



## Livrable T4.2.2

### Essais auprès des consommateurs

Nous testerons la nouvelle offre de tourisme expérientiel développée par chaque région pilote sur des groupes de consommateurs (en utilisant l'expertise du PP9, les acteurs du MT1 et les contacts existants des PP). Nous testerons les activités et les itinéraires développés au sein du MT2 par le biais de méthodologies variées telles que des groupes de discussion, des interviews ou des enquêtes en ligne. Le type de méthodologie appliquée sera déterminé par le public cible et le type d'offre. Sur la base de ces informations, PP seront en mesure d'affiner davantage leurs produits. Une connaissance approfondie des perceptions du public cible éclairera les stratégies de marketing ciblées, les canaux de communication et assurera la diffusion du message ciblé (MT4-A3). Le PP3 utilisera son expertise pour guider tous les PP tout au long de ce processus.

## **I. CONTEXTE/ METHODE :**

À la suite du développement des 250 expériences et 100 itinéraires insolites à vivre hors-saison par l'ADRT et par l'agence Signe de Temps au sein du MT2, nous avons fait tester cette nouvelle gamme par des consommateurs cibles, pendant plusieurs week-ends du début d'année 2023.

Le test de ces produits touristiques nous permettra d'affiner notre offre, en prenant en compte l'avis des testeurs à l'issue de l'expérience. Le questionnaire d'évaluation des expériences a été élaboré à l'aide de l'étude fournie par l'Université de Surrey, afin qu'il soit le plus impactant possible. Plus nous aurons des réponses fiables, plus nous aurons d'éléments pour perfectionner ces 250 expériences hors-saison. Le biais de l'enquête en ligne nous semblait être l'option la plus pertinente. De cette façon, les testeurs pouvaient répondre à ce questionnaire sans contraintes, quand ils le souhaitaient. Le regroupement des données étant facilité, nous avons toutes les réponses stockées au même endroit, il est donc plus facile de nous les approprier afin d'en tirer des conclusions.

## **II. LES EXPERIENCES TESTEES :**

- « Glisser sur le sable qui a vu concourir les premiers chars à voile. Apercevoir les phoques se prélasser sur les bancs de sable » Découverte de Berck-sur-Mer : initiation au char à voile, nuit à l'hôtel Régina, découverte de l'Eglise de la station balnéaire, par Sophie BRISSAUD, Emiliano ALBERDI,
- « Célébrer l'ouverture de la pêche à la coquilles Saint-Jacques en venant la déguster fraîchement pêchée à Boulogne-sur-Mer Admirer les plus belles fresques de street art sur la Côte d'Opale. » Découverte de Boulogne-sur-Mer par ?
- « Faire un bond dans l'histoire en suivant les Poilus », Arras, testé par Marion HARMEL.
- « Le beffroi de Béthune, une visite au sommet » Béthune, testé par Marion HARMEL.
- « Arras, un décor théâtral de haut en bas » Arras, testé par Marion HARMEL.
- « Déguster un cocktail confectionné avec le meilleur genièvre du monde », testé par Christophe FINDINIER.
- « Savourer un bon repas au cœur de la mine », testé par Christophe FINDINIER.
- « Fêter des retrouvailles au Domaine WE », testé par Christophe FINDINIER.

- « Eveiller ses papilles à la poissonnerie gourmande », testé par Valérie SOBIERAJSKI.
- « S'initier à la pêche aux moules », testé par Valérie SOBIERAJSKI.
- « Être tout feu tout flamme lors des fêtes de la Sainte Barbe », testé par Valérie SOBIERAJSKI.
- « 65 Via Francigena », par Benoît DIEVAL.
- « 226 Célébrer L'Entente Cordiale à autour de saveurs franco-britanniques », par Benoît DIEVAL.
- « Admirer les falaises britanniques depuis le Golf de Wimereux » par Valérie SOBIERAJSKI.
- « Des frites, des frites, des frites », testé par Emilie NEMETH.
- « Plonger dans l'univers Art Déco en restant au chaud », par Emilie NEMETH.
- « Tester la luge 4 saisons pour sa vue imprenable », testé par Emilie NEMETH.
- « Percer le mystère de la « Table aux fées » en sillonnant la forêt à l'automne », par Alice CHAPUT.
- « Les coulisses de Nausicaa, dans les secrets du Grand Bleu », par Alice CHAPUT.
- « Se prendre pour Benjamin Gates dans la crypte », par Alice CHAPUT.
- « S'inspirer des faïenciers au musée de la Céramique de Desvres », par Sylvie BAILLEUL.
- « Prendre l'apéro au château de sable au Portel », par Sylvie BAILLEUL.
- « Plongée au Moyen-Age avec les ripailles », par Sylvie BAILLEUL.
- « Rester scotché devant une toile au musée du Louvre-Lens », par Lydie RAULT.
- « Explorer l'Egypte sans partir de Boulogne », par Lydie RAULT.
- « Goûter la tarte au Papin de chez Mémère Harlé », par Lydie RAULT.
- « Embarquer avec les derniers faiseurs de bateaux dans le marais », testé par Benoît DIEVAL.

- "Week-end culture et patrimoine dans une chambre cocon à l'hôtel Louvre-Lens"  
Visite de la ville de Lens par un couple d'influenceurs : Jenny RAJAONA et Benoît HERON

### **III. BILAN/ EVALUATION :**

Pour faire suite aux tests d'expériences, nous avons mis en place un système d'évaluation élaboré via la plateforme Google Forms. Les testeurs devaient répondre à un questionnaire en ligne en indiquant leur ressenti sur l'exercice, permettant de savoir si des points de remise en question existaient pour les expériences, afin d'évaluer l'efficacité et la justesse de notre offre.

### **IV. RESULTATS DES QUESTIONNAIRES DE SATISFACTION :**

Les résultats ont été globalement très satisfaisants, avec notamment des retours très intéressants sur les expériences, qui nous ont permis de voir que notre offre était cohérente et intéressante pour les visiteurs.

A la question « Qu'avez-vous pensé de l'expérience ? », 100% des testeurs ont répondu qu'ils avaient aimé, en indiquant « C'était génial, j'ai passé un moment incroyable », ou « Bien, c'était un agréable moment ».

100% des testeurs recommandent l'activité testée auprès de leur communauté, et pensent que l'activité enrichit l'offre du Pas-de-Calais.

Ces questionnaires nous ont permis de récolter de nombreuses suggestions. Parmi ces remarques, sont souvent revenus des problèmes d'organisation, avec notamment un manque de créneaux horaires, ce qui nous a conduit à travailler sur ce point avec les exploitants concernés.

Pour l'expérience « Rester scotché devant une toile au musée du Louvre-Lens », le testeur a indiqué qu'il souhaiterait voir plus d'animations dans cette ville, ce qui nous incite à développer d'autres expériences sur ce territoire.

Nous avons également dû faire face à des plaintes concernant un manque d'informations ou d'aménagements, notamment sur la Via Francigena, où le testeur aurait voulu y voir figurer davantage d'informations historiques, ainsi que de meilleurs aménagements sur la voie. Même cas pour l'expérience « Percer le mystère de la « Table aux fées » en sillonnant la forêt à l'automne », où le testeur aurait aimé voir un meilleur balisage pour mieux se repérer.

Ces remarques sont appréciées et prises en compte afin d'améliorer notre offre, et de la faire perdurer.

Nous constatons également avec satisfaction sur cette phase de test que la majorité de nos expériences sont uniques et peu concurrentielles, ce qui ajoute de la valeur ajoutée à notre destination.