



# Comment développer l'expérience visiteur

Nous allons commencer tout de suite. Veuillez couper votre micro et vous présenter dans la fenêtre de chat. Si vous ne l'avez pas encore fait, préparez-vous une tasse de thé !

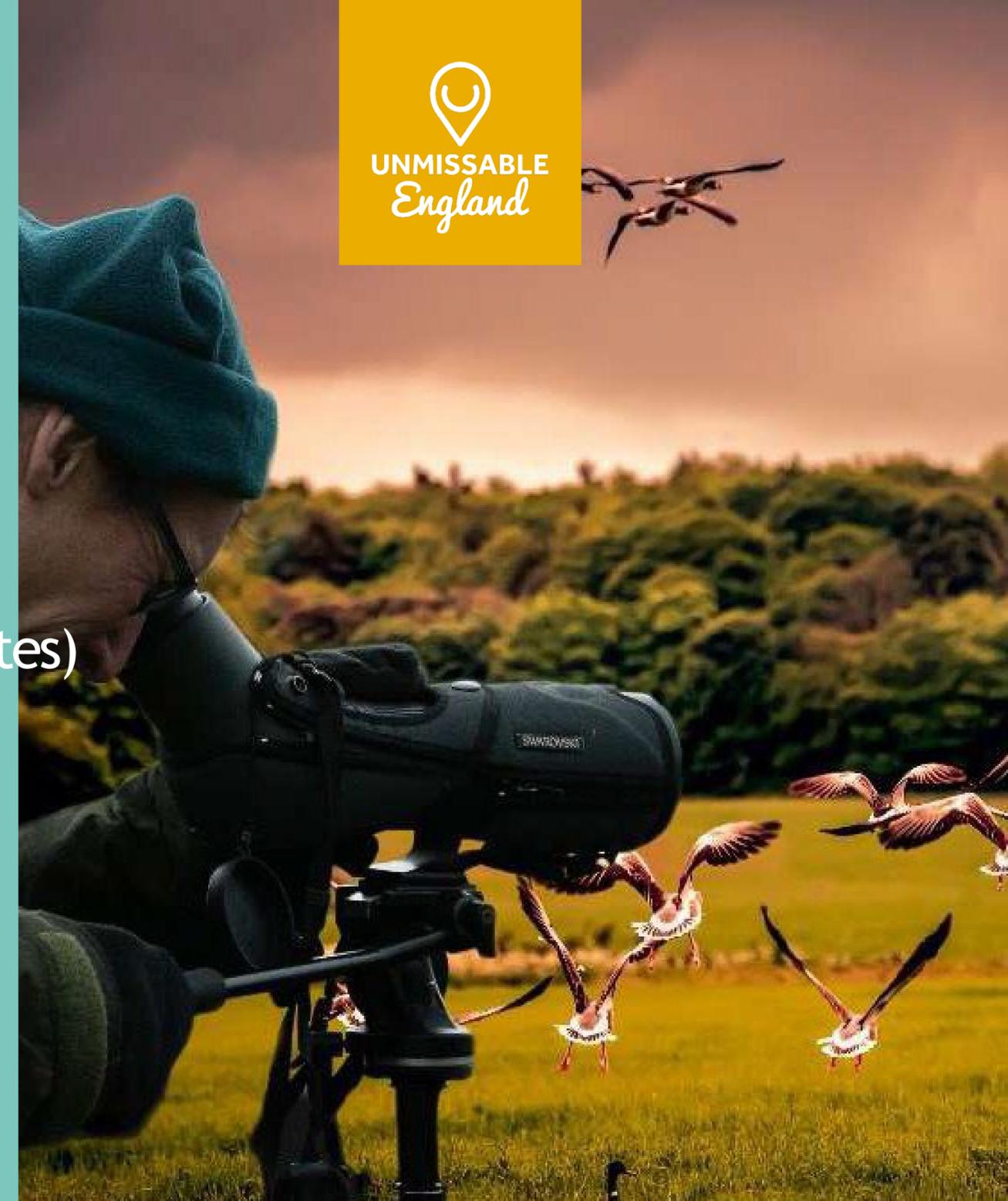


**EUROPEAN UNION**  
European Regional Development Fund



# À venir

- 10:00 Accueil et présentations (5 minutes)
- 10:05 Enseignements d'EXPERIENCE jusqu'à présent (10 minutes)
- 10:15 Tourisme expérientiel/expériences (10mins)
- 10:25 Activité de l'atelier 1 - Identifier les histoires (25mins)
- 10:50 Partage d'idées (15 minutes)
- 11.05 Pause (5 minutes)
- 11:10 Activité de l'atelier 2 - Personnes, lieu et participation (30 minutes)
- 11:40 Partage d'idées (15 mins)
- 11:55 Résumé - qu'est-ce qu'une bonne expérience (5 mins)
- 12:00 Avantages d'avoir une expérience réservable (15 mins)
- 12:15 Questions et réponses, prochaines étapes (15 mins)
- 12:30 Fin de la session



**EUROPEAN UNION**  
European Regional Development Fund



**Norfolk**  
County Council



# Accueil et points pratiques

- Veuillez mettre votre microphone en sourdine pendant la présentation ; et veuillez montrer votre nom complet si vous le pouvez (bouton "plus" à côté du nom).
- Si vous avez des problèmes de connexion, il peut être utile de désactiver la vidéo.
- Les questions sont les bienvenues à tout moment. veuillez taper votre question dans le chat.
- Une copie de la présentation et des prochaines étapes sera distribuée après l'atelier.
- Cette session est enregistrée, mais vous et le chat ne le sont pas.



# Interreg



France ( Channel  
Manche ) England

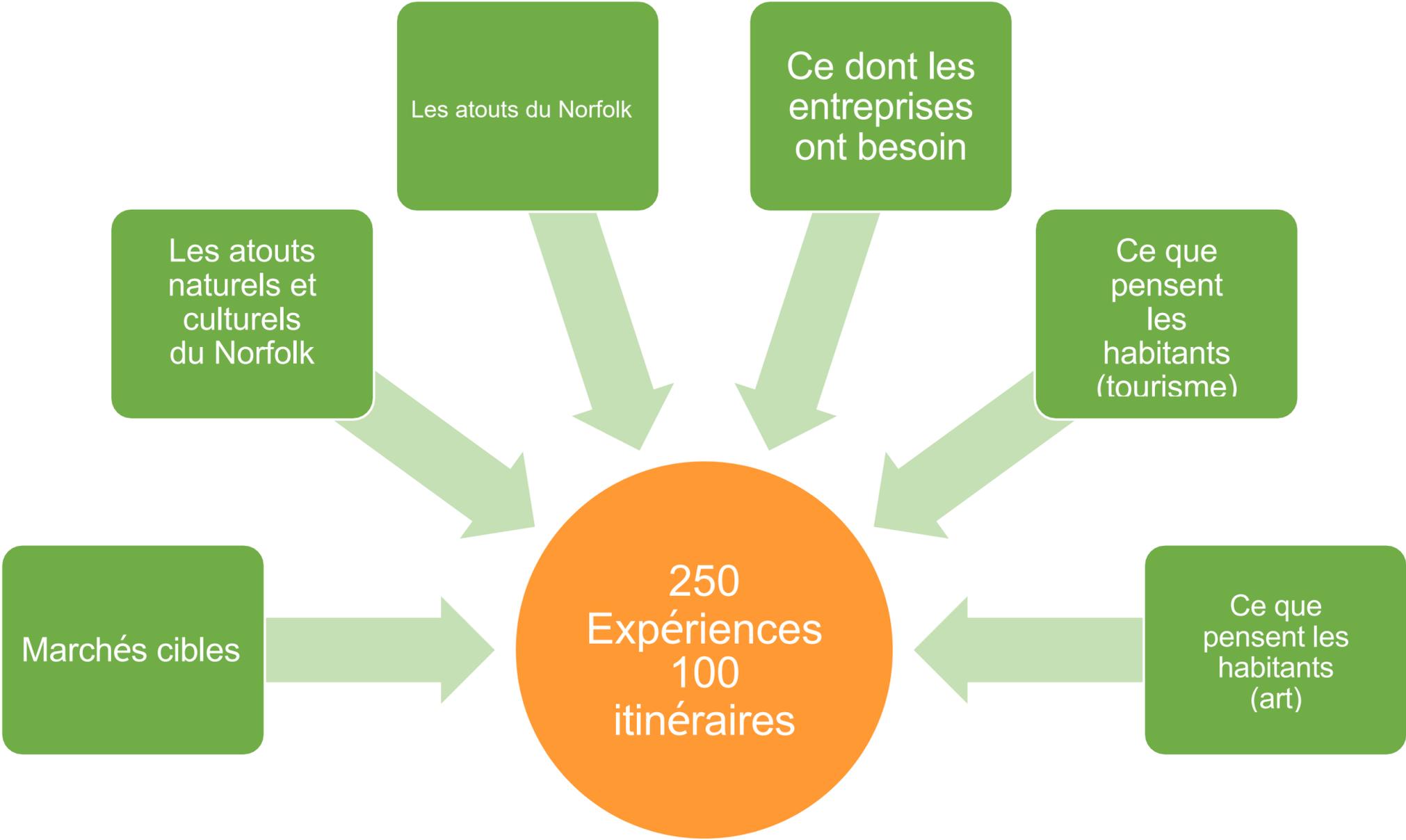
## EXPERIENCE

European Regional Development Fund

### Qu'avons-nous appris jusqu'à présent ?



# Information, où en sommes-nous ?







# Analyse des options pour le tourisme hors saison

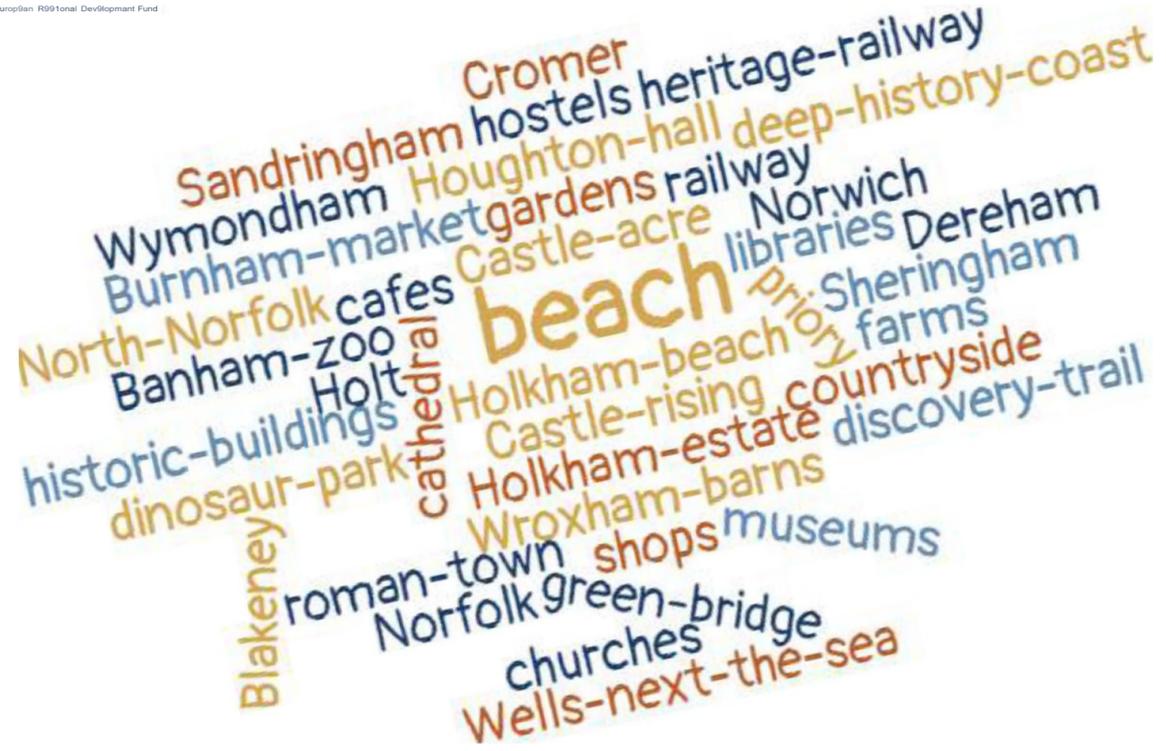
## *Recherche documentaire*

- Cartographie des atouts - atouts naturels et culturels dans le Norfolk
- Registre des activités hors saison existantes
- Base de données d'idées et d'inspirations
- 125 "expériences" hors saison gratuites en cours de développement

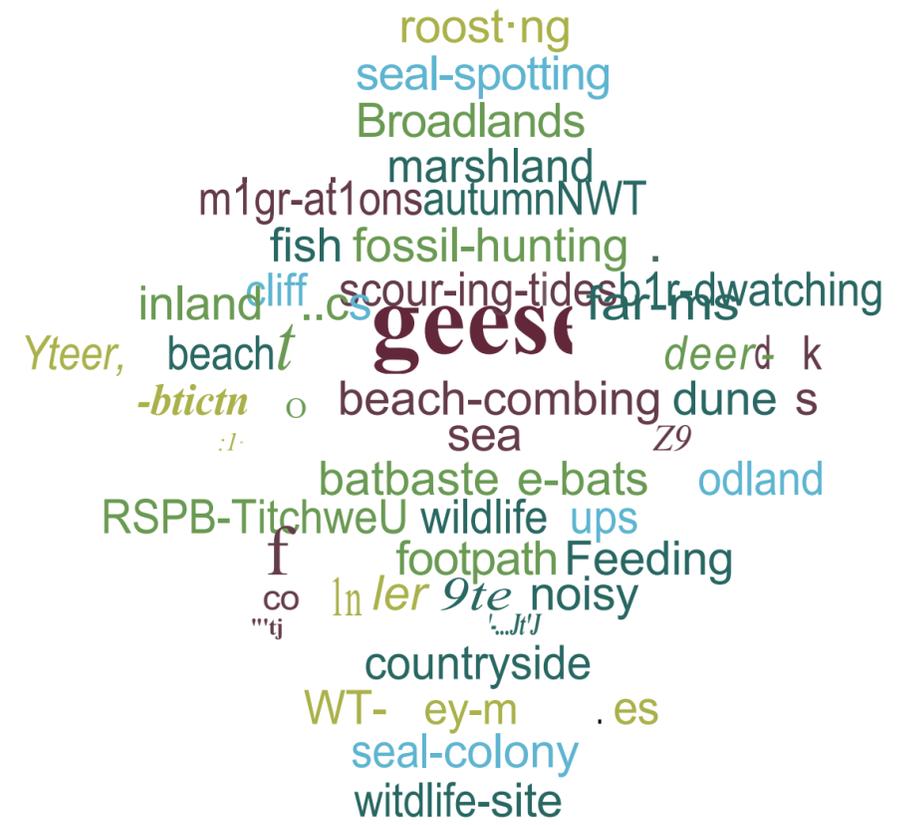
## *Engagement du public*

- Réponses locales sur les arguments de vente uniques du Norfolk hors saison

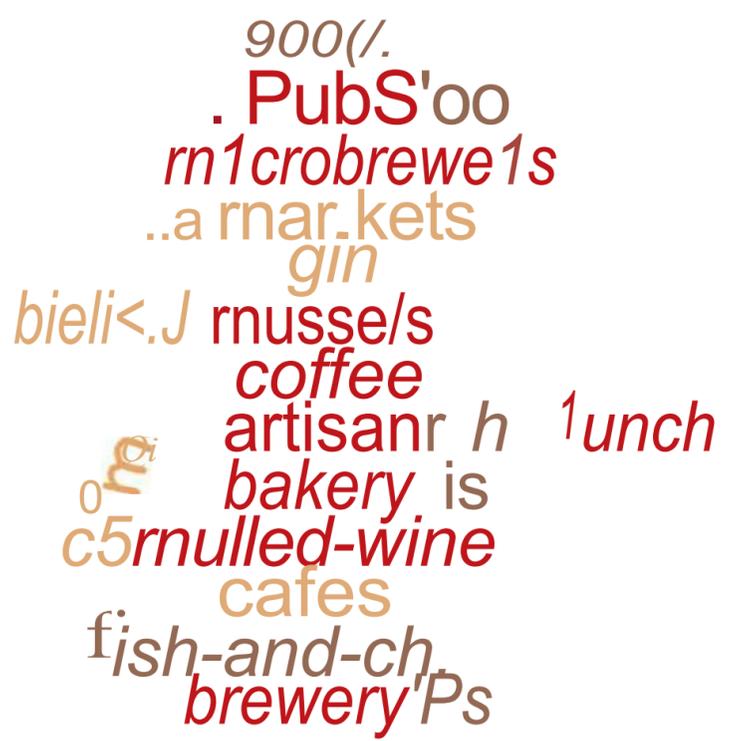
## Localisation



## Nature



## Descriptif



## Alimentation et boissons

## Activité

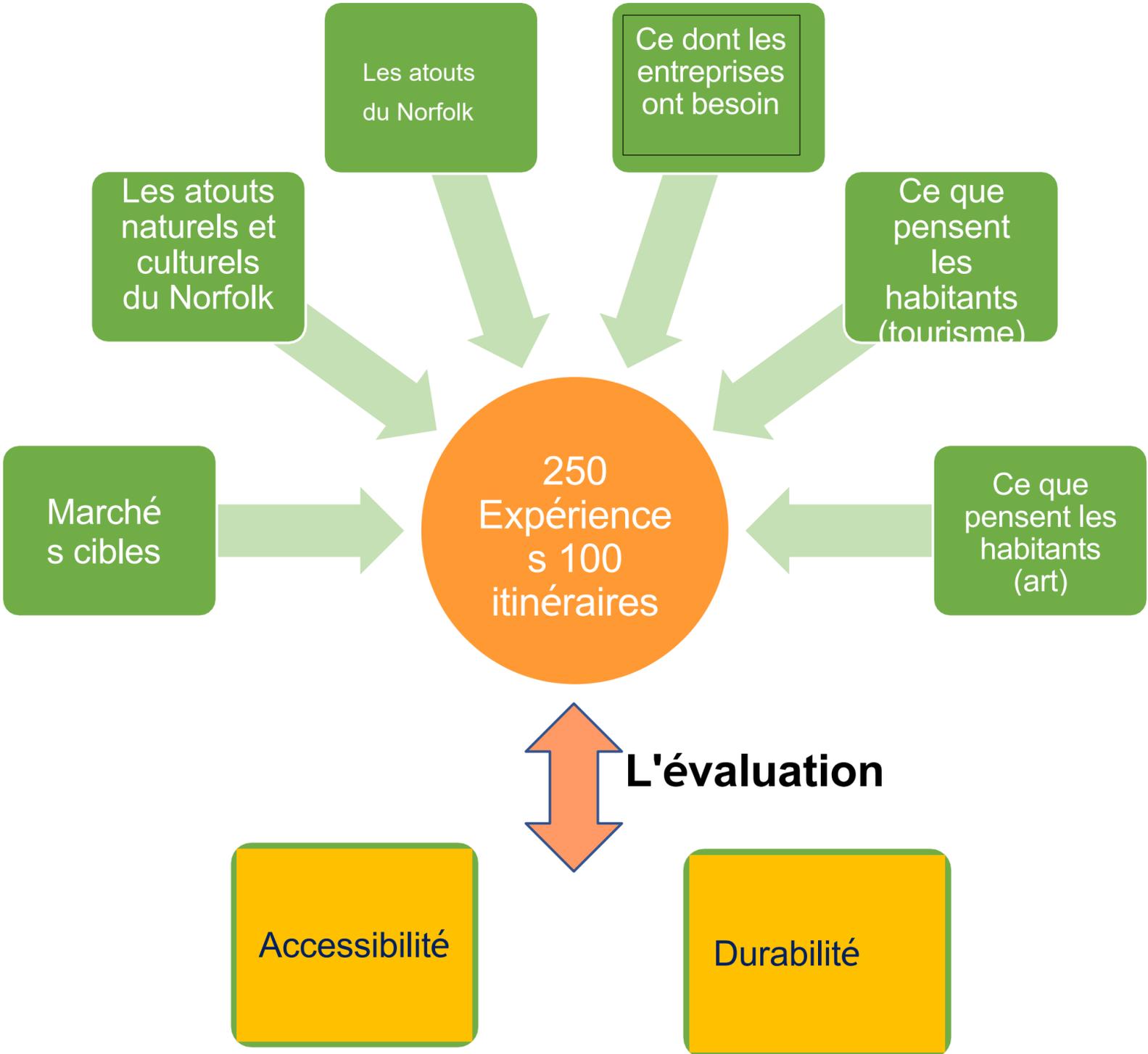
## Architecture

## Patrimoine et culture





# Données : perspectives d'avenir ....



# Des avantages durables pour l'économie, l'environnement et la société

Évaluation des performances économiques, environnementales et sociales

	Enquêtes auprès des visiteurs
	Enquêtes auprès des entreprises
	Enquêtes auprès des résidents



“Un produit  
touristique est ce  
que vous achetez;  
une expérience  
touristique, c'est ce  
dont on se souvient”

Commission Canadienne du Tourisme

Baking bread in one of the  
oldest ovens in England is a



# Introduction au tourisme expérientiel



## Les composantes d'une expérience

Le tourisme expérientiel offre de toutes nouvelles possibilités, bien au-delà du paysage touristique traditionnel des produits basés sur des produits ou des services.

Une expérience implique activement les visiteurs, où ils créeront des souvenirs durables et auront l'occasion de s'engager dans les histoires locales, la culture et de se connecter à l'essence d'un lieu et de ses habitants.

C'est l'alignement des quatre éléments suivants qui permet de créer une expérience pour les visiteurs ;

- ▶ Ressources
- ▶ Produits
- ▶ Services
- ▶ Histoires et personnes locales



# Introduction au tourisme expérientiel

## Progression de la valeur économique

Il existe de nombreuses possibilités au-delà de la fourniture de produits touristiques traditionnels basés sur des produits et des services.

La Commission canadienne du tourisme appelle cela "la progression de la valeur économique". Le diagramme suivant illustre le processus qui consiste à passer de l'offre de marchandises, de produits et de services individuels à l'offre d'expériences convaincantes et attrayantes.

## Expériences

= Valeur économique accrue



## Exemple de vignoble

Une plus grande différenciation  
Rendement plus élevé



Indifférenciation  
Rendement inférieur

Prix



# Expériences

Quelle est la différence avec une visite guidée?



LES PERSONNES, LE LIEU ET LA PARTICIPATION



Un

L'histoire

 CE QUI FAIT UNE BONNE EXPÉRIENCE



# Deux

## Les invités ont faim

 CE QUI FAIT UNE BONNE EXPÉRIENCE

# Trois

THREE

## L'inattendu

Quatre



Ce qui est attendu

CE QUI FAIT UNE BONNE EXPÉRIENCE





Give

Rester simple et flexible

CE QUI FAIT UNE BONNE EXPÉRIENCE

# Les Broads en kayak ou en paddle

Norfolk Outdoor Adventures est spécialisé dans l'offre d'expériences guidées de haute qualité et dans l'enseignement du kayak et du stand up paddle. Admirez la beauté des Broads d'une manière unique, tout en profitant des bienfaits physiques et mentaux que procure le fait d'être en plein air, entouré par la nature. Admirez la merveilleuse faune de cette zone d'intérêt scientifique spéciale depuis l'eau et plongez dans la beauté époustouflante de la région de Heigham Sound & Hickling Broad - l'un des joyaux de la couronne du parc national.

- ✓ Une expérience immersive et active avec des cours et des conseils d'experts
- ✓ Profitez des paysages époustouflants et de la diversité de la faune et de la flore de la région - 36 des espèces les plus rares du Royaume-Uni vivent dans cette partie du parc national des Broads
- ✓ Un équipement de première qualité pour que vous profitiez au maximum de votre expérience



4 heures | 45£ par personne

# Surf, yoga et camp de vacances en forêt

Développez vos compétences en surf et découvrez les meilleures plages de Comouailles lors de cette expérience de deux jours. La première journée sera consacrée à l'apprentissage des techniques de base du surf, puis nous terminerons la journée par une séance de yoga réparateur au camp, dans les bois. Le soir, nous ferons un barbecue, nous lancerons des haches, nous profiterons du feu de camp et nous dormirons dans des tentes à clochettes en toile partagées.

Le lendemain, nous nous réveillerons avec une séance de yoga, puis nous approfondirons nos connaissances en matière de surf sur une autre plage réputée de Newquay.

- ✓ Expérience de deux jours
- ✓ Apprendre à surfer
- ✓ Séances de yoga



2 jours | 169€ par personne

# Première activité de l'atelier

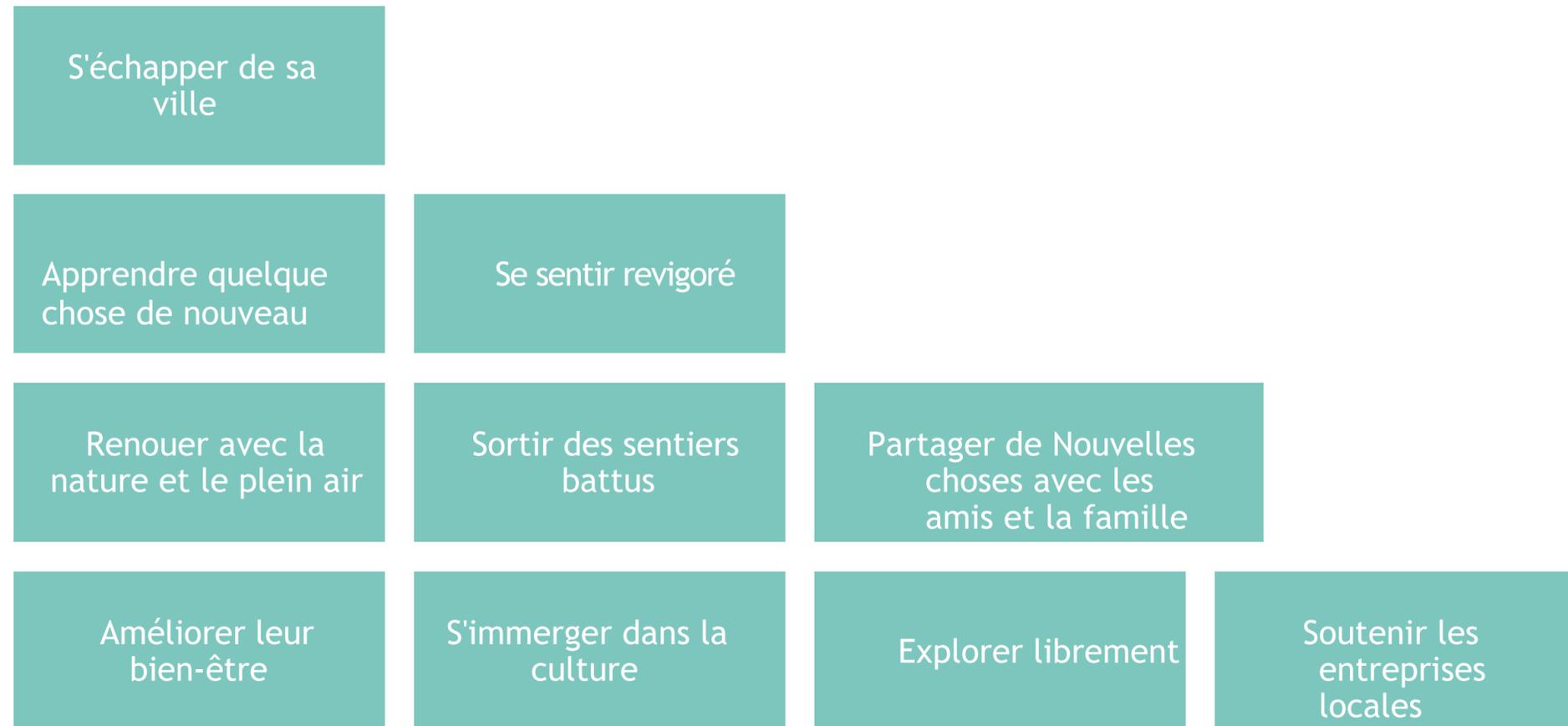


- Tout d'abord, présentez-vous ainsi que le type d'expérience que vous souhaitez développer ;
- Identifiez les histoires "attendues" dans votre région ;
- Ensuite, les histoires "inattendues" de votre région
- les choses que la plupart des visiteurs ne savent pas déjà ;
- Comment transformer ces histoires en nouvelles expériences pour les visiteurs ?



# Tendances du tourisme expérientiel

Les éléments constitutifs de ce que les visiteurs aimeraient ressentir lors de leurs prochaines vacances au Royaume-Uni



Source: Unmissable England 2021



# Marchés expérientiels des visiteurs d'hors-saison

## Vivre le Norfolk de manière durable

EXPERIENCE cible les visiteurs intéressés par le voyage hors saison

- Envie d'évasion
- A la recherche d'expériences authentiques "vivre comme un local".
- Pas d'enfants ou enfants de plus de 18 ans
- Disponibles pour voyager en dehors des vacances scolaires
- Ont du temps et de l'argent à dépenser



Aussi :

- Cyclistes et marcheurs
- Visiteurs ayant des besoins physiques, sensoriels ou culturels

Marchés géographiques et calendrier :

- Phase 1 - Marché intérieur
- Phase 2 - Marché international (Allemagne, Pays-Bas, Belgique, France)

Qui aime voyager en basse saison ?

Le tourisme hors saison s'adresse à ceux qui ont un véritable sens de l'aventure ;  
à ceux qui osent penser un peu différemment ;

Pour ceux qui ont un esprit d'aventure, de courage, d'exploration et d'illumination ;

Pour ceux qui voyagent et sont à la recherche d'expériences véritablement nouvelles et  
qui veulent revenir avec des histoires à raconter sur leurs découvertes ;

Nous sommes pour ceux qui vont littéralement à contre-courant de la foule.

Millennials  
& plus  
de 55  
ans



# Activité de l'atelier deux



Comment allez-vous raconter votre histoire à l'aide des trois éléments ?



Les personnes



Le lieu



La participation



QUI VISEZ-VOUS ET DANS QUELLE MESURE VOTRE EXPERIENCE SERA-T-ELLE DURABLE ?





# Conseils à retenir



- Personnes, lieu, participation
- S'en tenir à l'histoire
- L'attendu et l'inattendu
- Simplicité et flexibilité



# Coûts et bénéfices



## Example:

Here are some costings for "Boots, Beavers and Boats", a 7-hour experience priced at £120 per person.

The business uses TXGB as its booking system and distributes via TripAdvisor Experiences.

	Time/Cost	Per person	Per group of 4
Your time & staffing resource in admin prior to experience; (e.g. enquiries and bookings, scheduling dates on OTAs etc)	1 hour	£10	£10
Your time & any staffing resource in delivering the experience	7 hours	£70	£70
Booking system fees, when making booking through distributor	TXGB	2.5% (£3)	2.5% (£12)
Commission to OTA's or trade (marketing budget)	TripAdvisor Experiences	20% (£24)	20% (£96)
Pay entry to venues	Boat museum donation	50p	£2
Equipment hire	Boat hire	£4	£16
Refreshments and meals	Pub lunch and pint	£7	£28
Local marketing	Leaflets in local hotels and website hosting	10p	40p
Transportation	Pick-up in company mini-bus - fuel	10p	10p
Insurances and licensing	Public liability insurance	5p	20p

## Totals

Sale	£120	£480
Costs	£118.75	£234.70
<b>Profit*</b>	<b>£1.75 (+ £80 your time)</b>	<b>£245.30 (+ £80 your time)</b>

\*it's good practice to count your time as a cost, especially if you're a business providing the experience. If you're an individual you might simply see this as a part of your profit line.

## TOP TIP

Don't be afraid to negotiate pricing with the businesses you work with. For example; talk to the pub you're having lunch in or the boat hire company and get a discounted price per head, tell them you will bring them regular trade throughout the year.

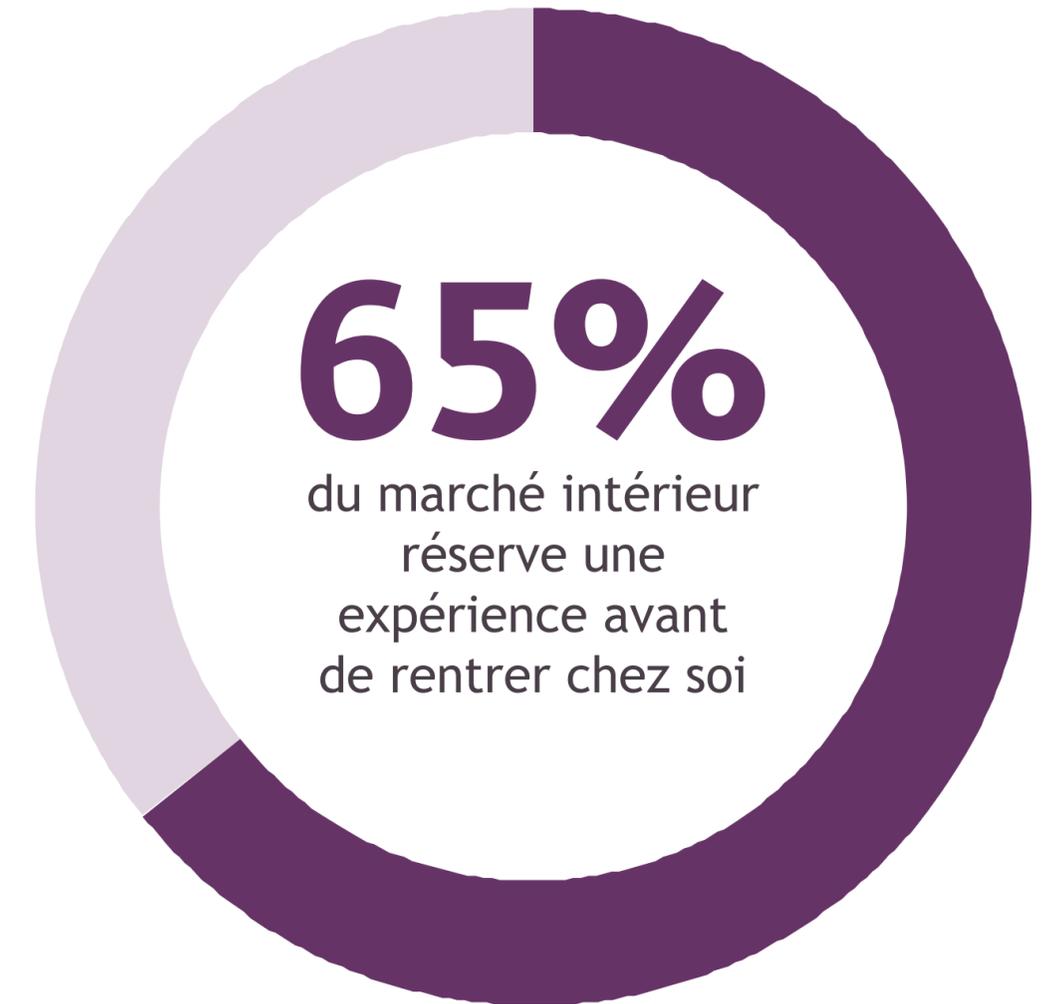
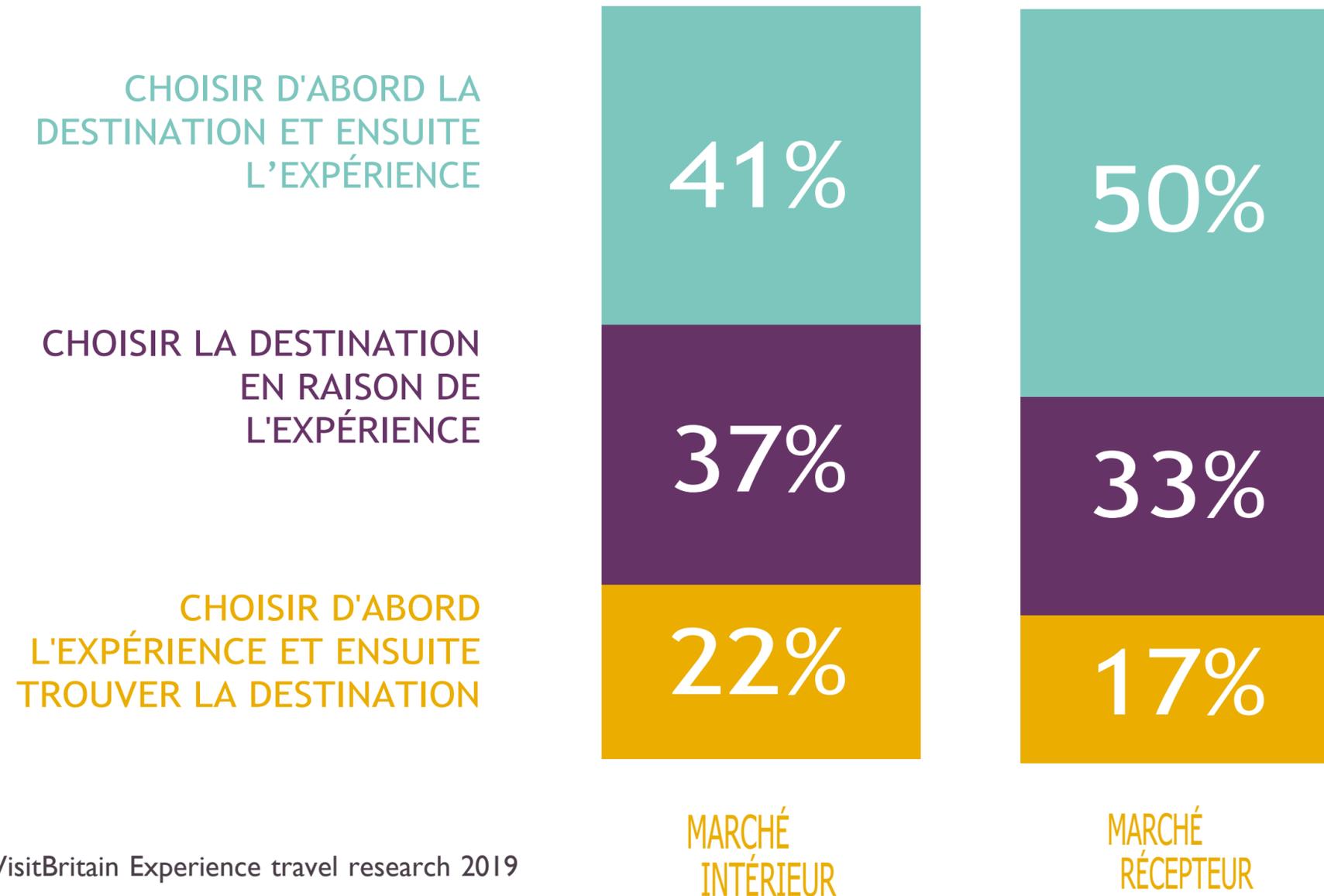


QUEL EST LE COÛT DE VOTRE EXPÉRIENCE ?

# La capacité de réservation et le paysage de la distribution touristique



## Influence de l'expérience des destinations de vacances en Grande-Bretagne



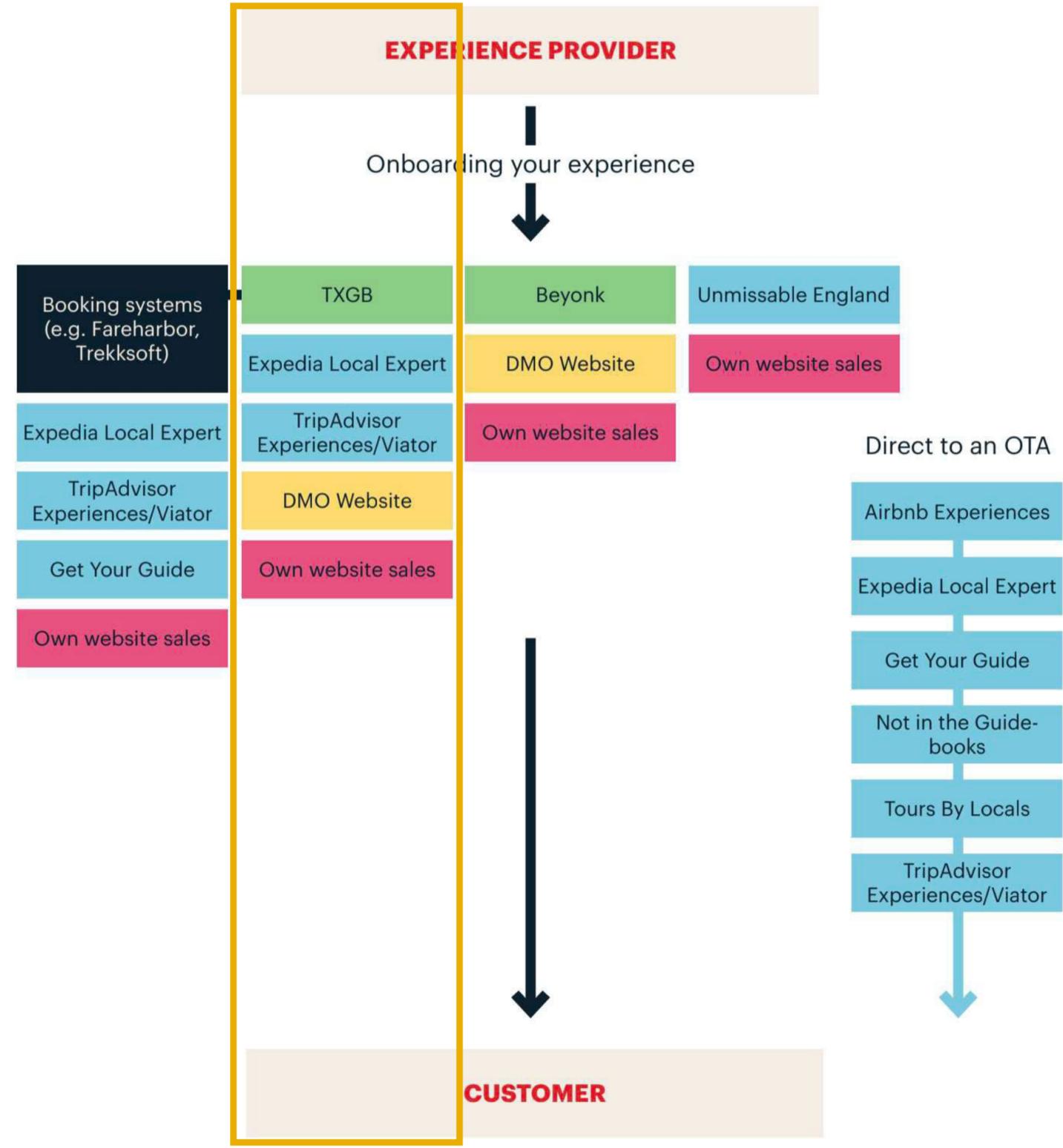
Réservation à l'avance

# Distribution - voies d'accès au marché

## Agences de voyage en ligne



# Distribution



**TXGB** Tourism Exchange Great Britain

# Liste de contrôle



✓ Assurances, licences, certificats d'hygiène alimentaire

✓ Lire les conditions générales de vente avant d'accepter

✓ Pensez à vos marchés et à la façon dont les visiteurs vont réserver

✓ Avoir un plan de tarification qui inclut les frais de service

✓ Avoir de la disponibilité

# QUESTIONS ET RÉPONSES



# Prochaines étapes et futures opportunités

## Des idées?

Complétez le formulaire d'activité et renvoyez-le nous à [experience@norfolk.gov.uk](mailto:experience@norfolk.gov.uk) d'ici le **vendredi 16 juillet**

Inscrivez-vous à notre newsletter du Norfolk: [www.norfolk.gov.uk/experienceupdates](http://www.norfolk.gov.uk/experienceupdates)

Nouvelle vague d'opportunités **de formation et de mise en réseau** à l'automne

Intéressé(e) par EXPERIENCE en dehors du Norfolk? [www.tourismexperience.org](http://www.tourismexperience.org)





**UNMISSABLE**  
*England*

**CHRIS BRANT**

**Conseiller en Affaires Touristiques**

[chris@unmissableengland.com](mailto:chris@unmissableengland.com)

07828580040

[www.unmissableengland.com](http://www.unmissableengland.com)



**EUROPEAN UNION**  
European Regional Development Fund



**Norfolk**  
County Council

**Interreg** | EUROPEAN UNION  
France ( Channel | Manche | England.  
EXPERIE C  
European Regional Development Fund