

Plan d'actions 2020 Eure Tourisme

19 mai 2020





Des actions de Rebond suite à la crise du COVID-19 Eure Tourisme

19 mai 2020

l'Eure



AGENCE DE
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

Maintenant et demain : Les tendances

Ce que les spécialistes nous disent

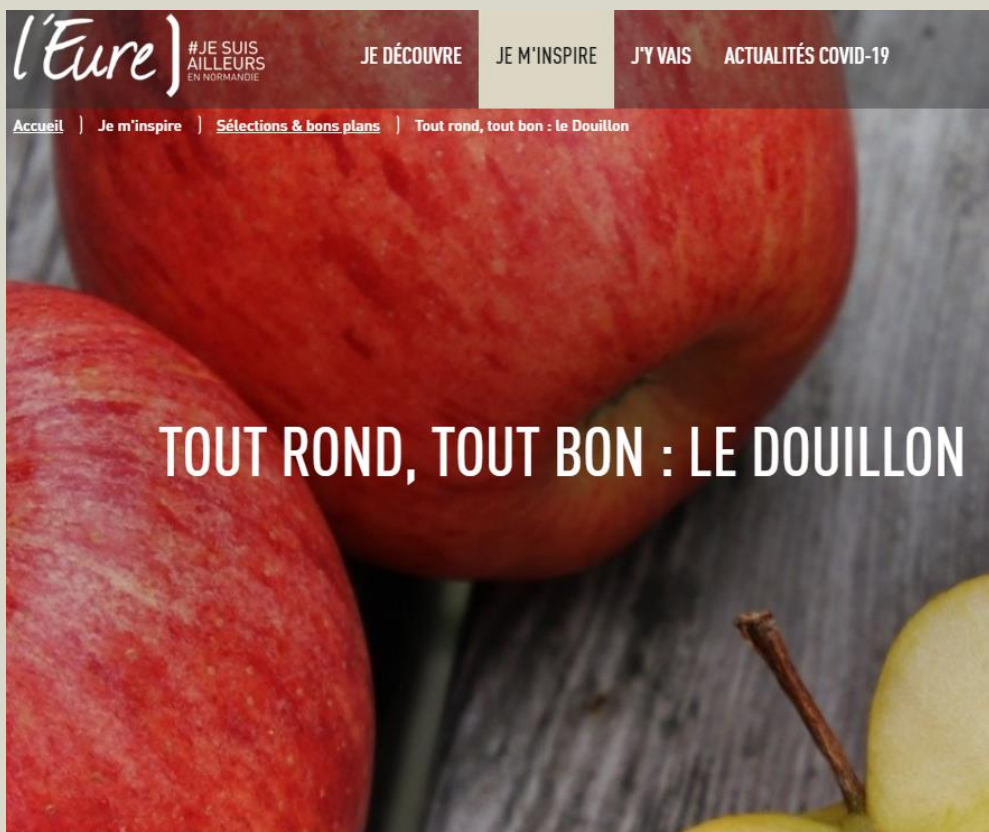
- Incertitude sur le pouvoir d'achat des ménages
- Des vacances d'été plus courtes
- Peur de fréquenter des lieux de tourisme de masse
- Les notions de tourisme responsable et durable seront plus que jamais valorisées
- Tourisme de proximité (moins de 2h, voire 100 km) et envie de rester en France cet été
- Une inquiétude sanitaire des touristes et des professionnels
- La quête de valeurs refuges et affinitaires

Maintenant et demain : Les tendances

Ce que les français nous disent

- **Baromètre#1 camping.com (357 participants)**
 - 88% partiront en vacances cet été
 - 90% resteront en France
 - 91% ne feront aucune réservation avant la fin du confinement
- **Baromètre#2 camping.com (826 participants)**
 - 40% envisagent de passer leurs vacances dans leur Région d'origine
 - 58% pourraient remettre en cause leur réservation en camping si la piscine est fermée
- **Étude Api and You (1002 participants)**
 - 85% ne changeront pas leurs habitudes de consommation
 - 65% sont prêts à retourner au restaurant dès la mi-juin
 - 65% feront des réservations à la sortie du confinement
 - 63% organiseront leur séjour via internet et les moteurs de recherches

Maintenant et demain : Ce que les visiteurs nous disent sur notre site internet



Des centres d'intérêts changeants :

- - 45 % pour la page agenda & événements
- + 5% pour la gastronomie
- + 18 % pour les jardins et espaces naturels
- + 4% page restaurants

Maintenant et demain : Ce que les français nous disent sur notre site internet



Top 3 des pages vues par rapport à 2019 (en date du 27 avril) :

- Hébergements + 145%
- Marais Vernier +230 %
- Vélo, rando & Co + 134 %



L'Eure, un territoire qui attire les médias

Des Racines et des ailes, une communication multi-canal:

- **Retombées presse : France Inter & France 3**
- **Valorisation sur les reseaux sociaux**
- **Renvoi vers le site [eure-tourisme.fr](https://www.eure-tourisme.fr)**
- **Top 3 dans les audiences avec 10% de part de marché**
- **Mais aussi:**
 - **Giverny et Eure Tourisme sur BFMTV**
 - **L'Eure dans le top 10 des Destinations préférées des influenceurs Best Jobers**
 - **Mademoiselle Bonplan (blogueuse) recommande l'Eure**
 - **ITW du Président de l'ADT par France 3 (JT national)**
 - **ITW directeurs Eure Tourisme (+Gîtes) France Bleu**
 - **Articles dans le Figaro, Le monde, Vogue...**



Maintenant et demain : Les tendances

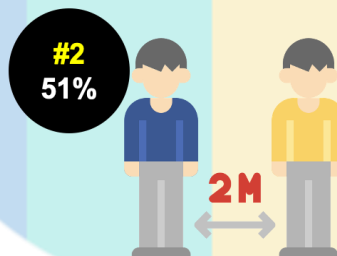
Ce que les professionnels nous disent

Quel est, à ce jour, le problème le plus compliqué à résoudre à votre niveau ?

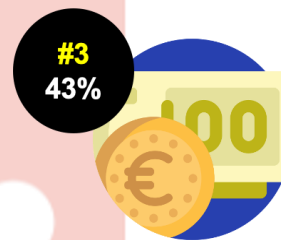
Lecture des résultats (ex): ce point a été choisi en #1 par 58% des répondants



**#1
58%**
Mettre en place des mesures de sécurité sanitaires compatibles avec les nouvelles exigences.



**#2
51%**
Mettre en place la distanciation sociale à l'accueil et durant les activités.



**#3
43%**
Gérer mon cash et mes charges et sauver la saison.

Sondage réalisé par elloha – 22/04/2020 – Tous droits réservés

Maintenant et demain: les tendances

Ce que les professionnels attendent de nous

- **Sondage réalisé par le CRT Normandie avec les ADT (137 participants dans l'Eure)**
 - 82% « des actions de communication pour favoriser la reprise »
 - 48% « un soutien financier en plus des aides existantes »
 - 42% « un accompagnement pour la mise en œuvre de nouvelles mesures sanitaires »
 - 41 % « une aide à la commercialisation »



Le plan d'action

Comment rebondir à partir du 11 mai ?



Les atouts de l'Eure



Notre ADN

- Notre proximité naturelle avec l'Ile-de-France
- Un message de déconnexion/slowlife
- Une destination Slowlife, loin du tourisme de masse
- Une destination de tourisme rural
- Nos Espaces Naturels
- Nos nombreuses activités nature (rando, vélo and co)
- Nos lacs propices à la baignade et activités nautiques
- De bons produits locaux, une gastronomie qui monte
- Une vraie synergie avec le Département, les OT, la CCI les Gîtes de France, UMIH
- Des personnalités sur lesquelles s'appuyer

Une réponse

- Résidences secondaires, un bassin de client important
- Une vraie légitimité sur le sujet, pas d'opportunisme
- Propice aux retrouvailles en mode tribu et cocon
- Oxygénation, grands espaces, distanciation
- Retour aux sources, paysages préservés, apaisement
- On se défoule, on revit, on s'aère
- On n'a pas la mer, mais on se mouille quand même
- Valeur refuge, notion de plaisir
- Image de cohésion et d'organisation et de réseau qui fonctionne
- Univers de la recommandation

Le rebond pour l'Eure

Nos 7 principes capitaux

- **Poursuivre et renforcer notre action d'accompagnement**
- **Rassurer nos prestataires et nos visiteurs sur la question sanitaire**
- **Favoriser les retombées économiques**
- **Relayer les démarches commerciales des prestataires**
- **Optimiser la synergie de nos moyens**
- **Affirmer/étendre/partager notre identité slowlife**
- **Donner la parole à : le rôle des ambassadeurs**



Rebondir dans l'Eure : En pratique

Une plateforme web pour faciliter l'organisation de son séjour

- En 2020, création avec le CD27 d'une plateforme web ou optimisation du site internet Eure Tourisme. Agrégation de toutes les offres de restauration, hôtellerie, producteurs locaux, commerces de proximité (boulangeries, salon de thé, commerces spécialisés d'intérêt touristique...), sites culturels, patrimoniaux, espaces naturels et autres points d'intérêts. Le site sera organisé par zone touristique euroise
- En 2021 transformation de cette plateforme en place de marché
- Coût maintenance/annuel et animation de la place de marché assurés par Eure Tourisme (budget 2021)
 - Bénéficiaires : Tous les acteurs économiques et touristiques privés ou publics



Rebondir dans l'Eure : En pratique



Une synergie de la communication : favoriser le cross canal

- **Participation financière et éditoriale à la campagne de communication régionale portée par le CRT Normandie**
 - Bénéficiaires: Tous les acteurs du tourisme



Le rebond pour l'Eure : En pratique

Accompagner notre réseau pour mieux rebondir

- **Gratuité en 2020 de l'offre de service « Gérer mes avis clients » et « Booster mon offre médiévale et patrimoniale » pour les acteurs du privé les plus fragilisés**
 - Bénéficiaires prioritaires : Chambres d'hôtes, sites et lieux de visites, activités de loisirs
- **Prise en charge financière de 100% des accueils presses, campagnes photos et éductour en 2020**
 - Bénéficiaires : OT
- **Création d'un onglet spécifique sur notre Home page et achat d'encarts publicitaires presse (print et web) pour relayer les actions commerciales proposées par les prestataires**
 - Bénéficiaires : OT, restaurants, hébergements, sites et lieux de visite, activités de loisirs



Le rebond dans l'Eure : En pratique

Accompagner notre réseau pour mieux accueillir le public post Covid-19

- **Organisation des webinaires par territoire sur les questions sanitaires et accueil du public (animation conjointe)**
 - Bénéficiaires : OT, hébergements, sites et lieux de visites, restaurants, activités de loisirs, élus en charge du tourisme dans les Intercommunalités
- **Rédaction-diffusion d'une recommandation sanitaire et accompagnement terrain pour la mise en oeuvre**
 - Bénéficiaires : Acteurs touristiques qui ne sont pas présents dans des réseaux structurés (gîtes indépendants, sites et lieux de visites...)

Rebondir dans l'Eure : En pratique

Faire savoir que nous sommes un territoire slowlife

- **Achat d'une campagne pub TV et replay (diffusion vidéo de destination+portrait)**
 - Bénéficiaire : Destination Eure
- **Mise à disposition gracieuse de notre banque image et de nos vidéos de destination « slowlife »**
 - Bénéficiaires : OT, Gîtes de France, sites et lieux de visites...



Rebondir dans l'Eure : En pratique

C'est eux qui en parlent le mieux

- **Faire de nos personnalités euroises (chefs, artistes, hébergeurs, commerçants habitants) des ambassadeurs de la destination**
 - Personnalités envisagées : Matthieu Bodmer, Michel Bussi, Yolande Moreau....
 - Bénéficiaire : Tous les acteurs du tourisme



Synthèse du plan d'actions 2020

l'Eure)
AGENCE DE
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE



Les objectifs généraux

- Aider nos acteurs du tourisme à se professionnaliser
- Les accompagner, fédérer, créer un réseau
- Leur donner des outils utiles
- Faire monter en gamme certaines offres et mettre à niveau d'autres
- Favoriser les retombées économiques
- Relancer une stratégie départementale touristique concertée

Synthèse des actions prévues pour 2020 *l'Eure*

AGENCE DE
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

Pôle Accompagnement de l'Offre et des Territoires

Nom de l'action	Objectifs
Offres de services : révélateur de notre expertise	• Mutualisation des offres avec la CCI • Création d'un accompagnement « devenir éco-responsable » • Évaluation annuelle des prestations
Des outils utiles	• Création d'un nouveau site internet pro • Ouverture d'une page LinkedIn
Les investisseurs	• Déclinaison territoriale de la brochure de séduction • Création d'un partenariat UMIH et/ou agence immobilière

Synthèse des actions prévues pour 2020 *(l'Eure)*

AGENCE DE
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

Pôle Accompagnement de l'Offre et des Territoires

Nom de l'action	Objectifs
Mise en marché et tourisme affaires	• Production des 3 brochures • Renfort de nos actions sur le TA
Créer un réseau	• Journée « vis ma vie » avec Gîtes de France • Création de deux nouveaux clubs (observatoire, agences réceptives)
Observatoire	• Production plus récurrente de notes de conjonctures, études, analyses et veille • Lancement d'une étude « attente des prestataires vis-à-vis d'Eure Tourisme » • Acquisition de nouveaux outils observatoires

Synthèse des actions prévues pour 2020 *(l'Eure)*

AGENCE DE
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

Pôle Accompagnement de l'Offre et des Territoires

Nom de l'action	Objectifs
Les filières	• Une action avec un influenceur sur la base de loisirs Léry-Poses • Création d'un storytelling autour du médiéval en lien avec le Cluster Normandie médiévale • Relance du groupe médiation du contrat de destination impressionnisme • Lancement de la filière Tourisme durable • Développement du Trail sur la page « vélo, rando and co » de notre site internet • Mise en place d'une vraie animation autour du label « Accueil vélo »
Les événements pros	• Matinée de l'emploi (6 mars) • RET (10 décembre)

Pôle Attractivité

Les objectifs

- Diagnostic de nos outils de communication (web, RS, print)
- Rédaction du deuxième plan marketing 2021/2024
- Création d'une stratégie autour de l'économie collaborative
- Créer une notion d'appartenance autour de la marque et des valeurs
- Coordonner nos actions de communication CRT/CD27/acteurs majeurs

Synthèse des actions 2020

Pôle Attractivité

Nom de l'action	Objectifs
La communication numérique	• Augmentation de la production de contenus (24 articles) • Les vidéos Coflocs, saison 2 • Revoir notre usage de You Tube • Révision stratégie SEO (optimisation moteurs de recherche) avec Arkée
Le print	• Magazine de Destination • Carte Touristique • Idées de Sorties • 10 bonnes raisons

Synthèse des actions 2020

Pôle Attractivité

Nom de l'action	Objectifs
La médiathèque	• Acquisition de nouveaux visuels • Réflexion stratégie ouverture médiathèque aux prestataires commerciaux (agences réceptives, autocaristes..)
Marque	• S'assurer que notre nouveau logo est bien présent partout parmi nos partenaires, ce qui n'est pas encore le cas
