



Collectivité Territoriale de Martinique
Lycée de Bellevue
« l'excellence dans la diversité »



Spiritourisme Pari réussi pour le premier challenge inter-lycées « Crée ta Mock Company »

Le mardi 17 avril 2018
Lycée de Bellevue – Martinique

Rédigé par Catherine Glondu-Seloi le 27 avril 2018

Carton plein pour la première édition du Challenge Spiritourisme « Crée ta Mock Company » qui a réuni 5 équipes issues de 3 lycées de la Martinique dans le cadre des « Journées du Tourisme à l'Ecole ».



Les 5 équipes d'étudiants de BTS issus de 3 établissements scolaires de la Martinique

L'idée est venue des étudiants de 1^{ère} année de BTS Tourisme du Lycée de Bellevue sous l'égide de leur professeur d'Economie-Gestion spécialisée dans la production de services, Catherine Glondu-Seloi.

La préparation de la manifestation s'est opérée durant les plages horaires dédiées aux Ateliers de Professionnalisation insérées à l'emploi du temps. Les séances ont été co-animées de janvier à avril avec Yves-Marcelle Richer, enseignante de Géographie et Raphaël Galbon, professeur d'Economie-Gestion.

Le concept était simple : motiver des élèves issus de divers BTS et susciter chez eux l'esprit d'entrepreneuriat de manière concrète puis les confronter à un public de professionnels influents.



Cécile, en MC

« Je déclare ouvert le 1^{er} challenge inter-lycées sur le thème du Spiritourisme »



Martin Kalala, Proviseur adjoint du Lycée de Bellevue remettant des lots aux équipes

La manifestation s'est ouverte le mardi 17 avril 2018 à 14h sous l'égide de Martin Kalala, Proviseur adjoint du Lycée de Bellevue, dans une salle joliment décorée de fleurs fraîches et de canne à sucre par les étudiantes en charge de l'accueil. Cécile, étudiante en 1^{ère} année de BTS Tourisme, maîtresse de cérémonie pour l'occasion, a introduit la manifestation et Catherine Glondu-Seloi a prodigué quelques conseils de dernière minute aux équipes en démontrant l'importance du marketing émotionnel dans une démarche entrepreneuriale. L'enseignante d'insister sur « la nécessité d'exploiter les émotions au profit d'une satisfaction client augmentée entraînant fidélisation et engagement à long terme. »

« A vos marques, prêts, pitchez ! »

Le tirage au sort a désigné les étudiants de 2^{ème} année de BTS Tourisme pour être les premiers à « pitcher » durant 7 minutes face à un parterre de professionnels et de lycéens venus les écouter.

Ils ont choisi de se mettre en scène. Yamina joue le rôle d'une jeune parisienne qui recherche sur le web des opportunités de visites en Martinique.



Plus d'une centaine de personnes venues assister au challenge



L'équipe de Sikak'O – BTS Tourisme 2 - Lycée de Bellevue

Elle tombe sur l'offre de *Sikak'O*, une agence de réceptif dont l'originalité repose sur le voyage mystère. L'agence propose des excursions au contenu inconnu du public au moment de la réservation.

Le client a le choix entre trois thématiques d'excursions, l'une autour de la culture « *Sik'annou* », l'autre est axée sur l'aventure « *War'rum* » et la troisième, « *Kak'relax* », sur la détente. Les étapes de visites ne lui seront dévoilées qu'une fois sur place, le jour de l'excursion.

Dans un souci de pratique écotouristique, chacun des trois thèmes met en valeur les produits du terroir tels le sucre, le rhum et le cacao.

En guise d'appât, une visite virtuelle de la distillerie La Favorite est accessible via le site de leur partenaire VIP Studio-360.



Les 5 étudiants de BTS Négociation Relation Client du lycée Lumina Sophie encadrés par les enseignants Karine Bourgade et Félix Ichelmann ont souhaité concevoir une agence de vacances en ligne.

Faignant de discuter autour d'une table, ils présentent le concept de *Very Rhum Trip*, un séjour d'une semaine alliant découverte de l'île, des distilleries ainsi que des activités ludiques.

L'objectif est d'encourager la rencontre et l'échange lors d'un voyage organisé en navette où, amateurs de rhum, simples curieux ou personnes avides d'un produit original partageront une expérience inoubliable. Leur motivation, favoriser le multiculturalisme et la rencontre avec les locaux.

Un voyage haut de gamme en « Terre de Rhum » pour une clientèle soucieuse de son confort, de la qualité de l'accueil et de l'ensemble des petites attentions qui la fera se sentir privilégiée.



L'équipe de Very Rhum Trip – BTS NRC – LP Lumina Sophie

Cinq jeunes filles dynamiques et volontaires, campées pour l'occasion sur de hauts talons, ont conçu une application mobile proposant des jeux de piste pour visiter les distilleries de l'île. L'objectif est de plaire à des visiteurs distraits par leur smartphone durant les visites guidées de sites touristiques.



JéRhum est en fait un jeune Martiniquais amoureux de son île et fervent défenseur du rhum AOC Martinique. En sa compagnie, le visiteur répond à une série d'énigmes et de mini-jeux autour de trois thématiques. *Aventure Roméo* pour découvrir la culture de la canne à sucre en passant par le broyage, la fermentation, la distillation et la dégustation du rhum.

Folle Flore Aventure pour s'initier aux essences variées que l'on retrouve sur le site des distilleries.

Rhum-Rhum-Rhum-Rhum ou tout savoir sur le rhum blanc, le rhum vieux en passant par le rhum ambré... En Ti-punch ou en cocktail.

Ces étudiantes de BTS Tourisme du Lycée de Bellevue proposent grâce à la Réalité Augmentée de visiter autrement les distilleries en dynamisant les sites tout en impliquant les visiteurs dans des activités ludiques.

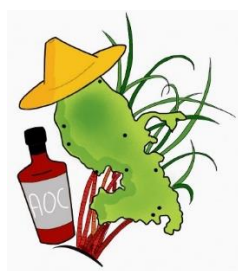


Catherine Glondou-Seloi au milieu de l'équipe JéRhum – BTS Tourisme 1 – Lycée de Bellevue

L'équipe du Lycée Nord Caraïbe menée par Karine Laouchez et Marie-Andrée Sauphanor nous a proposé un concept inédit de bar pour la Martinique.

A *Rhum Attitude* dispose d'une offre englobant un « *Bar à croustiz* » proposant des accords mets/rhum, un « *Bar à Rhum* » permettant de s'initier lors d'ateliers de dégustation à l'art de reconnaître les subtilités du Rhum AOC Martinique et une « *Cave à rhum* », épicerie fine où il sera possible d'acheter des produits de luxe.

Le concept s'appuie sur une stratégie d'écroulement par les prix et une politique de distribution utilisant l'ensemble des canaux en lien avec leur cible.



L'équipe A Rhum Attitude – BTS Hôtellerie-Restaurant – Lycée Nord Caraïbe



Madin Spirit a remporté les suffrages du public lors de cette première édition du challenge sur le spiritourisme.

Les 5 étudiants de BTS Négociation Relation Client (NRC) du Lycée de Bellevue coachés par Virginie Picot et Frédéric Jean-Baptiste ont souhaité mettre en avant le rhum martiniquais dans leur « *Rhum Truck* » positionné sur le Malecon. Au menu, dégustation et vente de rhums et de produits à base de sucre roux ainsi que du snacking à base de produits locaux.

En déplacement, « *Road to Rum* » consiste en 4 circuits découverte de distilleries pour une cible constituée de touristes de croisière et de séjour sans oublier la population locale.

Le Trophée des Journées du Tourisme leur a été offert par Marjorie Boura en charge du Spiritourisme au CMT et Claude Féliot, le Secrétaire Général du Coderum les a conviés à participer avec les autres équipes à une Master Class organisée prochainement dans les distilleries de l'île.



Marjorie Boura responsable Spiritourisme au CMT remettant le Trophée du Tourisme à l'équipe Madin Spirit BTS NRC – Lycée de Bellevue



Claude Féliot Secrétaire Général du Coderum présentant les Master Class

Soyez les bienvenus sur nos stands !

La deuxième partie de l'après-midi était consacrée à la promotion des entreprises virtuelles sur des stands aménagés pour la circonstance par les équipes. L'occasion pour le public de discuter avec les jeunes entrepreneurs en herbe, de leur poser des questions et d'approfondir leurs propositions autour d'un cocktail offert par le Comité Martiniquais du Tourisme.



*Aurélie Bapte (Rhum JM)
Lucien Louri
(Cacaoyère de Rivière Salée)*



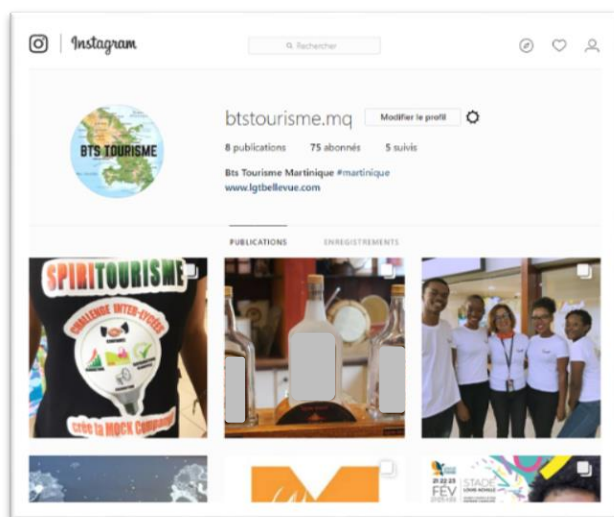
Visiteurs sur les stands



*Denis Adenet-Louvet
(Martinique La 1^{ère})
Thierry Maslin
(VIP Studio-360)*

Sans oublier la promotion de la manifestation faite sur les réseaux sociaux par les étudiants organisateurs avec notamment un Instagram Live signalant des Hashtag permettant de trouver l'événement plus facilement, le post de stories composées de photos et de vidéos.

L'occasion de sensibiliser les jeunes à la valorisation de nos produits du terroir et de susciter des vocations.



Force est de constater qu'au cours de cet exercice grandeur nature, les étudiants de 1^{ère} année de BTS Tourisme ont démontré leur capacité à organiser un événement, tout en améliorant leur compréhension du monde de l'entreprise. Une manifestation réussie, ont reconnu la Délégation Académique à la Formation Professionnelle Initiale et Continue (DAFPIC), le Coderum et la Comité Martiniquais du Tourisme, partenaires de la manifestation.



Olivier Chevillard
(Rectorat – DAFPIC)



Rose-Lise Joachim
(Rectorat - IA-IPR Economie & Gestion)

Fort heureusement, tous les projets ont pu être récompensés grâce aux nombreux lots offerts par les professionnels présents.



En effet, toutes les idées présentées semblent bel et bien porteuses d'avenir pour la filière canne, sucre, rhum et cacao aux dires des socio-professionnelles.

Nous ne pouvons que réitérer nos vifs remerciements à la distillerie Neisson, la distillerie JM, le Jardin de Balata, Martinique la 1^{ère}, les chocolats Elot, le CMT et le Coderum pour leur contribution à la réussite de cette manifestation et la confiance accordée à nos jeunes.

Gageons que cette opération inédite au Lycée de Bellevue soit le point de départ d'une aventure conduisant à la réalisation concrète de ces concepts innovants et au développement de la filière afin d'attirer une clientèle internationale à fort pouvoir d'achat, curieuse et avide de nouvelles expériences gustatives de qualité.

