



idée
« ESSEX APPÉTISSANT » CIRCUIT(S)
CUISINE ET BOISSONS

PROTOTYPE AVEC PLAN D'ACTION INTÉGRÉ

projet soumis par :
PROFIT

plus d'informations :
WWW.PROFITTOURISM.EU

1. OBJET

Une carte des différents circuits cuisine et boisson dans le comté, avec une thématique dominante sur les produits durables du terroir, conçue pour la « génération 2000 » passionnée de cuisine

- ▶ PME : Un effort publicitaire partagé pour placer les entreprises sur la carte du client en vue d'intensifier les visites et les ventes
- ▶ Clients : Découvrir les endroits « cachés » et les secrets bien gardés du comté, pour susciter l'idée d'une aventure

3. FACTEURS DE RÉUSSITE

- ▶ Fonctionne toute l'année
- ▶ Ampleur de l'offre (différents circuits)
- ▶ Des produits culinaires et des boissons, un intérêt majeur en particulier pour la « génération 2000 »
- ▶ Renforce les expériences et le sens de la découverte

4. PARTENAIRES

- ▶ Les entreprises du secteur alimentaire : restaurants, cafés, boutiques, fermes, etc.
- ▶ Elles doivent faire preuve de critères d'adhésion, par exemple : production locale, méthodes durables de production, etc.
- ▶ Gares, bureaux du tourisme, conseils pour le soutien au marketing et à la distribution

2. ACTIFS ET RENTABILITÉ

- ▶ Trouver de la délicieuse cuisine et des boissons joliment présentées et produites localement, et y goûter, près de chez soi... et ce faisant, respecter l'environnement
- ▶ Montrer un aspect différent (culinaire) de l'Essex, et attirer l'attention sur les différents produits culinaires et les boissons de bonne qualité produits dans l'Essex
- ▶ Réduire le caractère saisonnier : en proposant des produits culinaires et des boissons tout au long de l'année et à l'intérieur
- ▶ Séduire la « génération 2000 » en lui offrant une expérience autour de produits locaux et d'activités en partage
- ▶ Séduire les parents : les aider à jouir de leurs vacances en passant une soirée sans leurs enfants
- ▶ Éventuellement séduire les enfants avec un circuit « sucreries »

idée
« ESSEX APPÉTISSANT » CIRCUIT(S) CUISINE ET BOISSONS

5. COMMUNICATION

- ▶ Lien possible avec la campagne sur Instagram (et autres innovations créées grâce à PROFIT)
- ▶ #Essexappétissant sur les réseaux sociaux
- ▶ Orientation et distribution par les membres : Distribution de la carte et informations fournies aux clients par les entreprises engagées dans le projet
- ▶ Cartes disponibles dans les centres comme les gares, les bureaux du tourisme, etc.
- ▶ Tapez les mots-clés surprise, local, pépite cachée, secrets bien gardés et produits culinaires (par exemple : tous prix ou badges gagnés)

7. FONCTIONNEMENT

- ▶ Une carte de l'Essex avec 5 circuits : Sucré, Saveurs, Gastronomie, Végétarien, Vignobles et brasseries
- ▶ Brochure sous forme numérique ou papier avec la carte et une page par circuit ainsi qu'une liste de tous les établissements engagés
- ▶ Toutes les entreprises participantes disposeront d'une carte pratique
- ▶ Toutes les entreprises participantes réfléchiront à des moyens d'améliorer l'expérience clients des visiteurs du circuit : par exemple en leur offrant de petits cadeaux quand ils mentionnent le circuit ou rapportent la brochure
- ▶ Les visiteurs seront invités à ne pas jeter la carte mais à la rapporter dans une entreprise locale pour être réutilisée et pour favoriser la durabilité
- ▶ Les visiteurs seront encouragés à utiliser la référence #Essexappétissant pour étiqueter leurs photos et un tirage au sort aura lieu mensuellement

11. SUIVI & ÉVALUATION

- ▶ Nombre de visites par carte par rapport au nombre de cartes distribuées
- ▶ Nombre de cartes rapatriées (pourra servir à vanter la durabilité du projet à l'avenir)
- ▶ Nombre de photos publiées et étiquetées #Essexappétissant
- ▶ Nombre de recherches avec la référence #Essexappétissant
- ▶ Mentions du circuit dans les commentaires en ligne sur les sites des entreprises

6. CIBLE

Premièrement :

- ▶ La « génération 2000 » attirée par les produits culinaires et les boissons et par le partage d'expériences

Deuxièmement :

- ▶ Les parents pouvant arriver à l'improviste pour vivre un moment en couple pendant leurs vacances avec leurs enfants

8. CALENDRIER

- ▶ Court terme : réunir les soutiens et les adhésions
- ▶ Moyen terme : conception, impression et distribution

9. DÉFIS

- ▶ Savoir qui opte pour quel circuit
- ▶ Critères d'adhésion au projet
- ▶ Atteindre la bonne audience (la « génération 2000 »)

10. FINANCEMENT

Revenus :

- ▶ Augmentation du nombre de visites et des ventes

Coûts :

- ▶ Conception, impression et distribution
- ▶ Éventuellement annonces publicitaires payantes numériques et sur les réseaux sociaux