



Agence  
signe  
DES  
temps  
PARIS  
BORDEAUX  
COPENHAGUE

# VOYAGE EN EXPÉRIENTIEL

Séminaire dédié à la création  
d'offres expérientielles en Côtes  
d'Armor sur la saison Automne-Hiver

Agence Signe des Temps  
Décembre 2021



UNION EUROPÉENNE

Fonds Européen de Développement Régional



Interreg   
France ( Channel ) England  
EXPERIENCE

Fonds européen de développement régional

1

**OBJECTIF**  
**INSTALLER UNE NOUVELLE**  
**VRAIE SAISON TOURISTIQUE**  
**L'AUTOMNE ET L'HIVER EN**  
**CÔTES D'ARMOR**

U N C O N T E X T E  
F A V O R A B L E  
P O U R L A N O U V E A U T É

D E N O U V E L L E S M O T I V A T I O N S  
D E N O U V E L L E S P R A T I Q U E S

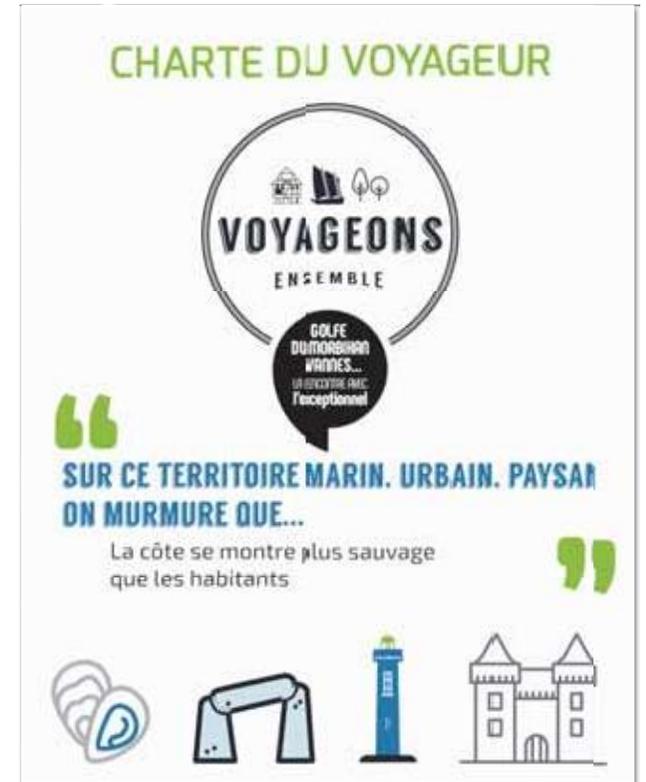
Conscience écologique, voyage local, quête de sens, mais aussi nouvel engouement pour la destination France, nouvel attrait pour les destinations plus confidentielles, nouveau rapport entre travail et vie privée.



Visit Iceland



Auvergne Rhone-Alpes Tourisme



Office de Tourisme Golfe du Morbihan Vannes

# U N C O N T E X T E F A V O R A B L E P O U R L A N O U V E A U T É

**96%**

**des Français perçoivent la nature comme un lieu de bien être et de ressourcement.**

(OpinionWay, 2015)

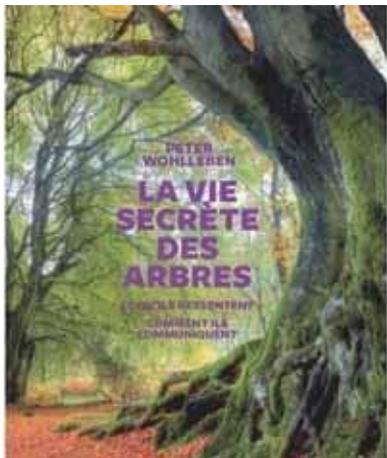
**69%**

**Des Français ont déclaré que les espaces verts publics leur avaient manqué durant le confinement.**



Ce chiffre monte à **84%**  
**pour les habitants des grandes métropoles.**

# U N C O N T E X T E F A V O R A B L E P O U R L A N O U V E A U T É



**Best-seller en 2017**

**x6**

C'est le chiffre par lequel la **surface totale des villes** pourrait être multipliée d'ici 2100.

**8/10**

des Français résident dans une unité urbaine

**1/4**

résident dans une unité urbaine de + de 100 000 habitants

**1/6**

résident dans l'unité urbaine de Paris

Unité urbaine : commune ou ensemble de communes présentant une zone de bâti continu et au moins 2 000 habitants (INSEE 2020).

U N C O N T E X T E  
F A V O R A B L E  
P O U R L A N O U V E A U T É

QUE NOUS DISENT LES URBANISTES ?

À la ville

On est passé d'une attente de jardin  
(le rêve de la maison individuelle)

**À une attente de forêt ...**

**Et la forêt doit cacher la ville**

**JE PARS**

**EXCLUSIF**

# Le palmarès des villes d'avenir

Changer de région : beaucoup en rêvent. Mais attention : toutes les destinations ne se valent pas. Il y a les villes où il fait bon vivre, celles où l'on trouve vite un poste, celles où il est facile de créer son affaire... Pour cette enquête, L'Express a découpé la France en quatre zones : Nord-Ouest, Nord-Est, Sud-Ouest et Sud-Est. Puis a passé au crible les 90 plus grandes agglomérations de l'Hexagone hors Ile-de-France. A vous de choisir!

Illustration : L'Express.com / Pierre Pélissier

**JE PARS**

**l'express** **REUSSIR**

# QUITTER PARIS

**EXCLUSIF 100 VILLES AU BANC D'YVES!**

Les clés du succès

**franceinfo**

De s'installer ? Les critères pour bien choisir  
Les régions qui recrutent  
Ma start-up aux champs  
Zoom sur Marseille, Rennes, Caen...

Centre de l'Hexagone | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

**ISLAMISME** ENQUÊTE SUR DES ASSOCIATIONS SUSPECTES | **HANNON** SON PALMARÈS POUR UNE ÉCOLOGIE SOCIALE

# L'OBS

## QUITTER LES MÉTROPOLIS

Notre palmarès des villes moyennes où il fait bon vivre

P. 20

# Les Millennials cœur de cible du marketing expérientiel

« PLUS DE 8 JEUNES SUR 10  
DÉCLARENT PRÉFÉRER  
DÉPENSER DE L'ARGENT POUR  
VIVRE DES EXPÉRIENCES QUE  
POUR POSSÉDER UN BIEN »

(Etude EvenBrite - 2014)



Entre  
**24-36 ANS**



**25%**

de la population européenne  
Ils représenteront 76% des  
salariés des entreprises d'ici à  
2025.



Ils partent  
**5 FOIS/AN**

Ils recherchent  
des découvertes improvisées  
23% - les « backpackers »  
des aventures planifiées  
17% - les « explorateurs »

U N C O N T E X T E  
F A V O R A B L E  
P O U R L A N O U V E A U T É  
B R E T A G N E : U N D É S I R D ' O U E S T  
T O U J O U R S P L U S F O R T

2ème destination de vacances des Français en 2020

**La destination la plus recherchée sur Google en 2021 - « Vacances en Bretagne »**

Une attractivité très forte, une clientèle particulièrement « fidèle ».

Une opportunité pour faire des clients des *repeaters* en Automne–Hiver : on ne vit pas la même chose, tourisme plus confidentiel, séjours et tourisme qui peut répondre à un tourisme contemporain et à des nouvelles demandes .

# DES DÉFIS INHÉRENTS À RELEVER

INSTALLER L'AUTOMNE ET  
L'HIVER COMME UN RÉFLEXE,  
C'EST UN DÉFI EN SOI

saisons les plus creuses, avec moins de clientèles, un climat difficile et de nombreuses prestations fermées sur les territoires

Face à des majors bien installées : montagne, « destinations soleil » (Bassin Méditerranéen, Asie, Outre-Mer)

Un marché du court séjour extrêmement concurrentiel est un marché de conquête de toutes les destinations qui affichait la plus forte croissance (+ 5 points entre 2017 et 2018)

DANS CE « NOUVEAU CADRE »  
CÔTES D'ARMOR DESTINATION : UNE  
AMBITION PIONNIÈRE

## DÉVELOPPER UN TOURISME EN AUTOMNE ET EN HIVER

**2 saisons qui restent « à conquérir »**

**Le « vrai » hors-saison du 20 Septembre au 20 Mars**

**Le « terrain de jeu » idéal pour le développement d'un « nouveau tourisme »**

# 1 LEVIER LE TOURISME EXPÉRIENTIEL POUR CONVAINCRE

# L'EXPÉRIENCE CETTE ATTENTION EN PLUS

L'EXPÉRIENCE VA PERMETTRE DE  
DISTINGUER LA DESTINATION

## **Des expériences remarquables**

qui soient partagées, multisensorielles, innovantes, humaines et durables.

## **Une expérience client optimisée**

qui rassure, qui marque, qui crée la préférence et garantit la qualité de l'expérience

L'EXPÉRIENCE CETTE  
ATTENTION EN PLUS

UNE EXPÉRIENCE RÉUSSIE SE  
COMPOSE DE 3 DIMENSIONS

**Les sens**

ce que l'on ressent physiquement

**Les émotions**

ce que l'on ressent psychologiquement

**La compréhension**

ce que l'on fait là

# LES CIBLES DE L'AUTOMNE HIVER

## Les clientèles qui viennent

On veut en faire des ambassadeurs de la Bretagne en Automne et en Hiver

***En leur faisant vivre une expérience client remarquable***

## Les clientèles qui ne viennent pas

Ils pourraient venir car ils viennent en été ou parce qu'ils connaissent la Bretagne

***En captant leur intérêt, en leur montrant de loin ce qu'ils vont vivre de près  
sous la forme d'expériences remarquable***

# L'EXPÉRIENCE CETTE ATTENTION EN PLUS

Dans un contexte où l'Homme a un mode de vie souvent coupé de la nature par l'urbanisation et les technologies,

**l'expérience future de la nature devient plus que jamais une mission pour le tourisme, dans une version éco-responsable, soucieuse du bien commun et capable « d'éduquer les clients »**

(cf. Parc Naturel du Vercors)

**L'expérience de la nature en Côtes d'Armor en hors-saison doit s'accompagner à la fois de récits motivants mais aussi d'une sensibilisation beaucoup plus forte aux bonnes pratiques et au sens.**

# COMTÉ DU 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...



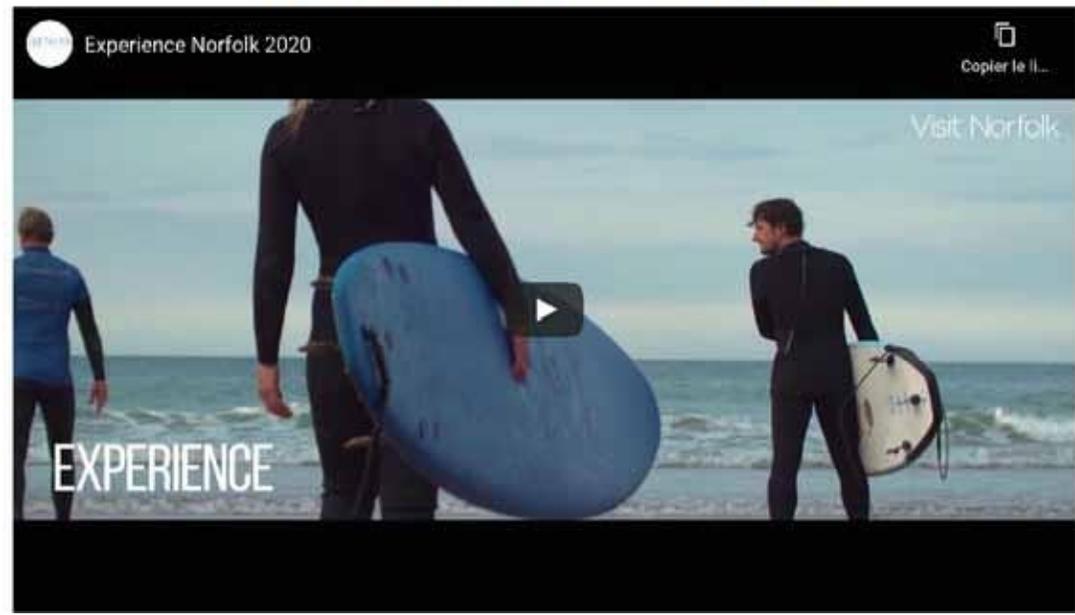
## Running in Kent

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

# COMTÉ DE NORFOLK

**IT'S TIME TO CREATE  
MOMENTS THAT MATTER**

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



LA MÉTHODE EXPÉRIENTIELLE POUR  
PORTER UNE AMBITION PIONNIÈRE

## CRÉER DE NOUVELLES TRADITIONS EN AUTOMNE ET EN HIVER

**D'une collection d'expériences Automne et Hiver**

qui viendra capter l'attention des cibles, comme des produits « vitrine »

**D'un ensemble de « services » collectifs ou individuels**

qui viendront sublimer l'expérience client et garantir une attention spécifique en ces saisons

**De saisons « test & learn » et expérimentales**

qui par leur caractère pionnier constituent un « terrain de jeu » à explorer collectivement avec vous

LE DÉBAT EST OUVERT !

**Quelles motivations  
pourraient donner envie de  
cette période particulière ?**



# Le programme de l'atelier

UN ATELIER EN TROIS ACTES



# **De l'expérience dans nos vies** **De l'expérience dans nos offres**

## **Acte 1**

### **Savoir se raconter**

L'expérience par le récit

## **Acte 2**

### **Faire preuve d'attention**

L'expérience par le service

## **Acte 3**

### **Se rendre incontournable**

Les séries limitées Automne et Hiver

# Acte 1

**Savoir se raconter**  
L'expérience par le récit



## SAVOIR RACONTER SON EXPÉRIENCE





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



## LE NOUVEAU LUXE

PARTIR AVEC CHILOWÉ

ACCOMPAGNÉ PAR RÉMI

### Premier bivouac hivernal sur les hauteurs du Jura

PRIX 250€ DURÉE 2 jours NIVEAU Dynamique

18 DÉC. 2021  
COMPLÉT

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  
COMPLÉT

# SAVOIR SE RACONTER L'EXPÉRIENCE PAR LE RÉCIT



## SAVOIR SE RACONTER L'EXPÉRIENCE PAR LE RÉCIT



*Détourner la façon dont vous parlez de votre offre  
Ici une référence à des couleurs spécifique  
Pourquoi pas votre nuancier Automne Hiver ?  
Ou du data visuel pour parler de vos expériences ?*

**UNE BANQUE SOLIDE ET ENGAGÉE  
À VOS CÔTÉS, POUR TRAVERSER LA CRISE**  
PRÉSENTE DANS 77 PAYS AVEC 200 000 COLLABORATEURS, ET PREMIÈRE BANQUE EUROPÉENNE DES ENTREPRISES

**EN FRANCE**  
**57 000 COLLABORATEURS BNP PARIBAS**  
LA POUR VOUS, DANS TOUTS LES TERRITOIRES

**69 000** ENTREPRISES BÉNÉFICIAIRES D'UN PACT MARKET-DRIVEN  
**2000** ENTREPRISES DE L'ÉCONOMIE SOCIALE & SOLIDAIRE

**79 000** REPORTS D'ÉCHÉANCES POUR NOS CLIENTS PARTICULIERS

**CLICK & COLLECT** E-COMMERCE  
NOUVELLES SOLUTIONS NUMÉRIQUES POUR ACCOMPAGNER LES COMMERÇANTS

**UNE OFFRE DÉDIÉE, PROPOSÉE À**  
**250 000** CLIENTS EN SITUATION DE FRAGILITÉ FINANCIÈRE

**2 MDS €** INVESTIS AU CAPITAL DES PME & ETI  
DANS TOUTES LES RÉGIONS POUR FINANCER LES PROJETS PROPRES

**CRÉDIT À 0%** POUR SOUTENIR LES ÉTUDIANTS ET LES APPRENTIS

**MERCI À NOS CLIENTS ET À NOS PARTENAIRES POUR LEUR CONFIANCE**

## **Acte 2**

**Faire preuve d'attention**  
L'expérience par le service



**ÊTRE À L'ÉCOUTE DES TENDANCES ET LE FAIRE SAVOIR**





**PRÊT DE MATÉRIEL  
OU CONSEILS POUR BIEN S'ÉQUIPER**  
Jumelles  
Poncho de pluie





# Acte 3

**Donner de nouveaux  
rendez-vous à nos clients**

**Les séries limitées**

**Automne et Hiver**

# Potentiel expérientiel en hors-saison

## Filière expérientielle n°1

Secrets de fabrication en Bretagne costarmoricaine

## Filière expérientielle n°2

L'univers de la Coquille Saint-Jacques

## Filière expérientielle n°3

L'Histoire de France version Bretagne

## Filière expérientielle n°4

En connexion avec la nature

## Filière expérientielle n°5

La mer en Hiver en Côtes d'Armor



UNION EUROPÉENNE  
Fonds Européen de Développement Régional



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