



Module 1: Introduction au tourisme culinaire

- a. Convier les industries du tourisme et de la restauration à la même table
- b. Chaîne de valeur dans le tourisme culinaire
- c. Futur du tourisme culinaire



Durée : 2:30

Module 2: Qu'est-ce qui attire le touriste gourmand?





Module 3: Cerner et comprendre le touriste gourmand

- a. Foodie et touriste conscient des aliments qu'il consomme
- b. Touriste en milieu agricole
- c. Autres types de touristes et formes de tourisme



Durée : 6:00

Module 4: Attirer les marchés spécialisés dans son entreprise

- a. Expériences authentiques et immersives
- b. Expériences multisensorielles
- c. Risques et obstacles





Durée: 8:30

Module 5 : Définir la culture culinaire

- a. Saveurs locales
- b. Atouts intangibles
- c. Aliments locaux
- d. Différence entre la culture culinaire de personnes et celle de la région
- e. Astuces pour intégrer la culture culinaire



Module 6 : Communiquer avec les marchés cibles

- a. Utiliser les bons réseaux
- b. Contenu dans les réseaux sociaux
- c. Promotion par les agences de voyages en ligne
- d. Positionnement de la marque et conseils pour la mise en place du récit





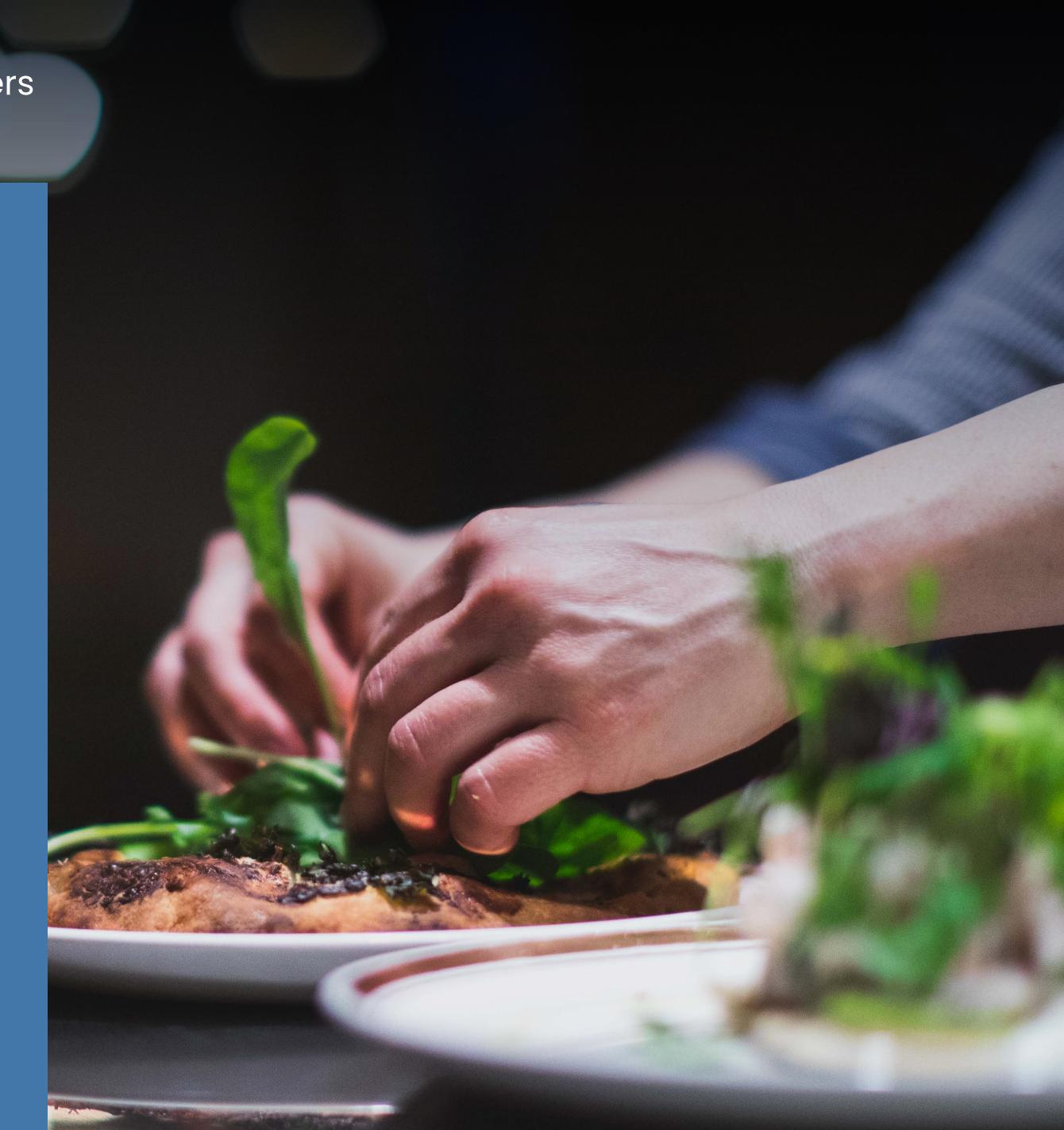
Attirer les touristes gourmands: Objectifs des ateliers

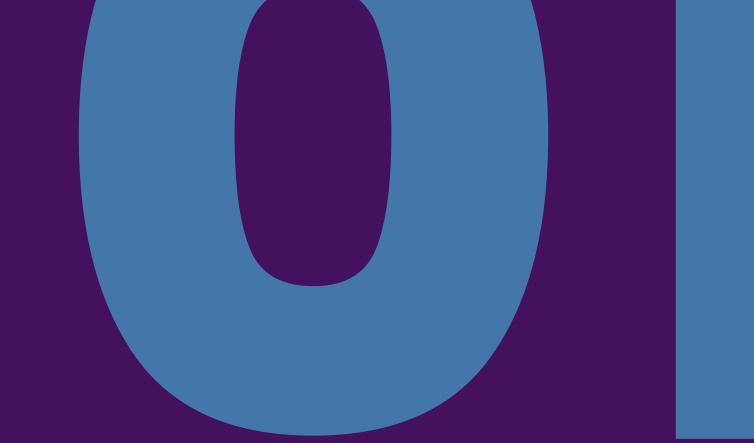
- > Faire la distinction entre le tourisme culinaire et d'autres formes de tourisme, en donnant notamment des exemples d'expériences culinaires liées au tourisme
- Décrire la portée et la diversité des entreprises qui participent au tourisme culinaire, notamment en cernant les différentes parties prenantes de la chaîne de valeur du tourisme culinaire
- Expliquer l'importance que revêt le tourisme culinaire pour les entreprises dont le mandat premier est de répondre aux besoins des visiteurs



Attirer les touristes gourmands: Objectifs des ateliers

- > Faire la distinction entre les différents types de touristes gourmands, en expliquant notamment l'évolution de ce segment de marché
- Définir les cultures culinaires et les associer aux attentes des touristes gourmands, y compris en tenir compte dans votre proposition de valeur actuelle
- Repérer les occasions de générer une demande accrue de visiteurs en attirant les touristes gourmands
- Appliquer les meilleures pratiques et stratégies marketing fondamentales pour attirer le touriste gourmand





Module 1:

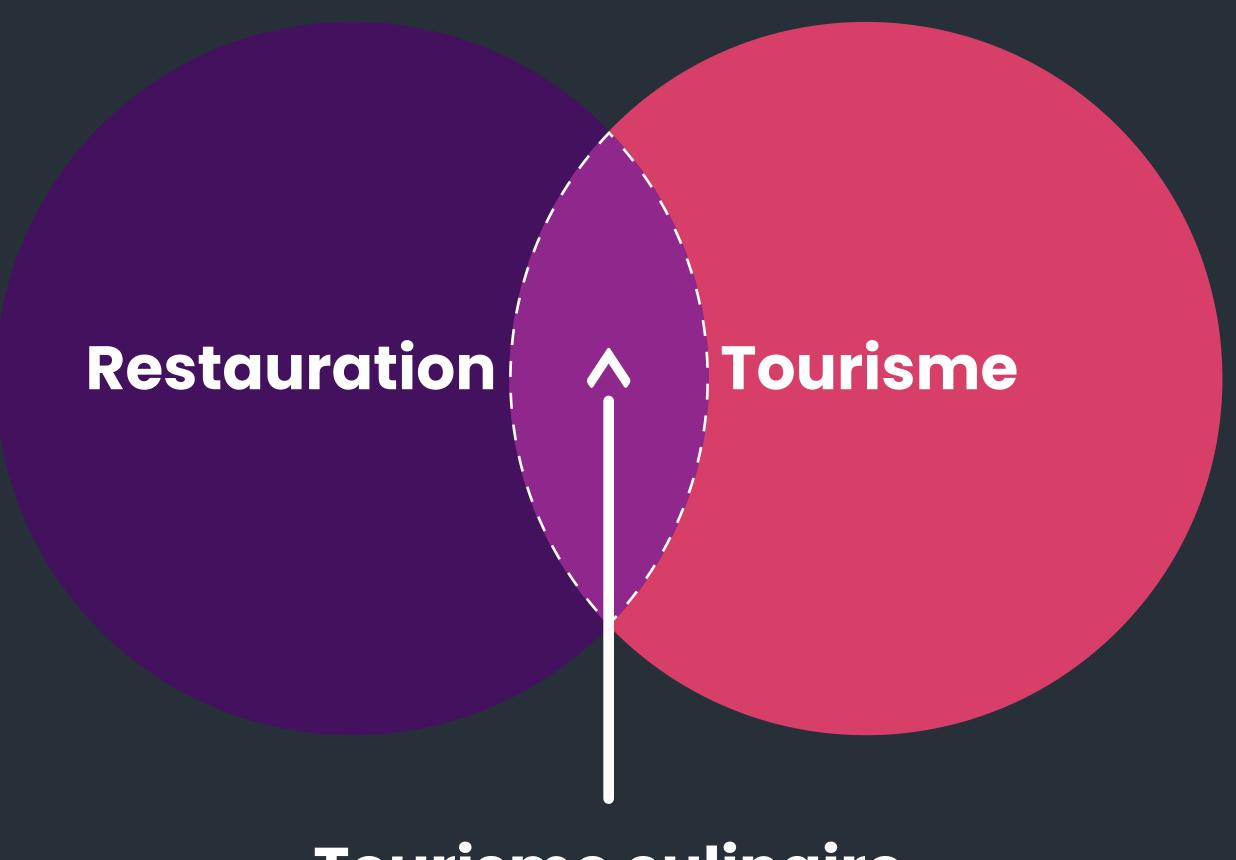
Introduction au tourisme culinaire



Introduction au tourisme culinaire: Convier les industries du tourisme et de la restauration à la même table



Introduction au tourisme culinaire: Convier les industries du tourisme et de la restauration à la même table



Tourisme culinaire

Introduction au tourisme culinaire: Convier les industries du tourisme et de la restauration à la même table

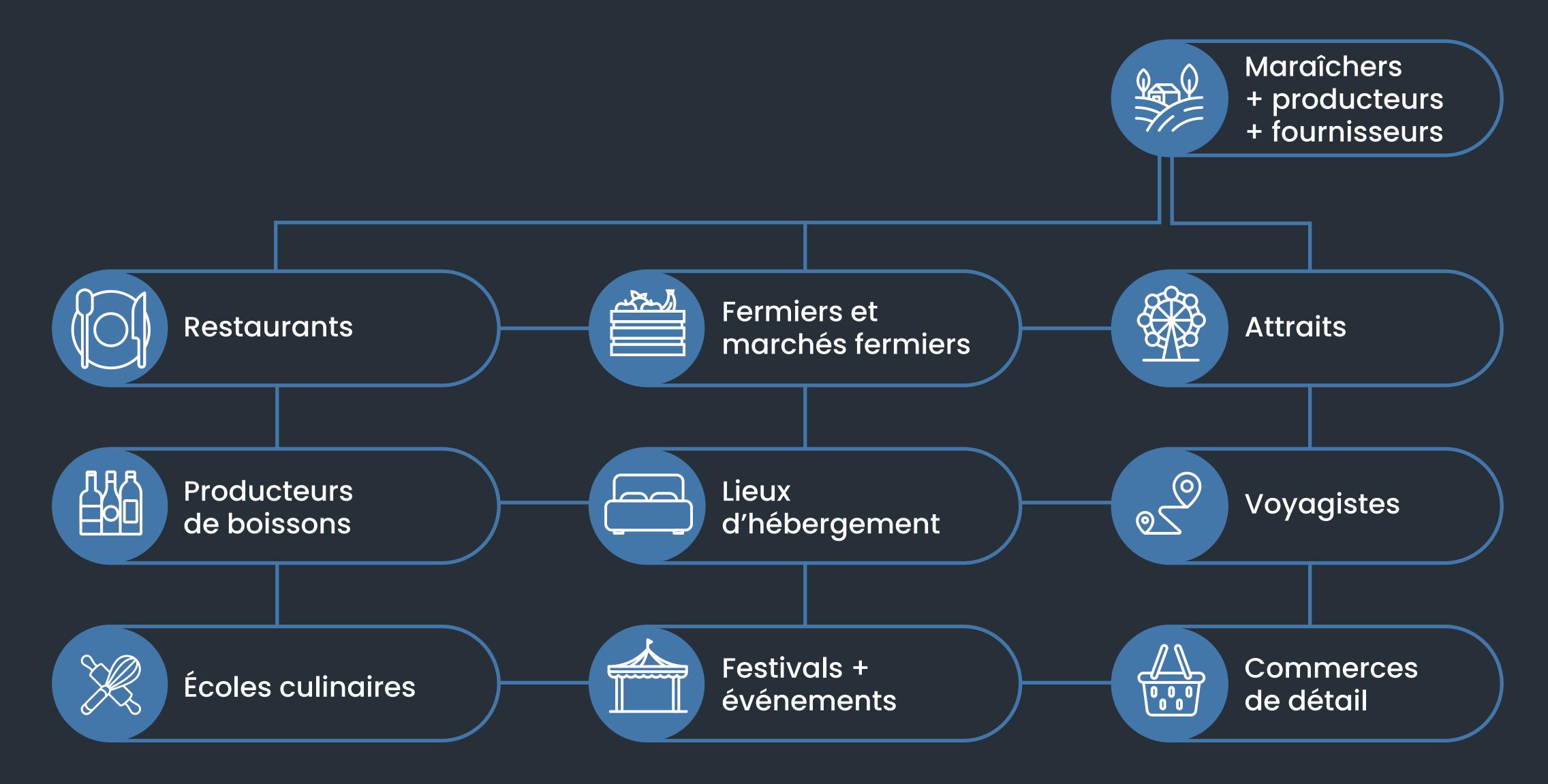
Qu'est-ce que le tourisme culinaire?

Toute expérience culinaire qui suppose une interaction avec des aliments et des boissons qui reflètent l'histoire, le patrimoine ou la culture du lieu.





Introduction au tourisme culinaire : Chaîne de valeur dans le tourisme culinaire



Introduction au tourisme culinaire: Futur du tourisme culinaire > Visiteurs en quête d'expérience humaine Repenser nos systèmes alimentaires Connecter les visiteurs avec le lieu Croissance du tourisme expérientiel > Tourisme culinaire et expérience multisensorielle

Introduction au tourisme culinaire: Futur du tourisme culinaire > Plus de voyages en voiture, moins de voyages en avion > Priorité, dans l'ordre, sur le local, régional, provincial, national, international Mesures proactives (et communication) efficace) liées aux mesures sanitaires Perception de sécurité accrue dans les destinations rurales et éloignées Demande accrue d'expériences en plein air, y compris l'agrotourisme

Module 2:

Qu'est-ce qui attire le touriste gourmand?



Qu'est-ce qui attire le touriste gourmand?

L'explorateur rural recherche des expériences uniques et de qualité, de petits bijoux cachés, qui leur procureront des souvenirs mémorables des bons moments passés entre amis ou avec leur famille.

Qu'est-ce qui attire le touriste gourmand?

Pensez à votre voyage le plus mémorable.

Pensez à ce que vous avez bu et mangé pendant ce voyage.

- De quelle manière ces aliments et boissons ont-ils contribué à ce voyage mémorable?
- > Pourquoi les visiteurs devraient faire le voyage spécifiquement pour goûter à ces aliments et boissons?





Module 3:

Cerner le touriste gourmand



Cerner le touriste gourmand : Foodie et touriste conscient des aliments qu'il consomme

Qui est le touriste gourmand?

Un touriste qui planifie ses voyages, en partie ou en totalité, en raison de son désir de découvrir les saveurs locales.

Cerner le touriste gourmand : Foodie et touriste conscient des aliments qu'il consomme

1. Foodie

- > Il s'agit du touriste gourmand traditionnel.
- > Il planifie des voyages en fonction des expériences culinaires.
- Il cherche des moyens d'intégrer les saveurs locales à ses voyages.
- Il est souvent au courant des spécialités locales avant son arrivée.



2. Touriste conscient des aliments qu'il consomme

- > Il a un intérêt général pour les expériences culinaires.
- > Il fait des choix éclairés à propos de son alimentation.
- Il valorise les récits et les connexions avec le lieu.



Cerner le touriste gourmand : Touriste en milieu agricole 3. Touriste en milieu agricole > Il fait partie d'un sous-marché du tourisme culinaire. > Il cherche à établir un lien spécifique

- avec le lieu où sont produits les aliments.
- > Il s'intéresse à la production alimentaire et aux personnes, aux lieux et aux pratiques qui y sont associés.



Tourisme culinaire et autres formes de tourisme

La différence réside dans le fait que pour les uns le tourisme culinaire est la principale motivation et pour les autres, elle est un attrait complémentaire.



Module 4:

Attirer les marchés spécialisés dans son entreprise

Attirer les marchés spécialisés dans son entreprise

- Adapter son marketing
- Établir un partenariat avec les principaux attraits ou entreprises touristiques
- Offrir des expériences multisensorielles authentiques qui créent un lien avec les personnes et les lieux de votre destination



Attirer les marchés spécialisés dans son entreprise

Pensez à votre voyage le plus mémorable.

- De quelle manière l'offre d'aliments et de boissons a-t-elle influencé la perception sur l'offre de la destination?
- De quelle manière peut-on renforcer cette destination en exploitant la chaîne de valeur du tourisme culinaire?
- Où sont situés les producteurs de ces aliments et boissons?



Attirer les marchés spécialisés dans son entreprise: Expériences authentiques et immersives

Créer une valeur authentique en établissant un lien entre la culture et les traditions locales, et les expériences culinaires. Attirer les marchés spécialisés dans son entreprise : Expériences multisensorielles Stimuler les sens de la vue, de l'ouïe, de l'odorat et du toucher est aussi important que stimuler le sens du goûter. > La culture culinaire est la seule forme de tourisme qui stimule les cinq sens.

Attirer les marchés spécialisés dans son entreprise : Risques et obstacles

- Est-ce sécuritaire?
- L'expérience «touristique» en vaut-elle la peine pour le touriste?
- > Est-ce facile d'accès (hors des sentiers battus ou dans un centre touristique)?
- Est-ce que cela rend le voyage mémorable?



Attirer les marchés spécialisés dans son entreprise La clé est de savoir comment intégrer la culture et les traditions locales dans des expériences multisensorielles authentiques et immersives? En définissant la culture culinaire.

Module 5:

Définir la culture culinaire

Lors de votre expérience culinaire mémorable, étiez-vous curieux d'en savoir plus sur:

- La manière de préparer les aliments et boissons?
- > Les ingrédients utilisés et leur origine?
- Les liens potentiels entre les techniques et ingrédients, et les cultures et traditions locales?





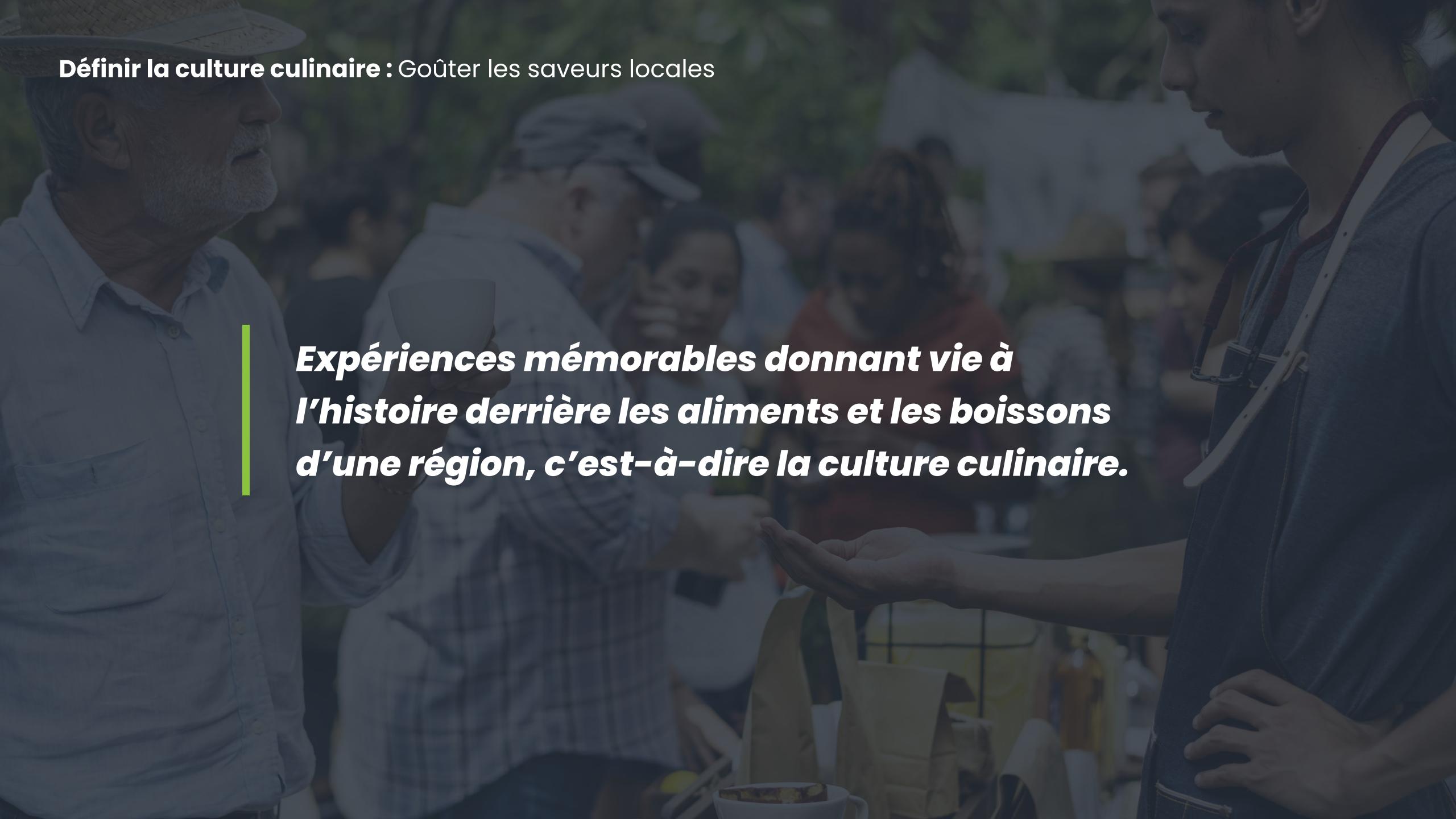
Définir la culture culinaire

La culture culinaire, c'est le...

- Qui
- Quoi
- > Où
- Quand
- > Pourquoi
- Comment

... de l'art culinaire!





Définir la culture culinaire: Atouts intangibles

- Hospitalité
- > Paysages
- Communauté
- Bonne compagnie



Définir la culture culinaire : Aliments locaux

- > Il s'agit de créer un lien entre les aliments et boissons, et le lieu.
- > Le touriste gourmand recherche ce genre d'expériences.
- > Il est prêt à payer plus pour ce genre d'expériences.



Définir la culture culinaire : Différence entre la culture culinaire des personnes et la culture culinaire d'une région

- > Ingrédients locaux
- > Recette familiales
- > Fusion et évolution
- > Lien unique avec le lieu



Définir la culture culinaire : Astuces pour intégrer la culture culinaire

Proposer un «goût du lieu» ou une facette unique de la région et bien comprendre la place de l'entreprise dans le tourisme culinaire régional. Plus important encore, faire savoir aux gens que le but est d'attirer les touristes gourmands dans l'entreprise.

02

Déterminer l'origine des ingrédients et produits et faire la promotion des fournisseurs (en ligne et en personne, y compris à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise).

ASHUCES

Définir la culture culinaire : Astuces pour intégrer la culture culinaire

Mettre en vedette les partenariats au sein de la communauté (y compris en ligne).

Partager des récits sur les recettes et les plats préparés (leurs liens avec la région ou la tradition familiale) en personne et en ligne.

Proposer des dégustations, des formations et des activités éducatives qui donnent l'occasion aux employés de vendre les aliments et boissons de l'entreprise (le personnel doit être en mesure de raconter les histoires en l'absence du propriétaire).

ASHUCES



Module 6:

Communiquer avec les marchés cibles

Communiquer avec les marchés cibles

Pensez à votre voyage le plus mémorable.



Comment avez-vous appris l'existence de cette expérience?

- Google
- TripAdvisor/Yelp/Google Review
- Référence d'un guide ou d'un employé ou propriétaire d'une entreprise locale
- > Réseaux sociaux (Instagram, Facebook, Twitter)
- > Je suis passé devant et je m'y suis arrêté.
- Autre

Communiquer avec les marchés cibles

Pensez à votre voyage le plus mémorable.

Aviez-vous prévu cette expérience avant votre voyage, a-t-elle été organisée à l'improviste ou était-ce une expérience en marge d'une autre expérience?

- > J'avais prévu cette expérience (ou une autre personne de mon groupe).
- > Cela faisait partie d'un circuit de voyage.
- > Il s'agit d'une visite impromptue.
- **>** Autre

Communiquer avec les marchés cibles: Utiliser les bons réseaux > Donner aux visiteurs ce qu'ils veulent Connecter avec eux en utilisant les bons canaux > Utiliser des images, qui favorisent l'engagement et donnent lieu à plus de «J'aime» et de partage

Communiquer avec les marchés cibles: Contenu dans les réseaux sociaux

- > Produit du contenu éducatif et informatif
- > La valeur l'emporte sur l'esthétique
- Le contenu doit porter sur les ingrédients, les lieux et les techniques



Communiquer avec les marchés cibles: Promotion par les agences de voyages en ligne

- Prendre sa place dans les plateformes des OMD et des OMP, TripAdvisor, Yelp et AirBnB
- Réagir rapidement aux avis des clients, qu'ils soient positifs ou négatifs
- Ètre réactif et spontané, et utiliser l'humour lorsqu'approprié
- Mettre en valeur l'ensemble de l'expérience, pas seulement l'aspect gustatif (multisensoriel)



Positionnement de la marque

Sur le Web, utiliser des photos de haute qualité des produits et des expériences culinaires.

02

Sur les réseaux sociaux, partager des mises à jour axées sur l'alimentation et encourager les clients à en faire autant.

Astuces

Positionnement de la marque

03

Recueillir activement les commentaires des clients sur les produits et expériences culinaires.

Favoriser le partage d'avis positifs sur les produits et expériences culinaires sur des sites d'évaluation et répondre de manière constructive et appropriée aux commentaires négatifs.



Mise en récit

Bien connaître les composantes clés du récit culinaire et les partager de manière continue.

Utiliser divers moyens pour partager le récit, en personne et en ligne.

Astuces

Mise en récit

S'assurer que repartent a claire du ré

S'assurer que les visiteurs repartent avec une vision claire du récit culinaire.

Faire en sorte que les membres de l'équipe soient des ambassadeurs pour la région et qu'ils fassent la promotion d'autres expériences culinaires de la région auprès des visiteurs.

Astuces





