



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



UNION EUROPÉENNE

Fonds Européen de Développement Régional

Agence Signe des Temps  
Novembre 2021



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

**1**

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

LE DÉBAT EST OUVERT !

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

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

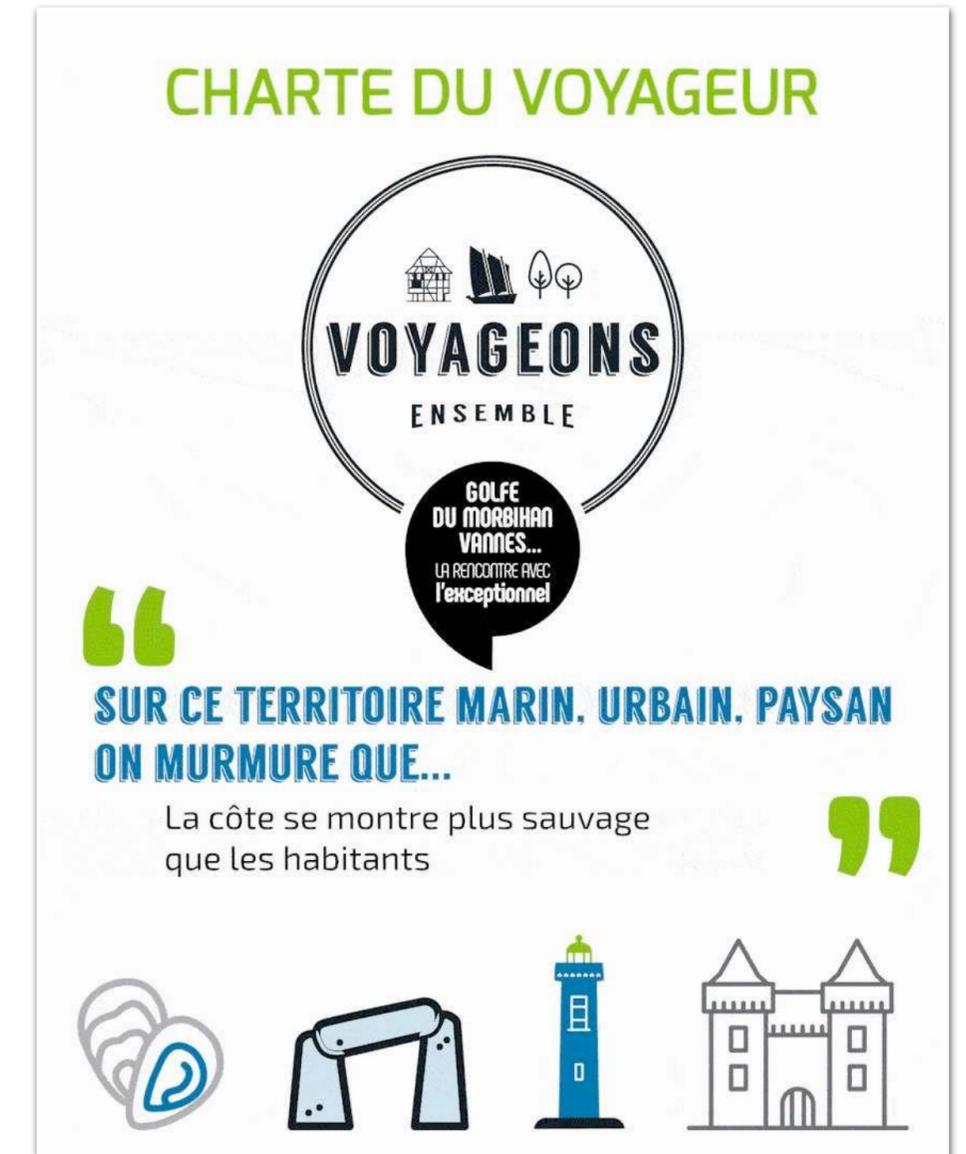
Conscience écologique, voyage local, quête de sens, mais aussi nouvel engouement pour la destination France, nouvel attrait pour les destinations plus confidentielles, nouveau rapport entre travail et vie privée.



Visit Iceland



Auvergne Rhone-Alpes Tourisme



Office de Tourisme Golfe du Morbihan Vannes



Agence  
signe  
DES  
temps  
PARIS  
BORDEAUX  
COPENHAGUE



# 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 RELEVÉ

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***

# 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;...



ACCOMPAGNÉ PAR ELÉONORE

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

PRIX DURÉE NIVEAU  
**190€** 2 jours Dynamique

18 DÉC. 2021  
8 PLACES



ACCOMPAGNÉ PAR RÉMI

## Premier bivouac hivernal sur les hauteurs du Jura

PRIX DURÉE NIVEAU  
**250€** 2 jours Dynamique

18 DÉC. 2021  
COMPLET

22 JAN. 2022  
6 PLACES

05 FÉV. 2022  
5 PLACES



ACCOMPAGNÉ PAR RÉMI

## Nouvel an raquettes et yourte dans le Jura

PRIX DURÉE NIVEAU  
**290 €** 2 jours Tranquille

31 DÉC. 2021  
COMPLET

LA MÉTHODE EXPÉRIENTIELLE POUR  
RPORTER UNE AMBITION PIONNIÈR  
E

# 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 programme de l'atelier

# **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 1

## Savoir se raconter

L'expérience par le récit



## SAVOIR RACONTER SON EXPÉRIENCE



# SAVOIR SE RACONTER L'EXPÉRIENCE PAR LE RÉCIT



*Détourner la façon dont vous parlez de votre produit  
Ici une référence à des couleurs spécifique  
Pourquoi pas votre nuancier Automne Hiver ?*

# SAVOIR SE RACONTER L'EXPÉRIENCE PAR LE RÉCIT



## SAVOIR SE RACONTER L'EXPÉRIENCE PAR LE RÉCIT



**9** **It has more bookshops than any other city in the world**

With a population of around 2.9 million, Buenos Aires has at least 734 bookshops – roughly 25 bookstores for every 100,000 inhabitants. Readers tend to prefer browsing to buying online, and with beautiful shops such as El Ateneo Grand Splendid – in a former theatre, where you can curl up with a book in one of the former box seats – you can understand why. [yenny-elateneo.com](http://yenny-elateneo.com)

## 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...





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](#)

# Acte 2

**Faire preuve d'attention**

L'expérience par le service

# Adopte un château : ou comment devenir propriétaire

Adopte un château a pour ambition de **sauver les châteaux considérés « en péril »** en offrant la possibilité à des donateurs de devenir co-propriétaires du château et de participer à son avenir.

À ce jour, **2 châteaux ont été achetés :**

celui de la **Mothe-Chandenier dans la Vienne** et celui de l'**Ebaupinay dans les Deux-Sèvres.**

Offrez-vous une part du château



## Akken : la visite culturelle par le son

À Créon - près de Bordeaux -, la société AKKEN, spécialisée dans l'**expérience immersive sonore** pour « révéler les territoires », proposer aux visiteurs une expérience de visite sonore enrichie, le « sonoplue ».

Dernièrement, la société a dévoilé un prototype de **fauteuil sonore** : un dispositif sonore immersif qui devrait séduire de nombreux musées ou sites de visites : s'asseoir pour souffler un peu et **être totalement disponible pour écouter de belles histoires.**



# Artips : une plateforme exclusive Bourgogne Franche-Comté

Une grande plateforme  
- une première-  
a été imaginée dans un **partenariat  
innovant entre la Région, le CRT  
Bourgogne-Franche-Comté et ARTIPS.**



## Lux Scientia : une constellation européenne

Ce projet a permis de mettre en place une **collaboration trans-européenne** entre **trois fêtes européennes des lumières** (Artichoke au Royaume-Uni, Skyway en Pologne et le Valgusfestival en Estonie).

**Trois artistes**, un par pays d'accueil, ont été chargés de créer chacun **une œuvre lumineuse** inspirée des trois villes concernées.

Leurs installations ont été exposées dans chacune des trois villes. La promotion de ces villes comme **des lieux de débat dynamique et d'art innovant** a contribué à augmenter leur visibilité en tant que plateformes européennes de la culture.



# Italie : une église en dancefloor au pays du Vatican

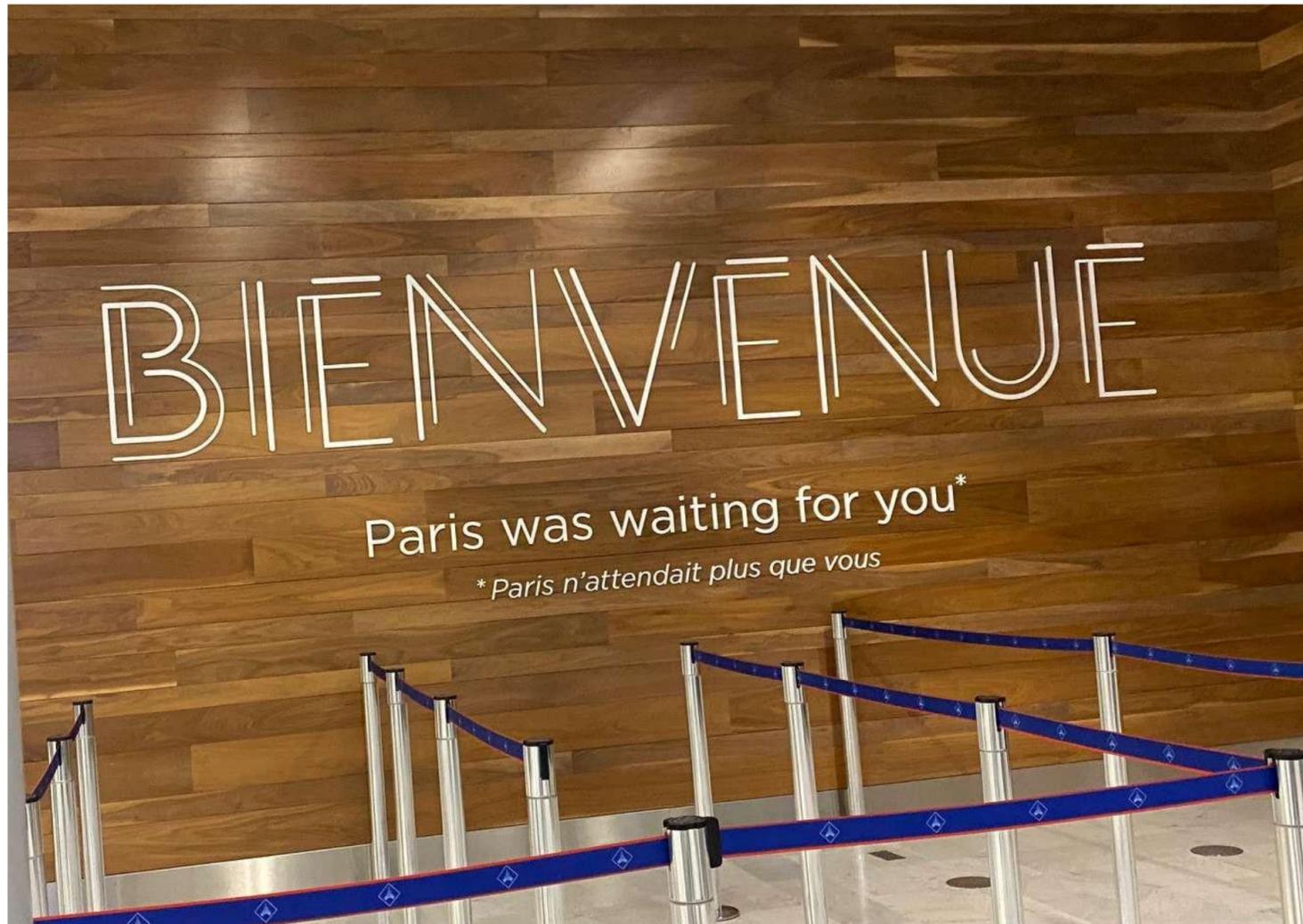
Les Italiens font désormais des **soirées alcoolisées le samedi soir**, et assistent à la **messe le dimanche matin**. Et c'est **dans un même lieu** que ces événements s'y déroulent : une église.

N'ayant plus les moyens d'entretenir ce patrimoine religieux, **l'Eglise Saint-Joseph**, près de Milan, **s'est transformée en discothèque**, dernière chance pour continuer à vivre.





## FAIRE PARLER LES MURS





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





## AVOIR UNE DÉCORATION AUTOMNE & HIVER



# PROPOSER DES 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 :

- 🏊 Frétiler 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)

# Acte 3

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

Les séries limitées

Automne et Hiver

**Dans le prochain épisode...**  
**Les filières expérientielles**

# 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  
Manche ) England  
EXPERIENCE  
Fonds européen de développement régional