


## Le processus d'IMMERSION dans une expérience

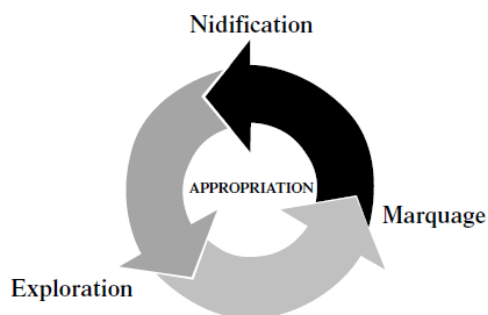
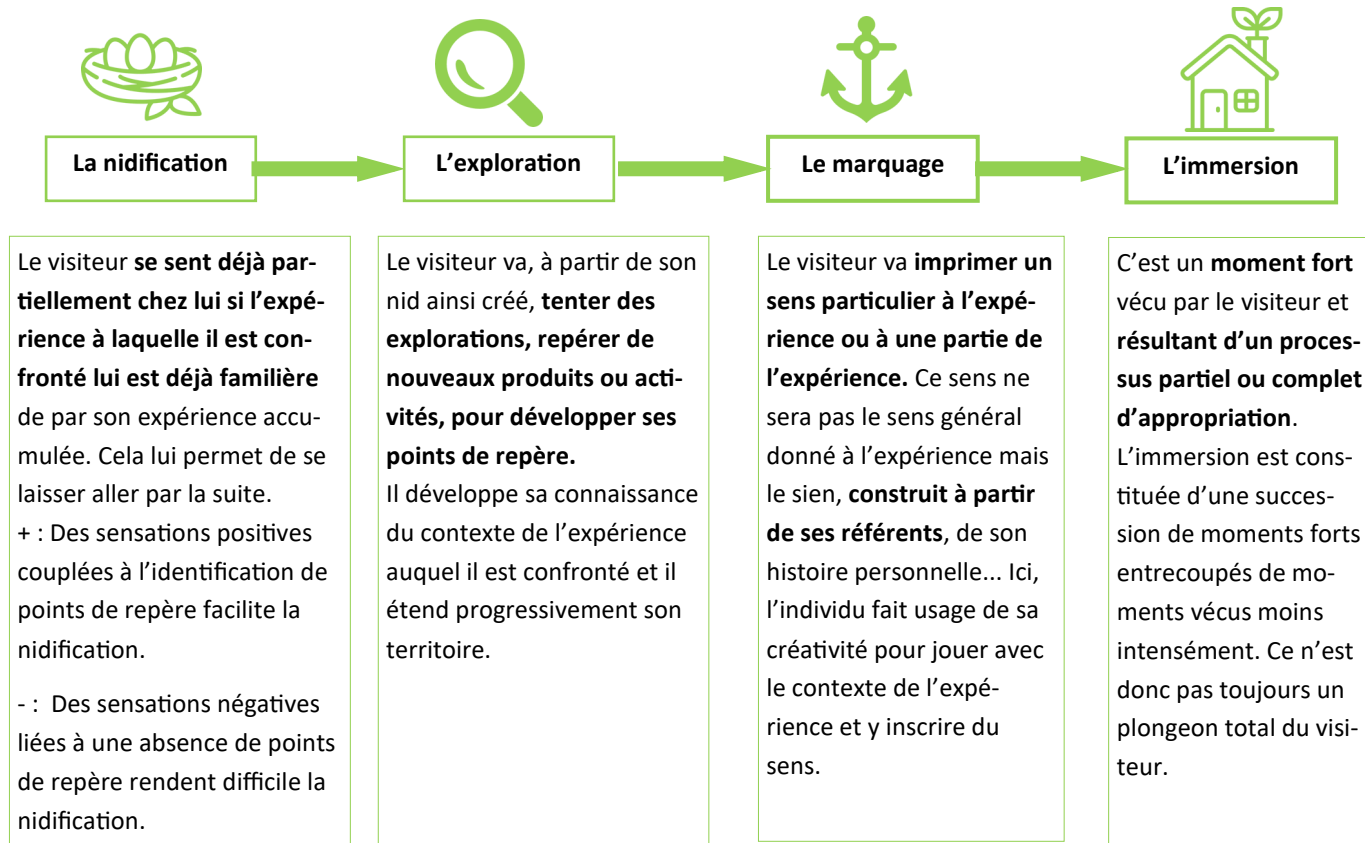
 **Article référence :** Caru A., Cova B. (2003) Approche empirique de l'immersion dans l'expérience de consommation: les opérations d'appropriation. *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 18, n° 2/2003

### Objectif de l'immersion dans l'expérience

L'objectif de l'immersion du visiteur dans l'expérience touristique est de lui permettre d'**accéder à l'état de Flow** (Csikszentmihalyi, 1997) qui se définit comme « **un moment exceptionnel pendant lequel ce que nous sentons, ce que nous souhaitons et ce que nous pensons sont en totale harmonie** ». Cet état permettrait au visiteur de vivre une expérience extraordinaire (Hetzl, 2002) et mémorable (Pine et Gilmore, 1999) qui favorise **son épanouissement personnel**, encourage **son apprentissage**, et est **vecteur de fidélisation** pour une destination, une prestation touristique, un hébergement...).

### Processus de l'immersion dans l'expérience

Le visiteur doit d'abord passer par **3 phases (nidification, exploration, marquage) qui vont lui permettre de s'approprier son environnement et d'atteindre le stade de l'immersion**. L'appropriation progressive de l'espace apparaît comme la construction et la délimitation « d'un chez-soi ».



*NB:* On peut également assister à des répétitions de mini-cycles tout au long du processus. Parfois des étapes du cycle sont sautées pour passer directement à l'étape d'après.