

CHEW ON THIS TASTY TOURS

Étude de cas

Novembre 2024



RRachel Dodds, experte en tourisme durable et professeure à l'Université métropolitaine de Toronto.
Merci à Lise Hines pour ses commentaires et ses connaissances.



Pourquoi la nourriture?

Selon Lise Hines, la nourriture permet de créer des liens et favorise une expérience multisensorielle qui rassemble les gens.



La nourriture ne sert pas uniquement à assurer notre subsistance. C'est une façon de se rapprocher des gens. Chaque bouchée raconte une histoire. Partager un repas, c'est aussi partager des moments de bonheur, d'amour et de rires. Il y avait tant de petites tables gastronomiques intéressantes à Fort Langley, et j'y voyais un potentiel. »

Durant son parcours pour établir Chew on This Tasty Tours, Lise Hines a sollicité les conseils et points de vue de nombreux professionnels de l'industrie, dont Destination BC, le personnel de Tourism Langley et d'autres propriétaires d'entreprises. Voulant affiner sa vision et sa stratégie pour la réussite de son entreprise, elle a enrichi ses connaissances en écoutant des balados pertinents et en faisant appel à un coach d'affaires.

Ces échanges lui ont apporté de précieux conseils et une inspiration qui ont orienté ses visites culinaires. En consultant un vaste réseau de professionnels, Lise Hines a recueilli des perspectives qui ont éclairé son approche et encouragé l'esprit de collaboration au sein de la communauté des affaires. Les liens qu'elle a tissés dès le départ ont approfondi sa compréhension de l'industrie et servi de fondement essentiel pour assurer le succès de Chew On This Tasty Tours, malgré les défis posés par la pandémie.

Le présent

Chew On This Tasty Tours en est à sa cinquième année d'activité et a montré la viabilité de son modèle de développement du tourisme local. La première visite offerte par l'entreprise, *Fort Langley: Local Flavour*, a été la plus populaire et grâce à son succès, Lise Hines a pu étendre ses visites culinaires à d'autres destinations. Conçues tant pour les visiteurs que pour la communauté locale, ces expériences tout compris permettent aux groupes d'amis de se retrouver spontanément. Grâce à l'étroite collaboration avec des partenaires municipaux, communautaires et commerciaux, l'entreprise contribue à l'indépendance économique et à l'attractivité de la destination ainsi qu'à l'enrichissement des expériences touristiques.

Réussites et défis

Réussites :

- 1. Reconnaissance de l'industrie :** Lise Hines a été invitée en tant qu'entrepreneure au congrès 2024 de la Tourism Industry Association of BC, où elle a mis en avant la croissance et les retombées de son entreprise.
- 2. Retombées économiques :** Les visites organisées par Chew on This Tasty Tours permettent de garder un maximum d'argent dans la communauté. Chaque visite génère environ 100 \$ de profit pour chaque entreprise locale participante. Depuis le lancement de la visite de Fort Langley il y a trois et demi, plus de 400 personnes y ont participé.
- 3. Partenariats collaboratifs :** La collaboration fructueuse avec les chefs cuisiniers, les producteurs d'aliments et les propriétaires d'entreprises de la région a permis de créer des expériences originales et de stimuler les occasions d'affaires, tout en soutenant les entreprises locales et les communautés où elles sont établies.
- 4. Satisfaction de la clientèle :** Le souci du détail et la qualité des expériences ont entraîné un taux élevé de satisfaction de la clientèle. Près de 30 % des visiteurs sont des clients récurrents et les commentaires positifs contribuent à la croissance et à l'amélioration continue des entreprises.
- 5. Expansion :** Inspirées par la réussite de la visite de Fort Langley, d'autres destinations ont demandé la création d'expériences semblables dans leur région.
- 6. Partenariats stratégiques :** La collaboration avec Tourism Langley, les petits fournisseurs d'aliments, les attractions touristiques comme le lieu historique national du Fort-Langley et des entreprises autochtones dont Tradish's-Ancestor's Café a permis d'enrichir l'offre, d'accroître la portée du marketing et de mettre en valeur les produits locaux et autochtones.

Défis :

- 1. Financement :** Le soutien financier est limité, la majorité de l'aide reçue étant sous forme de dons en nature. Le marketing initial a été offert par Discovery Langley City en 2021, suivi d'un microfinancement du Tourism Innovation Lab, puis d'une microsubvention de Destination British Columbia en 2024.
- 2. Autosuffisance :** Malgré le financement reçu, la propriétaire a effectué la plupart des travaux et réalisé les investissements nécessaires. En tant que solopreneure, elle a parfois regretté de ne pas avoir quelqu'un avec qui échanger des idées ou discuter d'améliorations. Elle souligne l'importance d'avoir un bon réseau de soutien pour réussir.
- 3. Rémunération équitable :** L'entreprise de Lise Hines a été établie durant la pandémie afin de soutenir les petites entreprises qui peinaient à survivre durant cette période d'incertitude. Bien que de nombreuses dépenses aient été engagées pour le lancement de l'entreprise, il a été difficile de ne pas demander une rémunération juste aux fournisseurs. Le virage vers un modèle rentable pose des défis, plusieurs fournisseurs s'attendant encore à profiter de services de marketing gratuits, comme ce fut le cas auparavant. Cette expérience souligne l'importance d'établir des paramètres clairs dès le départ lorsqu'on offre des services gratuitement et de fixer une durée limitée.

Flexibilité : En raison des conditions fluctuantes du marché durant la pandémie, les visites ont dû évoluer constamment pour s'adapter aux fermetures inattendues causées par les restrictions sanitaires. Initialement conçues pour six visiteurs accompagnés d'un guide, les visites ont dû être repensées lorsque les règles sanitaires ont limité les groupes à deux personnes. C'est ainsi que les visites autoguidées avec itinéraire pour deux participants ont été mises en place. Cette capacité d'adaptation s'est révélée essentielle au succès de l'entreprise.



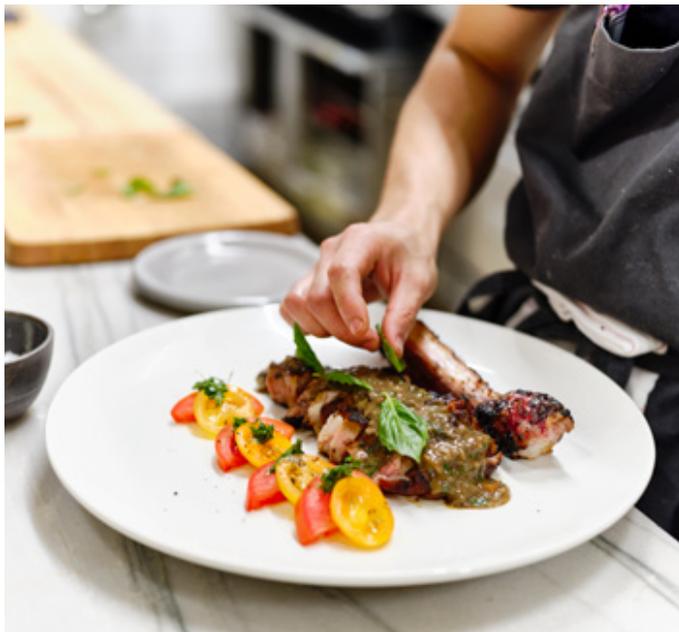
Entreprise établie durant la pandémie

Chew on This Tasty Tours a vu le jour durant la pandémie de COVID-19, une période marquée par des défis sans précédent et de grandes perturbations pour les restaurants et l'industrie touristique. Lancer une entreprise axée sur la gastronomie dans un contexte aussi instable exigeait une adaptabilité et une résilience hors du commun. Lise Hines décrit son approche avec une comparaison au Roomba, le robot aspirateur qu'on connaît tous. « Il fallait que je fasse comme le Roomba ».



Lorsque des obstacles se dressaient sur mon chemin, je changeais de direction et je continuais à avancer. Cette stratégie d'adaptation m'a permis de garder la tête froide et d'assurer le succès de mon entreprise. »

Cette comparaison représente bien l'agilité et la persévérance nécessaires pour s'orienter dans un paysage entrepreneurial en constante évolution pendant la pandémie. En acceptant d'être flexible et en continuant d'avancer, Chew on This Tasty Tours a réussi à prospérer malgré les circonstances difficiles auxquelles elle a été confrontée lors de sa fondation.



Se distinguer dans le marché grâce à une approche régénératrice

Comme nouvelle venue dans le marché concurrentiel de la gastronomie, l'entreprise Chew on This Tasty Tours s'est démarquée grâce à plusieurs stratégies régénératrices.

→ Approche axée sur la valeur

Lise Hines a conçu son entreprise de manière à refléter ses valeurs personnelles, en faisant de la gastronomie locale un moyen de soutenir les petites entreprises et de découvrir les communautés.

→ Les relations humaines au cœur des activités

Les visites visent à créer des liens enrichissants entre les visiteurs et les propriétaires d'entreprise, offrant une expérience plus intime et authentique.

→ Engagement communautaire

En faisant équipe avec des chefs cuisiniers locaux et les entreprises de la communauté qui accueillent les visites, Chew on This Tasty Tours rapproche les visiteurs et la communauté locale. Les visiteurs échangent avec les personnes qui habitent la destination, ce qui renforce le tissu social des destinations visitées. En partageant des renseignements sur les quartiers, les visites permettent également de préserver et de mettre en valeur la culture locale.

→ Variété de visites

Chew on This Tasty Tours propose une vaste gamme d'expériences, dont des visites à pied, des circuits approfondis, des visites autonomes ainsi que le programme *With The Chef*, toutes conçues pour répondre à certaines préférences ou à accueillir des groupes de différentes tailles.

→ Saisonnalité et aspect local

Cette entreprise célèbre les éléments locaux et uniques de la région de Fort Langley et est ouverte à l'année. Ses visites soutiennent donc les entreprises durant l'intersaison.

→ Formule tout compris

Les visites sont conçues sur un modèle tout compris, qui inclut la nourriture, les boissons et même les pourboires, simplifiant l'expérience de la clientèle.

→ Soutien pour l'économie locale

À la différence d'autres entreprises semblables, Chew on This Tasty Tours rémunère pleinement les entreprises participantes pour les dégustations, leur donnant une occasion sans risque d'accroître leur visibilité.

En mettant en avant la cuisine locale et les boutiques artisanales de la région, ce modèle de tourisme contribue directement au dynamisme économique de la communauté.

→ **Expériences personnalisées et inclusives**

En plus d'offrir des visites privées, Chew on This Tasty Tours peut s'adapter aux différents goûts et ainsi assurer une expérience personnalisée et inclusive. L'entreprise tient compte des régimes alimentaires afin de rendre ses visites pleinement accessibles, dans la mesure du possible. Des renseignements sur les peuples autochtones sont transmis durant les visites, et l'accueil de personnes de tous horizons, genres et nationalités est un élément central. Allant au-delà du cadre traditionnel du tourisme, Chew on This Tasty Tours offre également des expériences sur mesure pour les organisations et les événements spéciaux.

→ **Pratiques durables**

En offrant une expérience intime sur mesure, les visites limitent les effets négatifs liés aux grands groupes et au tourisme de masse. Lorsque Lise Hines a observé des signes de surtourisme à Fort Langley durant l'été 2021, elle a suspendu temporairement la visite de cette région jusqu'à l'intersaison. De plus, plusieurs visites se déroulent à pied, permettant de réduire les émissions de CO₂. L'entreprise fournit également des sacs de toile réutilisables dans le cadre de son programme Tasty Totes, répondant ainsi aux attentes des consommateurs soucieux de l'environnement. Lise Hines travaille avec des partenaires locaux, comme Grounds and Greens, un café proposant exclusivement des plats à base de plantes, et Reusables, qui limite l'utilisation de contenants jetables pour les mets à emporter. Elle vérifie régulièrement les portions servies lors des visites afin de réduire le gaspillage alimentaire excessif.

→ **Récits**

Lise Hines travaille désormais à intégrer davantage de récits à ses visites. Pour perfectionner son habileté narrative, elle suit un cours de maître dans le cadre d'un programme offert par Destination BC. Elle aspire ainsi à pouvoir offrir des visites plus mémorables et enrichissantes.

Grâce à ses caractéristiques distinctives, Chew on This Tasty Tours occupe une place de choix dans le marché du tourisme culinaire, conjuguant soutien économique local et expériences inoubliables. La croissance de cette entreprise, qui est née d'un désir d'aider les petites entreprises à prospérer durant la pandémie, témoigne de son adaptabilité et de son positionnement dans le marché. D'abord limitée à une communauté, l'entreprise propose maintenant des visites dans cinq localités, démontrant la capacité de son modèle à s'adapter et à prospérer dans différents milieux.

L'avenir

Chew on This Tasty Tours est prête à poursuivre sa croissance en s'appuyant sur la réussite de sa visite de Fort Langley. Elle diversifie maintenant son offre et élargit sa portée géographique.

À l'avenir, Chew on This Tasty Tours cherchera à évoluer au-delà de l'expérience purement culinaire pour adopter un modèle touristique global et durable axé sur la communauté. L'entreprise se positionne ainsi au premier plan du tourisme régénérateur, alliant expériences gastronomiques, découvertes culturelles, liens communautaires et sensibilisation environnementale.

