

LE TOURISME EXPERIENTIEL À TRAVERS LES ESCAPADES A VIVRE POUR REVIVRE

SOMMAIRE

- I. Définition du tourisme expérientiel**
- II. Le Comité Régional de Tourisme de Normandie et sa fonction de coordinateur**
- III. Les comités départementaux de tourisme et leur rôle d'animateurs**
- IV. Les identificateurs**
- V. Sélection et comités de validation**
- VI. Mise en forme des Expériences**
- VII. Promotion des offres**
- VIII. La marque « produit »**

I – Définition du tourisme expérientiel

Le tourisme expérientiel est un outil de différenciation, permettant à une destination de se démarquer sur des marchés touristiques de plus en plus concurrentiels. Il répond aux attentes des consommateurs en leur permettant de donner du sens à la consommation touristique.

Un des objectifs du C.R.T. est d'organiser la promotion de la Normandie en présentant à chaque segment de public* un ensemble de moments inoubliables, répondant à la **définition des « Expériences normandes »** :

- une prestation touristique (de qualité),
- mise en scène, configurée de telle sorte qu'elle produise une émotion et qu'elle puisse se raconter.

* Personnaliser l'offre pour chaque client en tenant compte des origines (marchés), du segment (familles, seniors, jeunes...), du profil (voir Focus).

Nous souhaitons nous adresser en particulier aux clientèles à conquérir ou à reconquérir. Le but étant qu'un touriste satisfait par son séjour deviendra prescripteur de la destination en partageant ses souvenirs avec sa famille ou ses amis. Cette démarche et les offres proposées intéresseront les clientèles fidélisées par la même occasion, puisqu'elles concourent à donner une nouvelle image de la Normandie.

Critères dominants d'une prestation touristique :

1) Une offre consommable, faisant sens. Un moment, une visite, un hébergement, une activité, la participation à un événement, etc. Une excursion, un court séjour ou long séjour mais présenté(e) comme une offre consommable faisant sens :

► Pas forcément un package, jamais un discours, donc une offre accessible (physiquement et commercialement, les coordonnées pour la réservation ou demande d'information doivent être indiquées)

2) Critères de qualité : sécurité, confort, propreté, accessibilité, prix...

► Des prestataires référencés, mais pas obligatoirement « Qualité Tourisme » ou « Normandie Qualité Tourisme ».

Il existe différents moyens de rompre avec la vie quotidienne à travers les expériences. Voici trois types d'expériences possibles :

► **L'expérience immersive** : il s'agit d'« être transporté », de se plonger au maximum dans le cadre, l'atmosphère, la situation à vivre, aussi pleinement et intensément que possible.

Ex : Vivre l'émotion des profondeurs en pilotant un sous-marin virtuel et visiter le mythique sous-marin français Le Redoutable.

Se réveiller au milieu d'animaux exotiques et laisser ses enfants s'approcher des kangourous.

Se délecter de la cuisine normande est une chose. Passer derrière les fourneaux et apprendre à cuisiner normand, c'est encore mieux !

Direction la ferme avicole de Marie-Odile.

► **L'expérience ré-enchantée** : c'est la « suspension de l'incrédulité », le désir de se laisser porter, de s'en laisser conter, en oubliant tous les obstacles, tous les freins qui encombrant le réel. On veut « être transfiguré », croire que tout est possible ; on a envie de croire, de voir, de sentir ; on a envie d'être bien, au rythme voulu, loin de l'agitation.

Ex : Prenez place à bord d'un train ancien qui vous mènera, à son rythme, au coeur de la verdoyante Vallée de l'Eure.

Gérard Cousin, agriculteur dans les environs des marais de la Sèves, vous livrera les secrets de fabrication de la gâche qui cuira devant vos yeux dans un authentique four à pain.

Une « croisière » de quelques minutes, ça vous tente ? Prendre le bac est une expérience fort sympathique qui change de l'ordinaire. Cette traversée sera pour vous l'occasion de découvrir les charmants villages environnants.

► **L'expérience décalée** : il s'agit de vivre une expérience nouvelle, inédite, surprenante déjà pour soi, une expérience en rupture avec le quotidien (au-delà des habitudes), voire transgressive (au-delà des normes et des conventions).

Ex : Si vous n'avez pas froid aux yeux et si vous voulez repousser vos limites, le site du viaduc de la Souleuvre semble tout indiqué !

A la « Easy Rider », faites-vous plaisir en enfourchant une moto mythique pour sillonner les routes de Normandie.

Prenez de la hauteur en embarquant à bord d'une montgolfière qui vous transportera à travers cieux à la découverte des paysages formidables qu'offre le Parc Naturel Régional du Perche.

CHAQUE PRESTATAIRE NORMAND EST EN MESURE DE PROPOSER UNE EXPÉRIENCE EN RESPECTANT LES COMPOSANTES PRÉSENTÉES CI-DESSUS.

Le C.R.T. a listé de nombreuses expériences normandes et les a intitulées pour le marché français les « **escapades à Vivre pour re-Vivre** » (marque déposée).

Marché britannique : Expérience Normandy, Far from ordinary

Marché allemand : Die Normandie erleben, immer wieder ein Genuss

Marché néerlandais : Onze « Even Anders » Suggestie

Marché espagnol : Escapadas para disfrutar

Marché italien : Un momento a parte da vivere

II - Le Comité Régional de Tourisme de Normandie et sa fonction de coordinateur

Le C.R.T. est le coordinateur en charge de l'ensemble de la démarche. Il assiste aux réunions du groupe départemental. Il est à la disposition des structures régionales et des identificateurs (CDT, Offices de Tourisme, Pays d'Accueil, les Gîtes de France de Normandie...) pour venir présenter la démarche et la définition des Expériences. **Il porte la stratégie de marque.**

Le C.R.T. a pour mission de **sélectionner les expériences** qui intégreront le panel des « escapades à Vivre pour re-Vivre » et organise également **la promotion des Escapades à travers ces différents outils de communication.**

► Contacts au CRT Normandie

Chargée de mission « Escapades Normandes »

Laëtitia PEIGNER : Tél : 02 32 33 94 17 – l.peigner@normandie-tourisme.fr

Responsable du service Développement

Grégory DELAHAYE : Tél : 02 32 33 94 13 – g.delahaye@normandie-tourisme.fr

III - Les comités départementaux de tourisme et leur rôle d'animateurs

Les C.D.T. sont les animateurs de la démarche. Ils orientent le travail des identificateurs du département (Offices de Tourisme, Pays d'Accueil Touristiques...) en veillant à éviter les doublons dans le dialogue entre identificateurs et prestataires.

Le C.D.T. transmet au C.R.T. les suggestions d'Expériences. Le C.R.T. assure la liaison entre les groupes départementaux.

Les animateurs des différents réseaux régionaux ou départementaux (Bienvenue à la Ferme, Relais des Gîtes de France, Route des Abbayes Normandes...) sont également à votre disposition.

► Comité Départemental de Tourisme du Calvados

8, rue Renoir – 14054 CAEN cedex 54

Sandrine HAIZE : Tél : 02 31 27 90 39 - s.haize@cgl4.fr

► Comité Départemental de Tourisme de l'Eure

3, rue du Commandant Letellier - BP 367 – 27003 EVREUX Cedex

Christophe MICHAUD : Tél : 02 32 62 84 33 - christophe.michaud@cdt-eure.fr

Capucine D'HALLUIN : Tél : 02 32 62 84 32 - capucine.dhalluin@cdt-eure.fr

► Comité Départemental de Tourisme de la Manche

Maison du Département - Route de Villedieu – 50008 SAINT LO CEDEX

Jeanne JOSSAUME : Tél : 02 33 05 98 77 - jeanne.jossaume@cg50.fr

► Comité Départemental de Tourisme de l'Orne

88, rue Saint-Blaise - BP 50 – 61002 ALENCON CEDEX

Patrick VILLE : Tél : 02 33 28 88 71 - p.ville@ornetourisme.com

Romain DUBREUIL : Tél : 02 33 15 00 08 - r.dubreuil@ornetourisme.com

► Comité Départemental de Tourisme de Seine-Maritime

6, rue Couronné - BP 60 – 76420 BIHOREL

Michèle DESBRUERES : Tél : 02 35 12 10 12 - michele.desbrueres@cdt76.fr

► Les animateurs des différents réseaux régionaux ou départementaux (Bienvenue à la Ferme, Relais des Gîtes de France, Route des Abbayes Normandes...) sont également à votre disposition.

IV - Les identificateurs

Il ne s'agit pas de constituer un catalogue de tour-opérateurs n'incluant que des produits packagés fabriqués à cet effet, mais d'identifier des moments inoubliables qui vont d'une visite de quelques heures ou du court séjour au long séjour et pouvant être gratuits ou payants.

Les identificateurs disposent d'un « **outil de dialogue** » (voir annexe 1) qui permettra, avec les prestataires, de **faire la différence entre une simple prestation et une expérience.**

► Les identificateurs sont :

- Les Offices de Tourisme
- Les Pays d'accueil
- Les C.D.T.
- Le C.R.T.

L'identificateur a deux responsabilités :

- activer les offreurs en les incitant à proposer des Expériences, voire à y travailler,
- mettre en forme les Expériences pour les présenter à l'animateur du département concerné.

Le C.R.T. est un identificateur comme les autres partenaires concernant les membres des clubs (Sites et Monuments, Parcs et Jardins, Golfs et Hôtels-Restaurants de Charme).

V – Sélection et comités de validation

Le C.R.T. a pour mission de sélectionner les propositions d'Escapade reçues par l'intermédiaire des C.D.T., des réseaux régionaux ou directement par les membres de ces clubs (Sites et Monuments, Parcs et Jardins, Golfs et Hôtels-Restaurants de Charme).

Ces propositions sont mentionnées dans une fiche d'information détaillée (annexe 2). De plus, le prestataire pourra s'appuyer sur l'outil de dialogue (annexe 1) pour savoir si sa proposition correspond à la démarche expérientielle.

Le C.R.T. organise donc de manière mensuelle, si nécessaire, des **comités de validation** afin d'étudier ces propositions qui pourront intégrer le panel des escapades à Vivre pour re-Vivre.

Les « facteurs clés » étudiés :

- Cadre, décor, environnement, ambiance (Immersion / être transporté)
- Client- acteur (Interactivité/ polysensoriel / quête de sens/ être transfiguré)
- Personnalisation (les attentions, les détails)
- Le registre d'émotions
- Le souvenir, le récit
- La démarche en amont
- Pour finalement arriver à répondre à la question suivante : **Est-ce une prestation mémorable (inoubliable) qui engendre une émotion réelle ?**

Suite à ce comité, un **tableau récapitulatif des décisions** prises est transmis aux C.D.T. pour qu'ils puissent informer leurs partenaires.

Après validation, l'**Escapade intègre la base de données du C.R.T.** prévue à cet effet.

Si une proposition n'est pas retenue, le C.R.T. pourra orienter et conseiller le prestataire afin qu'il parvienne à intégrer la démarche des expériences et réponde aux attentes du comité de validation.

Une visite chez les prestataires proposant une Escapade pourrait être organisées par le C.R.T. Les prestataires seront prévenus et un rendez-vous sera fixé avec eux. Ces visites ont pour but de faire connaissance avec le prestataire et de découvrir l'Escapade retenue afin de faciliter sa promotion auprès du grand public et de la presse.

Des rencontres avec le C.R.T. pourront également être demandées par un prestataire ou un identificateur souhaitant avoir plus de renseignements sur la démarche des Expériences Normandes.

VI - Mise en forme des Expériences

► La base de données

Les propositions retenues par le comité de validation sont **enregistrées par le C.R.T. dans une base de données**. Celle-ci comprend toutes les informations pratiques permettant la réservation et facilitant l'accès au produit (informations fournies dans la fiche d'information détaillée). Cet outil est mis à la disposition du service promotion et des antennes presse du C.R.T.

Lors de cet enregistrement, le choix de(s) cible(s) ainsi que du ou des profil(s) est effectué par le C.R.T. selon les caractéristiques de l'expérience validée.

Les **cibles** prioritaires (type de clientèle auquel est destiné le produit) définies par le C.R.T. sont : Couple « romantique » sans enfant / Adultes, Seniors et amis / Famille avec grands enfants / Famille avec jeunes enfants / Jeunes et Etudiants.

Les **profils** possibles sont (univers, ambiance, registre des émotions) : Envie de découvrir / Douceur de vivre / Passez à l'action / Faites-vous plaisir / Avec les enfants.

► Le descriptif :

Après l'enregistrement dans la base de données, **un descriptif est ensuite rédigé par notre rédactrice webmestre**, qui pourra éventuellement contacter directement le prestataire afin d'échanger avec lui sur le déroulement de la visite, du séjour...

► La traduction :

Selon les besoins du service promotion et la pertinence du produit, certaines Escapades seront traduites et intégrées aux outils de communications du ou des marché(s) étranger(s) concerné(s).

► Le visuel :

Chaque produit est illustré par un visuel. Selon les besoins du C.R.T. des reportages photo pourront être organisés chez les prestataires afin de constituer une photothèque nécessaire à nos outils de communication. Des visuels en haute définition, libres de droits, pourront également être demandés aux prestataires.

Ces éléments (informations pratiques, texte et photo) constituent les premiers éléments d'immersion et doivent être cohérents avec ce que le client va vivre. Grâce à ces éléments, il est transporté dans l'univers qu'il aura choisi. Une fois que la mise en forme de l'expérience est terminée, elle devient une escapade à Vivre pour re-Vivre et intègre les outils de communication du C.R.T.

► Mise à jour des informations

Une mise à jour des informations pratiques est réalisée à la fin de chaque année. Le prestataire s'engage à fournir ces éléments dans les délais demandés. **Sans cette mise à jour, le produit ne sera pas activé et ne pourra pas être présenté dans nos différents outils de communication.**

Les prestataires **ne pourront pas modifier leur descriptif**, sauf informations erronées, afin de garder l'homogénéité de tous les textes.

Il est demandé à chaque prestataire de nous indiquer toutes **modifications qui auront lieu en cours d'année** afin d'effectuer les corrections le plus rapidement possible. De plus, **si des éléments fondamentaux (l'environnement, le déroulement, la configuration) constituant la prestation, sont modifiés par le prestataire, une nouvelle validation par le comité sera nécessaire** afin de savoir si elle correspond toujours à la démarche expérientielle et de pouvoir la réintégrer dans le panel.

VII - Promotion des offres

► Internet :

A partir de la base de données, les Escapades sont ensuite mises en ligne sur notre site internet www.normandie-tourisme.fr . Elles sont accessibles dès la page d'accueil et répertoriées dans cinq univers correspondant aux profils mentionnés précédemment.

Envie de découvrir <http://www.normandie-tourisme.fr/site-grand-public/entrees-permanentes/liste-des-escapades-150-1.html?environnement=null&departement=null&ville=null&theme=1>

Avec les enfants <http://www.normandie-tourisme.fr/site-grand-public/entrees-permanentes/liste-des-escapades-150-1.html?environnement=null&departement=null&ville=null&theme=5>

Douceur de vivre <http://www.normandie-tourisme.fr/site-grand-public/entrees-permanentes/liste-des-escapades-150-12.html?environnement=null&departement=null&ville=null&theme=2>

Faites-vous plaisir <http://www.normandie-tourisme.fr/site-grand-public/entrees-permanentes/liste-des-escapades-150-1.html?environnement=null&departement=null&ville=null&theme=4>

Passez à l'action <http://www.normandie-tourisme.fr/site-grand-public/entrees-permanentes/liste-des-escapades-150-1.html?environnement=null&departement=null&ville=null&theme=3>

Après avoir sélectionné son univers, l'internaute est dirigé vers un moteur de recherche proposant une sélection par localisation, département ou par ville. La liste des Escapades correspondant aux recherches est proposée à l'internaute.

Chaque Escapade bénéficie d'une page dédiée présentant l'offre : tarifs, dates de validité, contact pour la réservation.

Un lien « J'y vais » est également proposé à l'internaute pour qu'il accède rapidement à l'information qu'il recherche sur le site web du prestataire directement (c'est la clé de consommation). Le fait d'arriver directement sur la page présentant l'offre en question (et non sur la page d'accueil d'un site), lui fait gagner un temps précieux. Par conséquent, il est important d'indiquer l'adresse internet la plus précise possible pour effectuer une réservation.

► **Mise en avant des escapades à Vivre pour re-Vivre :**

- [Page d'accueil du site internet](#) : 5 Escapades (1 par département) sont mises en avant sur la page d'accueil toutes les 1 à 2 semaines.
- [Page Jeu-concours](#) : Un jeu concours (photos, textes ou recettes) est organisé tous les deux mois et permet aux internautes de remporter un séjour en Normandie correspondant à une escapade. L'organisation d'un jeu concours génère un trafic accru sur le site Internet. Sur cette page jeu concours, 5 /6 Escapades (autres que celles de la page d'accueil) sont également mises en avant.
- [Newsletter mensuelle](#) : Chaque mois les abonnés à la newsletter (au nombre de 16 000 actuellement) reçoivent la eletter qui comprend un focus sur l'événement du mois, une rubrique agenda ainsi qu'une sélection de 5 Escapades (renvoi sur leur page dans le site web Normandie).

► **Outils de communication :**

Selon leur originalité ou les segments de clientèle concernés, les escapades peuvent être reprises dans les différentes actions du service promotion et des antennes presse du C.R.T. Normandie.

Plusieurs outils existants pourront mettre en avant les Escapades : brochures, newsletters, dossiers de presse et accueil de presse sur les différents marchés (France, GB, Allemagne...), campagne de communication dédiées, etc.

Les « escapades à Vivre pour re-Vivre » sont **au cœur de la nouvelle stratégie du C.R.T. Normandie**. Ces offres représentent la vitrine de la destination lors des campagnes de communication.

VIII - La marque « Produits »

La Marque Produit « escapade à Vivre pour re-Vivre » est repérable grâce à son étiquette et peut être utilisée comme « label » dans d'autres types de communication : communication personnelle du prestataire, communication départementale, etc...

Contrairement à la Marque Destination, cette marque ne peut donc **être utilisée qu'avec l'autorisation préalable du C.R.T. Normandie** et après acceptation du dossier lors du comité de validation.

Si vous souhaitez vous procurer cette étiquette pour vos éditions de brochures ou réalisation de pages web, vous devez en faire la demande en contactant le Pôle Développement du C.R.T. Normandie à l'adresse suivante : l.peigner@normandie-tourisme.fr

Les règles et tous les moyens d'utilisation de cette étiquette (versions française et étrangères) sont mentionnés dans la charte de communication du CRT, disponible sur le site internet de la Communauté Touristique Normande www.pro-normandie-tourisme.com ou sur demande auprès du CRT.

