Activité no 2 : Utiliser les renseignements issus de la recherche

Cette fiche est à consulter avant l’atelier pour vous préparer à participer à la discussion avec vos pairs et à utiliser les renseignements issus de la recherche.

Vous serez affecté à l’un des deux groupes suivants : développement de produits ou marketing.

Chaque groupe fera ensuite un compte rendu afin que vous puissiez mieux comprendre deux aspects essentiels du renforcement de l’attrait d’une destination.

Groupe 1 – Développement de produits

1. Apprenez à connaître les passionnés de culture en consultant les différentes sections du profil afin de mieux comprendre les valeurs, les motivations et les comportements de ce type de voyageur. Notez les huit à dix caractéristiques principales qui décrivent ce voyageur et qui pourraient vous aider à développer vos produits. Consultez au moins les points suivants :

* Description sommaire et ce que vous devez savoir à son sujet (p. 19).
* Valeurs et attitudes touristiques, motivations émotionnelles et destinations souhaitées (p. 20).
* Compagnons de voyage et opinions sur le tourisme responsable (p. 24).
* Principales activités de voyage recherchées (p. 25).
* Avantages fonctionnels de la destination souhaitée (p. 29).
* Dans quelle mesure les caractéristiques principales indiquées à la section « Public » de la requête ChatGPT correspondent-elles à celles que vous avez sélectionnées?

1. Discutez des éléments de l’expérience du Festival international des fruits de mer de l’Île-du-Prince-Édouard ([www.peishellfish.com/fr](http://www.peishellfish.com/fr)) et notez ceux qui pourraient susciter l’intérêt des passionnés de culture et ceux qui pourraient moins les intéresser.
2. Passez maintenant en revue les deux idées proposées par ChatGPT. À l’aide des renseignements issus de la recherche, discutez de l’idée qui, selon votre groupe, correspond le mieux à ce type de voyageur et expliquez pourquoi.
3. Que pourriez-vous changer ou améliorer dans cette idée afin de l’adapter davantage aux motivations et aux valeurs des passionnés de culture?
4. Choisissez une personne pour présenter brièvement les points saillants de votre discussion et vos idées à l’ensemble des personnes participantes.

Requête ChatGPT utilisée pour proposer des idées d’expériences

J’aimerais que vous vous mettiez dans la peau d’un organisme de marketing de destination (OMD) de l’Île-du-Prince-Édouard qui fait la promotion du Festival international des fruits de mer. Vous pouvez obtenir des renseignements sur cet événement au [www.peishellfish.com/fr](http://www.peishellfish.com/fr) et vous faire une idée de ce festival qui propose des spectacles musicaux, des fêtes de cuisine, des démonstrations culinaires, des concours de chefs ainsi que l’événement Feast & Frolic.

Je voudrais que vous proposiez deux idées d’expériences novatrices et lucratives qui pourraient renforcer l’attrait de ce festival auprès d’un public précis, dont les caractéristiques sont décrites ci-dessous.

**Public** **:** Voici quelques renseignements à prendre en compte sur un segment de voyageurs décrivant leurs valeurs, leurs motivations et leurs préférences en matière de voyage :

Personnes libres d’esprit recherchant des expériences authentiques;

Se plongent dans la culture et l’histoire locales;

Privilégient la diversité, l’inclusion et la durabilité;

Aiment rester flexibles;

Rencontrent de nouvelles personnes, découvrent de nouvelles perspectives et se sentent comme chez eux;

Cuisine locale, festivals et événements culturels, visite de musées et de monuments;

Scène musicale et artistique dynamique.

Les idées d’expériences doivent :

cibler précisément les valeurs, les motivations et les préférences du segment de voyageurs défini;

être créatives et attrayantes afin de susciter l’enthousiasme et d’accroître l’attrait du festival;

être réalisables, réalistes et exploitables dans le cadre d’un budget et d’un calendrier raisonnables.

**Type de résultat :** Proposez deux idées d’expériences, chacune comprenant :

un titre ou un nom pour l’expérience – un titre concis et descriptif qui fait appel aux valeurs et aux motivations des voyageurs;

les caractéristiques du public cible – cernez les valeurs et les motivations qui suscitent l’intérêt du voyageur pour cette idée d’expérience;

une description – une brève description d’un paragraphe qui exprime l’essence de l’expérience au public cible;

les recettes potentielles – une fourchette de prix qui pourrait être demandée pour cette expérience;

des partenariats – les partenaires potentiels que l’organisation du festival pourrait mobiliser pour proposer l’expérience et étendre les retombées économiques du festival à l’ensemble de la communauté.

|  |  |
| --- | --- |
| No 1 – Les secrets de l’huître : atelier culinaire et créatif | No 2 – Perles salées et élixirs : le labo des huîtres et des cocktails |
| Caractéristiques du public cible :  Apprécie les expériences culturelles immersives  Apprécie l’art, la créativité et la découverte culinaire  Souhaite apprendre de manière pratique et interactive  Privilégie la durabilité et l’artisanat inspiré de la région | Caractéristiques du public cible :  Apprécie les expériences dynamiques et sociales  Aime l’expérimentation culinaire et la confection de cocktails  Est en quête d’événements interactifs et pratiques  Apprécie les boissons artisanales locales et les accords mets-vins |
| Description :  Libérez votre créativité dans cet atelier unique en son genre qui allie la splendeur culinaire et artistique des huîtres très appréciées de l’Île-du-Prince-Édouard. Cette expérience en deux phases commence par une séance de découverte pratique des huîtres, au cours de laquelle les invités apprennent les techniques d’écaillage et l’art de présenter l’huître parfaite. Passez ensuite de l’art culinaire à une activité créative dans le cadre d’un atelier guidé au cours duquel vous transformerez des coquilles d’huîtres en souvenirs peints à la main ou en superbes bijoux. Dégustez des canapés garnis de fruits de mer locaux et du vin pendant le processus de création, tout en vous imprégnant des riches histoires de la culture ostréicole de l’Île-du-Prince-Édouard. Repartez avec votre œuvre d’art unique en souvenir de votre expérience. | Description :  Rehaussez votre expérience sur le thème de l’huître grâce à ce laboratoire interactif qui associe l’écaillage de pointe à la confection de cocktails créatifs. Sous la houlette d’un spécialiste local des cocktails et grand amateur d’huîtres, vous découvrirez comment différentes saveurs rehaussent le goût délicat et salé des huîtres de l’Île-du-Prince-Édouard. Vous apprendrez à associer les huîtres à des cocktails innovants, vous créerez votre propre shooter d’huîtres et essaierez même des garnitures uniques à base d’huîtres. Cette expérience conviviale et stimulante est parfaite pour celles et ceux qui veulent faire des rencontres, échanger et se laisser tenter par les meilleures saveurs de l’Île-du-Prince-Édouard. |
| Recettes potentielles :  Prix du billet : 95 $ à 145 $ par personne (comprend le matériel de l’atelier, la dégustation d’huîtres et les boissons)  Capacité : 20 à 30 invités par séance  Occasions de ventes additionnelles : Séances de peinture personnalisées sur huître, fabrication de bijoux haut de gamme en option, œuvres d’art encadrées réalisées en coquilles d’huîtres à vendre | Recettes potentielles :  Prix du billet : 85 $ à 125 $ par personne (comprend les huîtres, les cocktails et la leçon pratique de confection de cocktails)  Capacité : 30 à 40 invités par séance  Occasions de ventes additionnelles : Places assises privilégiées, spiritueux haut de gamme en option, nécessaires à cocktails à emporter, outils d’écaillage d’huîtres à l’image de la marque |
| Partenariats :  Ostréiculteurs et écaillers locaux  Artistes et artisans de l’Î.-P.-É. (p. ex. bijoutiers, peintres, céramistes)  Vignobles et producteurs de boissons artisanales de l’Î.-P.-É.  Entreprises locales soucieuses de l’environnement qui participent au recyclage des coquilles | Partenariats :  Spécialistes locaux des cocktails et préposés au bar  Distilleries et brasseries artisanales de l’Î.-P.-É.  Ostréiculteurs et fournisseurs de fruits de mer  Bars ou restaurants locaux pour des activités après l’événement |

Groupe 2 – Marketing

1. Apprenez à connaître les passionnés de culture en consultant les différentes sections du profil afin de mieux comprendre les valeurs, les motivations et les comportements de ce type de voyageur. Notez les huit à dix caractéristiques principales qui décrivent ce voyageur et qui pourraient vous aider à développer vos produits. Consultez au moins les points suivants :

* Description sommaire et ce que vous devez savoir à son sujet (p. 19).
* Valeurs et attitudes touristiques, motivations émotionnelles et destinations souhaitées (p. 20).
* Compagnons de voyage et opinions sur le tourisme responsable (p. 24).
* Principales activités de voyage recherchées (p. 25).
* Avantages fonctionnels de la destination souhaitée (p. 29).
* Dans quelle mesure les caractéristiques principales indiquées à la section « Public » de la requête ChatGPT correspondent-elles à celles que vous avez sélectionnées?

1. Discutez des éléments de l’expérience du Festival international des fruits de mer de l’Île-du-Prince-Édouard ([www.peishellfish.com/fr](http://www.peishellfish.com/fr)) et notez ceux qui pourraient susciter l’intérêt des passionnés de culture et ceux qui pourraient moins les intéresser.
2. Passez maintenant en revue les deux idées proposées par ChatGPT. À l’aide des renseignements issus de la recherche, discutez de l’idée qui, selon votre groupe, correspond le mieux à ce type de voyageur et expliquez pourquoi.
3. Que pourriez-vous changer ou améliorer dans cette idée afin de l’adapter davantage aux motivations et aux valeurs des passionnés de culture?
4. Choisissez une personne pour présenter brièvement les points saillants de votre discussion et vos idées à l’ensemble des personnes participantes.

Requête ChatGPT utilisée pour proposer des idées de marketing

J’aimerais que vous vous mettiez dans la peau d’un organisme de marketing de destination (OMD) de l’Île-du-Prince-Édouard qui fait la promotion du Festival international des fruits de mer. Vous pouvez obtenir des renseignements sur cet événement au [www.peishellfish.com/fr](http://www.peishellfish.com/fr) et vous faire une idée de ce festival qui propose des spectacles musicaux, des fêtes de cuisine, des démonstrations culinaires, des concours de chefs ainsi que l’événement Feast & Frolic.

Je voudrais que vous proposiez deux idées de marketing innovantes et contrastées pour cet événement, en ciblant un public précis, dont les caractéristiques sont décrites ci-dessous.

**Public** **:** Voici quelques renseignements à prendre en compte sur un segment de voyageurs décrivant leurs valeurs, leurs motivations et leurs préférences en matière de voyage :

Personnes libres d’esprit recherchant des expériences authentiques;

Se plongent dans la culture et l’histoire locales;

Privilégient la diversité, l’inclusion et la durabilité;

Aiment rester flexibles;

Rencontrent de nouvelles personnes, découvrent de nouvelles perspectives et se sentent comme chez eux;

Cuisine locale, festivals et événements culturels, visite de musées et de monuments;

Scène musicale et artistique dynamique.

Les idées de marketing doivent :

cibler précisément les valeurs, les motivations et les préférences du segment de voyageurs défini;

être créatives et attrayantes afin d’attirer l’attention et de susciter l’enthousiasme pour le festival;

être concrètes, inclure des appels à l’action clairs et suggérer des canaux de marketing précis;

être mesurables afin de permettre le suivi de l’efficacité des campagnes de marketing;

être réalisables, réalistes et exploitables dans le cadre d’un budget et d’un calendrier raisonnables.

**Type de résultat :** Proposez deux idées de marketing, chacune comprenant :

un titre ou un intitulé – un titre concis et descriptif qui fait appel aux valeurs et aux motivations des voyageurs;

les caractéristiques du public cible – cernez les valeurs et les motivations qui suscitent l’intérêt du voyageur pour cette idée de marketing;

un message principal – le message central à transmettre au public cible;

les canaux de marketing – les canaux appropriés pour interpeller le public cible (p. ex. médias sociaux, courriel);

une suggestion d’image et de texte pour accompagner le message – quel type d’image utiliser pour susciter l’intérêt du public et un bref paragraphe descriptif qui serait attrayant et susceptible d’éveiller son intérêt;

un appel à l’action – formulez un appel à l’action clair et convaincant.

|  |  |
| --- | --- |
| No 1 – Écaillez, goûtez et festoyez : le meilleur du Festival international des fruits de mer de l’Î.-P.-É. en mode local | No 2 – Océans durables et rythmes irrésistibles : aventure gourmande écoresponsable |
| Caractéristiques du public cible :  Voyageurs libres d’esprit en quête d’une immersion culturelle authentique  Privilégie les rencontres avec les habitants, la cuisine traditionnelle et les activités artistiques et musicales vivantes  Apprécie la flexibilité et la spontanéité, ce qui convient parfaitement à l’atmosphère décontractée et vivante des fêtes de cuisine et des concours de chefs | Caractéristiques du public cible :  Voyageurs qui privilégient la durabilité, la diversité et l’inclusion  Personnes désireuses de découvrir de nouvelles perspectives, de découvrir les traditions culinaires locales et de soutenir des événements respectueux de l’environnement  Parfait pour les visiteurs qui apprécient les festivals culturels soucieux de leur responsabilité environnementale |
| Message principal :  Plongez dans le riche patrimoine maritime de l’Île-du-Prince-Édouard, écaillez des huîtres fraîchement récoltées avec des gens du coin et dansez jusqu’au bout de la nuit lors de fêtes de cuisine animées. Vivez l’expérience d’un festival où chaque plat raconte une histoire et où chaque rythme vous plonge dans l’esprit de l’île. | Message principal :  Goûtez à la générosité de l’océan de manière responsable lors du Festival international des fruits de mer de l’Île-du-Prince-Édouard, où les fruits de mer durables, la diversité culturelle et la musique dynamique se conjuguent pour une célébration unique en son genre. |
| Canaux de marketing :  Instagram et TikTok (pour du contenu visuel attrayant et des vidéos courtes et vivantes)  Événements et groupes Facebook (pour favoriser l’engagement de la communauté et faire connaître les saveurs locales)  Partenariats avec des influenceuses et influenceurs qui tiennent des blogues de voyage et de gastronomie et qui mettent l’accent sur les expériences authentiques et la durabilité  Bulletins d’information touristiques locaux et d’Eventbrite pour les promotions sur les billets et les offres de voyage | Canaux de marketing :  LinkedIn (pour interpeller les professionnels intéressés par la durabilité et les arts culinaires)  Mini-documentaires sur YouTube mettant en avant les pratiques de pêche et de récolte durables et des entrevues avec des chefs locaux  Collaborations avec des plateformes de voyage soucieuses de l’environnement et des influenceurs et influenceuses dans le domaine de l’alimentation durable  Balados sur le tourisme culinaire, l’alimentation durable et les voyages |
| Visuel : Photo originale et colorée d’un groupe de festivaliers hétérogène en train d’écailler des huîtres à une table commune et riant avec des gens du coin, dans un décor de coucher de soleil sur le port. Ajoutez en arrière-plan des musiciens jouant des airs traditionnels de l’île.  Texte :  Écaillez les huîtres avec les professionnels, discutez avec des gens du coin et savourez les fruits de mer les plus frais de l’île, tout en dansant au rythme des fêtes de cuisine animées de l’Île-du-Prince-Édouard. Le Festival international des fruits de mer est plus qu’un événement; c’est votre passeport pour vivre comme un habitant de l’île. Ressentez le rythme, goûtez les fruits de mer et festoyez avec la communauté. Vous joindrez-vous à la fête? | Visuel : Gros plan sur un plat de fruits de mer d’origine durable et magnifiquement présenté, avec un chef local expliquant l’origine de chaque ingrédient. L’arrière-plan montre le littoral immaculé et des pêcheurs utilisant des méthodes de récolte et de pêche responsables.  Texte :  De la mer à la table avec le plus grand soin. Venez au Festival international des fruits de mer de l’Île-du-Prince-Édouard pour une aventure culinaire qui rend hommage à l’océan et à ses habitants. Rencontrez les chefs à l’avant-garde des fruits de mer durables, assistez aux spectacles passionnants d’artistes locaux et nouez des liens avec une communauté qui prône la diversité et le respect de l’environnement. Vivez une fin de semaine inoubliable alliant goût, cœur et sens. |
| Appel à l’action :  « Prenez vos billets et écaillez comme un insulaire! Le nombre de places est limité, réservez donc sans attendre pour goûter à cette expérience! » | Appel à l’action :  « Réservez votre billet dès aujourd’hui et goûtez à la durabilité lors du Festival international des fruits de mer de l’Île-du-Prince-Édouard! Les billets partent vite, ne manquez donc pas ce festin écoresponsable aux saveurs de l’océan! » |