à inclure dans le titre ?	Balade - Sophro - Nature
Marketing place	
A choisir, 1 canal de distribution à absolument inclure dans notre politique de distribution ?	Réseaux sociaux / Site de l'OT.
Avis logistique	
L'accès était-il accessible ?	Oui
Le Parking était-il facile d'accès ?	Oui
Les consignes de Laetitia étaient-elle claires ? Auriez-vous ajouté d'autres précisions, consignes ?	Peut-être davantage insister sur le rapport à l'animal et les soins à l'enfant.