

l'Eure

AGENCE DE
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

PLAN D' ACTIONS 2022



DÉPARTEMENT DE
L'EURE
en Normandie

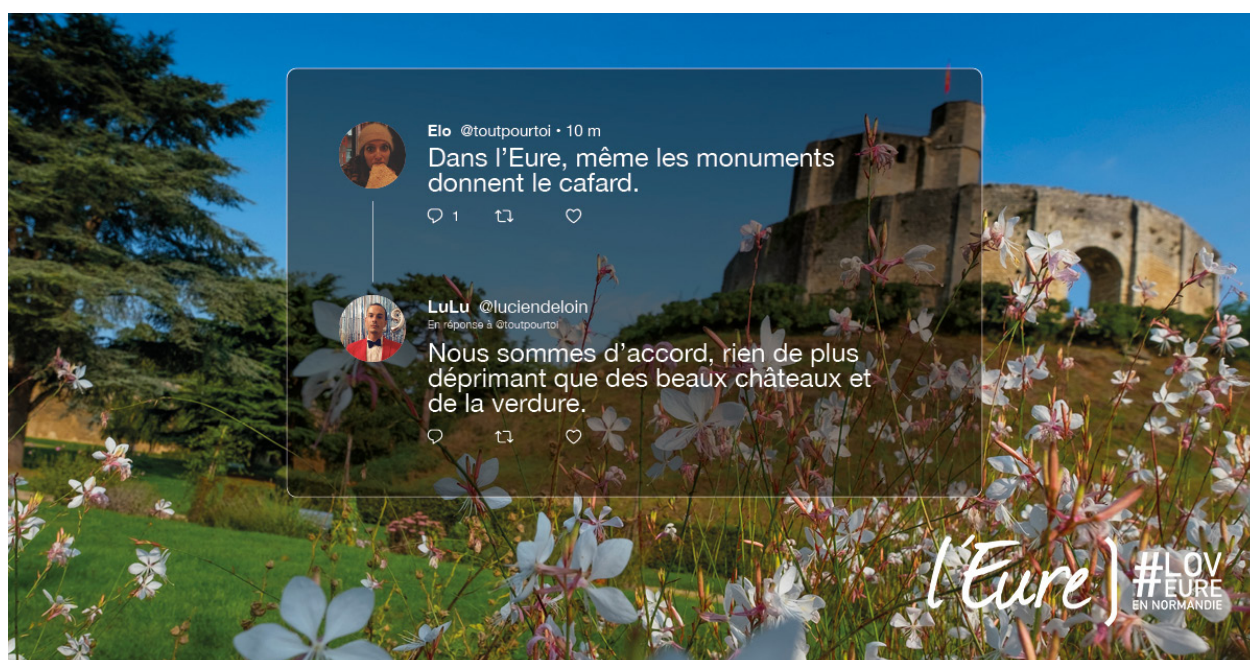
Crédit photo : Aurélien Papa, Département de l'Eure

L'EURE, C'EST... ?

L'Eure, c'est une destination encore trop méconnue, voire critiquée mais qui dispose d'atouts tels que :

- son patrimoine culturel
- ses espaces naturels et les activités liées (rando, vélo, canoé, escalade)
- son savoir-faire (produits agricoles, artisanat...)
- sa proximité avec un bassin de clientèle conséquent

Le bilan de 20 ans de Tourisme dans l'Eure et nos différentes enquêtes (image, personas) ont montré que nous avons encore des marges de progression importantes, mais aussi que nous devons incarner quelque chose, raconter une histoire.



2 ANS D'ENQUÊTES : LES PRINCIPALES CONCLUSIONS

Enquêtes auprès des professionnels

- 92 % des sondés souhaitent que Eure Tourisme les accompagne dans le tourisme d'affaires et principalement sur la promotion
- 53 % souhaitent être accompagnés par Eure Tourisme pour la filière mariages et réceptions (promotion)
- 57 % des sondés estiment que notre mission prioritaire est de faire parler de la destination sur les réseaux sociaux

Enquête image

- 78 % des sondés ne savent pas que l'Eure est en Normandie
- 39 % sont venus dans l'Eure pour voir la famille ou des amis
- 44 % visitent en priorité les villes et villages
- 66 % ne sont jamais venus dans l'Eure car ils ne connaissent pas, aucun attrait ou sans avis
- 48 % considèrent que le slogan évoque la déconnexion, la détente, l'évasion à proximité
- 46 % estiment que l'Eure est une destination assez touristique

Enquête personas

- 46 % sont des couples
- 51 % ne sont jamais venus dans l'Eure
- 45 % souhaitent venir un week-end
- 80 % viennent en voiture
- 48 % considèrent que le slogan évoque la déconnexion, la détente, l'évasion à proximité
- 98 % des personnes qui sont venues reviendront et 80% vont recommander la destination à leurs proches

QU'EST-CE QUE L'AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE L'EURE ?

Lancé en 1979, le Comité départemental du Tourisme est devenu l'Agence de Développement Touristique en 2017.

En 40 ans, les missions de l'agence ont évolué et les acteurs qui interviennent dans le champ du tourisme sont de plus en plus nombreux. Cela peut avoir comme conséquence d'alimenter une confusion sur le « qui fait quoi ».

L'Agence doit évoluer tout en gardant à l'esprit deux lignes directrices :

- en quoi suis-je utile à mon territoire et mes prestataires ?
- quelles compétences mobiliser ?

Ces lignes directrices doivent être assorties d'objectifs.

LA STRATÉGIE 2023/2027

Nous allons clôturer la stratégie 2019/2021 (2022 étant une année de césure). Il est donc temps de repartir sur un cycle de 3 ans qui correspond également à la fin du Schéma Départemental Touristique et la création de la nouvelle stratégie régionale.

Rédiger une stratégie, c'est comme réaliser un film :

- tout part d'une idée ou d'un concept
- une histoire et les personnages donnent corps à cette idée
- le scénario s'écrit à plusieurs mains
- le casting permet de recruter les bons acteurs
- les financements cherchés et trouvés permettent de revoir les ambitions à la hausse ou à la baisse (blockbuster ou série B)
- le film est produit
- la promotion (teaser, extraits, interview) permettent d'attirer le public
- le film est diffusé
- la critique est émise (positive ou négative)
- il remporte des prix

LES 4 PILIERS DE L'ADT POUR LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE L'EURE

Les thèmes	Observatoire	Accompagnement	Promouvoir	Attirer
L'objectif	Faire de l'ADT LA référence touristique départementale ! Pilotage de l'observatoire touristique départemental Lanceur d'alerte / influenceur L'expert touristique dans l'Eure	Professionnaliser les acteurs du tourisme Optimiser leurs retombées économiques Apporteur d'affaires Aide à la décision Mise en tourisme Assurer plus de visibilité	Faire gagner en notoriété la destination Eure Valoriser ses grands sites et pépites à forte valeur ajoutée Se recentrer sur quelques thèmes essentiels Travailler avant tout avec les prescripteurs	Tuer la routine Séduire Conquérir Attirer Surprendre Se renouveler Casser les codes
En 2026	Tu ne sais pas ? Demande à Eure Tourisme !	Merci Eure Tourisme !	Si à 50 ans tu n'es pas venu dans l'Eure tu as raté une partie de ta vie	Les eurois : nos premiers ambassadeurs ! #FierdEtreEurois

LA DIRECTION

C'est là où s'écrit et se structure l'histoire en compagnie de différents scénaristes (Département de l'Eure, OT, Consulaires).

Pour que le film soit bon, il faut que nous puissions apporter nos différences, nos compétences, notre histoire personnelle, mais surtout nos complémentarités.

C'est ici que se travaille la recherche de financements (subventions, mécénat, recettes) et le casting des acteurs qui vont œuvrer pour apporter un supplément d'âme à l'histoire.

Ressources humaines

- Renfort communication et observatoire (stage de 6 mois)
- Recrutement d'un/e chargé/e de mission filières (CDI)
- Animation du Club des réceptifs (alternance)



Temps professionnels

- RET 2022 (décembre) 2ème Trophées de l'innovation (à définir)
- Lancement de saison (15 avril) : spécial Guide du routard
- Bourse emploi (16 février)
- Les Club'Eure (deux réunions par an par club)



Stratégie

- Lancement étude de faisabilité bureau des tournages (projet conjoint direction de la culture)
- Travail spécifique autour du savoir-faire en partenariat avec la CMA
- Bilan du plan d'actions ADT 2019/2021
- Partenariats financiers
- Poursuite de la sensibilisation aux missions de l'ADT aux acteurs du tourisme institutionnels et privés
- Complémentarité avec les acteurs du tourisme institutionnel et consulaires à finaliser (qui fait quoi?)
- Participation à la construction du Schéma départemental du tourisme (2023/2028) porté par le CD27
- Révision de notre politique de traduction à destination des OT sur Tourinsoft
- PDIPR : Un chemin à reprendre et à expliquer



ACCOMPAGNEMENT ET DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

C'est le secteur qui analyse la portée du projet (quel public ? pour dire quoi ?), on réfléchit à sa mise en œuvre et au meilleur décor possible (époque médiévale ou impressionniste ? l'action doit-elle se passer dans une taverne ou dans la forêt ?) et aux acteurs économiques qu'il faut intégrer dans le projet. On y discute retombées économiques, commercialisation, veille et avenir. On pense à la communauté de fans qu'il faudra structurer et accompagner.

Observatoire

- Revenu Management de Destination hôtellerie de plein air
- Enquête clientèle 2022
- Flux vision Tourisme (département + 7 territoires)
- Mise en place d'un observatoire vélo
- Production tout au long de l'année d'études thématiques, quanti ou quali, notes de conjonctures, bilans annuels



Filières

- Recentrer sur 3 thèmes prioritaires : patrimoine culturel, activités de pleine nature, savoir-faire
- S'inscrire dans la dynamique régionale Normandie médiévale, ADAS, Contrat de destination Impressionnisme, Normandie sans ma voiture, Dog Friendly...
- Poursuite développement de l'animation et développement des labels
- Accueil vélo, Chambre d'hôtes référence, Tourisme et handicap, petite cité de caractère....
- Création d'un d'actions sites et lieux de visites, patrimoine (hors médiéval)



Attractivité et cadre de vie

- Révision de l'organisation du concours Villes et villages fleuris
- Rédaction d'un document de promotion VVF (partenariat CAUE)
- Deuxième édition opération Paris je te quitte
- Mise en place d'un réseau d'Ambassad'eures
- Recensement des besoins de promotion ciblées auprès de professionnels ou de recruteurs (agences immobilières, services santé...)



Activités de pleine nature

- Réorganisation PDIPR, intégration contenu PDIPR vélo
- Organisation Week-end trail « viens t'entraîner avec », base de loisirs Lery Poses
- Diagnostic top 10 rando Eure (mise en tourisme)
- Participation mise en tourisme Seine à vélo et Eure à vélo



Accompagnements

- Nouveau catalogue de services en format box (500 exemplaires)
- Journée Speed meeting
- Amplification missions ingénierie aux territoires et sites
- Création du guide de l'hébergeur
- Création de 4 afterwork
- Finalisation schéma local du Pays du Neubourg



Site professionnel

- Rédaction de 30 articles/an
- Objectif 25 000 sessions et 50 000 pages vues
- Création de 2 quizz liés aux accompagnements



Mise en marché

- Bilan 2017/2021 et Plan d'actions club des réceptifs 2022/2026
- Objectifs 500 000€ de CA club des réceptifs
- Création brochures Groupes 2023
- Tourisme affaires ligne directrice « mise au vert dans l'Eure »
- Création d'un support de promotion Affaires
- Travailler la clientèle mariage (participation à un salon, mise en place d'un outil de promotion...)



Place de marché

- Objectif 300 000€ de CA
- Création kit de promotion Place de marché
- 200 prestataires inscrits (hors Gîtes de France)
- Actions de visibilité et création d'événement Place de marché



COMMUNICATION ET PROMOTION

Le film est dans la boîte. Le plus dur reste à faire : la promotion. Dans ce pôle, on met en musique et en image le projet. On « tease », on organise des voyages de presse ou des blogtrips, on attire des influenceurs pour qu'ils fassent notre pub, on édite les documents de promotion, on utilise les stars de la destination comme relais. Il faut que le projet fonctionne, remporte un prix voire plusieurs.

Nous devons faire rayonner l'Eure pour qu'elle impressionne le monde, notre monde, votre monde !

Image

- Création de nouvelles capsules vidéos + photos d'ambiance et loisirs actifs
- Valorisation du contenu médiathèque
- Projet CCI « Un an avec... »



Édition

- Carte touristique 2022
- Brochure Tourisme équestre (co-production Comité départemental)
- 10 bonnes raisons d'aimer l'Eure (mise à jour version 2018, projet conjoint Dircom)
- Rapport d'activités 2021



Digital

- Formation extranet SIT pour tous les OT à horizon 2023
- Rédaction de contenus site Grand Public (50 articles)
- Poursuite du travail référencement naturel avec Arkee
- Création du Calendrier de l'avent 2022
- Création de contenus avec la Direction de la communication sur le média Départemental 2.7
- Stratégie communication campagne Josiane (+ de visibilité pour + de conversion)
- Objectif 330 000 sessions et 750 000 pages vues



Prescripteurs

- Une action = 1 CP : se servir de la PQR comme levier pour toucher la presse nationale
- Attirer la presse économique, sportive et de pleine nature
- Valoriser les succès story
- Dossier de presse thématique et deux mini-DP
- Voyage de presse
- Blogtrip
- Objectif maintien du record 2021 de 90 médias (articles, radio, blog..)



Promotion

- Actions de promotions autour de sites ou de leurs projets 2022 Harcourt, filature Levavasseur, 10 ans de Biotropica, McArthurGlen, Champ de Bataille, MDIG et d'événements (JEP, Pierres en lumières, SIA 2022....)
- Participation au projet « Eure Médiévale » porté par le CD27
- Sortie Guide du Routard (avril 2022)



Réseaux sociaux

- Mise en place d'une nouvelle stratégie LinkedIn
- Montée en puissance sur Pinterest
- Ouverture d'un compte TikTok
- Saison 2 de Pommez-vous dans l'Eure
- Instameet saison 3 (Cormeilles, château de Beaumesnil)
- Objectifs:
 - 1500 abonnés sur LinkedIn
 - 15 000 abonnés sur Instagram
 - 30 000 fans sur Facebook
- Systématisation du Newsjacking sur LinkedIn ou Twitter



Communication

- Segmentation de notre base de données professionnelle et de nos lettres d'infos
- Nouvelle stratégie de communication interne



AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE L'EURE
3 BIS RUE DE VERDUN F-27000 ÉVREUX

Tel. : +33 (0)2 32 62 04 27
info@eure-tourisme.fr

eure-tourisme.fr
pro.eure-tourisme.fr



l'Eure)
AGENCE DE
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE