

Réunion  
de décembre 2007

**Objet :** Cinquième Schéma Départemental du Tourisme de l'Eure – programme opérationnel pluriannuel

**Délégation :**  
Délégation du Développement Durable

**Direction :**  
Direction du développement économique et de l'aménagement du territoire

**Pôle :**  
Aménagement du territoire

**Résumé :** Les orientations stratégiques du cinquième schéma du tourisme de l'Eure ont été approuvées lors de la session plénière du 20 juin 2007. Le présent rapport vise donc à définir le programme d'actions 2008/2013.

A l'issue d'une grande consultation, l'Assemblée départementale a approuvé lors de la session plénière du 20 juin 2007 un premier rapport d'orientation sur la stratégie départementale en matière de tourisme.

Cette stratégie, encadrée par la loi du 23 décembre 1992 répartissant les compétences en matière de tourisme entre l'Etat, la Région, les communes et le Département, définit les actions prioritaires de développement en fonction des évolutions constatées de l'offre et de la demande.

Le diagnostic réalisé entre 2006 et 2007 mettait en exergue l'ensemble de ces évolutions. Il démontrait notamment que le Département de l'Eure est un territoire ouvert à de nombreuses opportunités comme :

- le développement général des courts séjours pour les urbains d'Europe de l'Ouest ;
- la proximité du bassin parisien ainsi que des grands centres urbains d'Europe de l'Ouest ;
- l'adéquation de l'offre départementale avec les attentes des clientèles : demande de rupture avec le quotidien, de ressourcement, de retrouvailles en famille, de séjour « dans la nature » ;

- la marque Normandie forte et qui bénéficie d'un plan de relance du Comité Régional du Tourisme de Normandie ;
- le développement actuel d'Internet, media très adapté à l'offre de l'Eure.

Ces opportunités ont été regroupées en trois enjeux principaux : l'Offre, le Marketing et la Gouvernance.

#### I. Les grandes orientations approuvées lors de la session du 20 juin 2007.

- A : L'Offre : le développement et la qualification de l'offre touristique :

Au travers de cet enjeu, il est essentiellement question du développement économique local et de l'évolution du marché de l'emploi lié à l'économie touristique. Il s'agit également de répondre aux nouvelles attentes des clientèles et requalifier ainsi certaines offres ;

- A1. Développer la prise en compte de l'environnement dans les projets touristiques ;
- A2. Proposer une offre prenant en compte le label tourisme et handicap ;
- A3. Créer un savoir-faire en ingénierie touristique dans le département ;
- A4. Faire émerger des offres touristiques innovantes ;
- A5. Qualifier et développer les hébergements touristiques ;
- A6. Renforcer l'adéquation de l'offre patrimoniale et culturelle avec les attentes des clientèles touristiques ;
- A7. Renforcer et valoriser touristiquement l'offre d'activités de pleine nature pour en faire de véritables produits de tourisme de proximité ;
- A8. Développer des sites et événements à fort rayonnement pour en faire des éléments d'attractivité ;
- A9. Développer certaines niches de marché à forte valeur ajoutée ;
- A10. Poursuivre les actions sur la signalisation touristique du département.

- B : Le Marketing : l'évolution et le renforcement de la politique marketing touristique :

Il s'agit ici de positionner la destination Eure en fonction de sa notoriété et en fonction d'un contexte concurrentiel nouveau. Le portrait identitaire de l'Eure, étude menée par le Comité Départemental du Tourisme (CDT) au cours de l'année 2007, a démontré que cet enjeu est partagé par les territoires ainsi que par les professionnels du tourisme euros.

Le Département de l'Eure décide donc de faire évoluer son image et sa communication en mettant en avant le positionnement marketing de « nouvelle Normandie ». Il s'agit de mettre en œuvre des actions touristiques innovantes au service du développement durable de l'Eure. Cette politique sera principalement déclinée et mise en œuvre par le CDT de l'Eure pour le compte du Département.

- B1. Développer un marketing affinitaire et partenarial ;
- B2. Construire une nouvelle stratégie de marque et de communication ;
- B3. Activer une stratégie d'animation des acteurs ;

B4. Réfléchir à une nouvelle stratégie de commercialisation ;

B5. Mettre en place une stratégie d'observation et de veille marketing.

- C : La Gouvernance : le développement de l'efficacité de l'organisation des acteurs du tourisme :

Parallèlement et au-delà des actions précédemment décrites, le Département met en place une politique transversale nouvelle pour accompagner la professionnalisation des acteurs touristiques privés et publics. L'ingénierie touristique des territoires sera également traitée dans le cadre des projets de territoires et leur déclinaison en contrats de pays ou d'agglomérations :

C1. Professionnaliser les acteurs ;

C2. Accompagner les stratégies de développement et de différenciation des territoires au travers les contrats de pays ou d'agglomérations 2007/2010 et 2010/2013 ;

C3. Professionnaliser et qualifier l'accueil des clientèles touristiques au niveau des territoires ;

C4. Développer la transversalité du tourisme au sein du Conseil général ;

C5. Adapter l'organisation du CDT à la nouvelle politique départementale.

Ces enjeux ont pour objectif principal de faire de l'Eure une nouvelle destination touristique en positionnant le département comme « la nouvelle Normandie ». Afin d'atteindre cet objectif, ces orientations ont été soumises et approuvées par l'assemblée départementale le 20 juin 2007. Elles font aujourd'hui l'objet d'une déclinaison en fiches actions opérationnelles. Ce rapport développe les actions que le Département mettra en oeuvre pour les six années à venir.

## II. Le programme d'actions détaillées à mettre en oeuvre pour 2008/2013

Aujourd'hui, nous vous proposons un programme d'actions structuré autour des trois grandes orientations adoptées en juin dernier et rappelé ci-dessus. Ce programme est constitué de 35 fiches opérationnelles que vous trouverez annexées au présent rapport.

Ce programme d'actions constitue une poursuite logique des efforts consenti par le Département en faveur du tourisme depuis 2001 en doublant notamment les crédits affectés au CDT de l'Eure et en donnant au tourisme une place de choix dans la contractualisation avec les territoires et dans le cadre du contrat 276.

En effet, approuvée le 1er février 2007, la stratégie 276 accorde une place prépondérante au tourisme, notamment face au désengagement de l'Etat dans ce domaine. Cette stratégie permet, grâce aux moyens communs mis en oeuvre par la Région Haute-Normandie et les départements de l'Eure et de la Seine-Maritime de travailler en partenariat et de consolider ainsi les territoires à forte vocation touristique. Elle s'inscrit dans la poursuite d'une politique touristique favorisant le développement de l'emploi.

La cohérence des politiques développées tant par la Région Haute-Normandie que par les Départements de la Seine-Maritime et de l'Eure va permettre de démultiplier les effets levier en faveur des cibles communes comme par exemple l'axe Seine, l'hébergement touristique ou encore la poursuite de la politique en faveur des vélos-routes et voies vertes.

Sachant que le schéma du tourisme couvre la période 2007/2013, nous vous proposons de présenter ci-dessous les actions qui seront prioritairement menées, dont celles débutant dès 2008.

#### 1. L'offre touristique euroise.

Sur l'offre, le Département va concentrer son action à court terme pour renforcer les équipements et sites existants en développant leur attractivité et leur fréquentation. Il convient de conforter cette qualité que nous rencontrons déjà tant dans l'hébergement que dans le patrimoine bâti et culturel par exemple.

Ainsi, nous vous proposons, dès maintenant, de développer l'accessibilité à l'offre touristique en y intégrant une forte dimension environnementale et de développement durable. Cette priorité est l'une des déclinaisons du Plan climat départemental. Vous trouverez, à ce titre, un rappel de cet objectif dans le programme d'actions du Plan climat présenté à cette même session.

À court terme, le Département se concentre donc sur l'amélioration de l'offre existante et décline son action de la manière suivante :

A1.1 Afin de développer la prise en compte de l'environnement dans les projets touristiques, le Département sensibilisera les maîtres d'ouvrages publics et privés au travers la création d'un livret d'information sur les bonnes pratiques en la matière. Ce livret sera source de conseils et de méthodologie afin que les porteurs de projets publics et privés soient sensibilisés en amont de leurs projets.

A1.2 Sur l'offre liés aux espaces naturels sensibles, le Département, conformément au rapport approuvé en session de juin dernier, poursuivra son action de valorisation des sites naturels les plus représentatifs. Le Département sera toutefois vigilant à ce que l'ouverture au public soit raisonnée et maîtrisée dans le respect de l'environnement.

A1.3. Il s'agit ici de poursuivre la campagne départementale des villes et villages fleuris. Le Département continuera son accompagnement en faveur de l'amélioration du cadre de vie des habitants et favorisera ainsi l'accueil des visiteurs. Cette politique doit être un outil favorisant le bien être des eurois et un atout marketing pour attirer et mieux vendre notre territoire.

A2. En concertation avec la Région Haute-Normandie et le Département de Seine Maritime, un schéma sur l'hébergement touristique marchand est en phase de finalisation et sera présenté aux élus durant l'exercice 2008.. Dès l'approbation par l'instance délibérante du Département de ce schéma, des propositions d'adaptation des régimes d'aides seront formulées au cours de cette année.

A3. L'adéquation de l'offre patrimoniale et culturelle avec les nouvelles attentes des touristes sera recherchée, notamment dans les contrats de territoire. D'une part, la poursuite de la remise à niveau des sites emblématiques du territoire eurois, en développant les conditions d'accueil, l'accessibilité, et le contenu même des sites (rajeunissement des scénographies, adaptation à la clientèle familiale, ...). D'autre part, en vue de parvenir à cette remise à niveau, le Département accompagnera les collectivités sur le financement

des études nécessaires à la définition du projet d'évolution de site. Ces actions seront financées par le Fonds d'aménagement du territoire dans le cadre du contrat 276, fiche A1 « valorisation touristique du territoire haut-normand » .

Action A4. Développer des sites et événements à fort rayonnement pour en faire des éléments d'attractivité. Le diagnostic a démontré que le Département de l'Eure est doté d'atouts patrimoniaux et touristiques essentiels qu'il convient de conforter pour en faire des « locomotives touristiques départementales ». Ainsi, trois axes principaux sont fléchés dans les actions à mener dès 2008 : le développement touristique de la base de Loisirs Léry Poses, la création d'une offre touristique sur la vallée de la seine ; la poursuite du développement des sites départementaux : Harcourt, Viel Evreux, Levavasseur,...

De plus, il est apparu dans le cadre du diagnostic la nécessité développer une événementiel phare sur le Département de l'Eure, sur lequel une forte communication pourrait être développée. Cette projet doit être approfondi en vue d'être décliné durant la période de ce schéma.

Action A5. Poursuivre les actions sur la signalisation touristique du département

Le Département de l'Eure dispose d'un plan de signalisation touristique depuis 1999. Il est néanmoins nécessaire de le faire évoluer et de l'adapter aux nouvelles ambitions départementales en matière de tourisme. Ainsi, aux sein des services du Conseil général et en concertation avec le CDT, une actualisation du plan départemental de signalisation touristique routière est programmée dès 2008. Dans ce cadre, la création d'itinéraires de découverte routière sera étudiée.

A6. Proposer une offre touristique prenant en compte le label tourisme et handicap avec la mise en place d'une aide technique aux porteurs de projets dans le cadre d'un partenariat renforcé avec la Maison Départementale des Personnes Handicapées.

A7. Développer la recherche d'offres touristiques innovantes. A titre d'exemple, le Département dispose sur son territoire d'un opérateur touristique privé majeur : Center Parcs. Le diagnostic a démontré les capacités de notre territoire à capter de tels investisseurs. L'objectif de cette action est d'attirer de nouveaux investisseurs touristiques privés d'envergure nationale dans l'Eure. Ainsi, une action concertée CDT – Eure Expansion est proposée à partir de 2008 pour définir le cadre opérationnel.

A8. Renforcer et valoriser touristiquement l'offre d'activités de pleine nature pour en faire de véritables produits de tourisme de proximité. Défini dans le diagnostic comme un atout essentiel du Département en matière de développement touristique, le développement des activités de pleine nature sera poursuivi dans le cadre de ce schéma. Ainsi, deux grands axes sont définis : la poursuite du déploiement de véloroutes et voies vertes (un rapport de révision du schéma départemental des véloroutes est présentée à cette même session), le soutien à la réalisation de sentiers de randonnée, notamment via le financement de la signalétique.

Le CDT poursuivra son action de valorisation des sentiers existants par une mise en ligne sur son site internet.

Enfin, conformément aux engagements pris en février 2007, sur le développement de la filière équestre, les actions dans ce domaine se poursuivront.

A9 – Au côté de l’offre de loisirs de pleine nature, la création d’une offre davantage ciblée sur des « niches de marché » à forte valeur ajoutée est recommandée dans le cadre du diagnostic. Deux cibles prioritaires ont été définies : la valorisation du tourisme halieutique et le développement du tourisme d’affaires.

## 2. Le marketing départemental

Il s’agit ici, pour le Département, d’accompagner son action en faveur de l’évolution qualitative et quantitative de l’offre par le développement d’une nouvelle stratégie d’image et de communication.

Cette stratégie s’appuiera, entre autres, sur les résultats du portrait identitaire de l’Eure. Le Département poursuivra également son action en faveur de la commercialisation du territoire et développera une stratégie de veille et d’observatoire du tourisme.

B1. Il s’agit donc de mettre en œuvre une stratégie marketing innovante au service du développement durable du territoire. A court terme, le Département déclinera un plan marketing centré sur l’univers motivationnel et affinitaire des clients. Une communication spécifique à chaque cible que le Département souhaite atteindre sera ainsi déclinée. Il s’agira ensuite de définir une nouvelle marque départementale et la décliner ensuite à l’ensemble des outils de communication dont dispose le CDT.

Il s’agira également de placer l’outil internet comme le socle de la communication touristique départementale.

### B2. Renforcer le lien entre le territoire et ses habitants

B2.1. L’objectif poursuivi ici est de rendre les équipements touristiques plus accessibles aux eurois et sensibiliser les professionnels à des logiques systématiques de renvoi de clientèle.

B2.2. Le Département poursuivra le développement de sa politique d’animations sur le territoire de l’Eure en adaptant la méthodologie du concept de l’Eure d’Eté.

### B3. Renforcer la stratégie de commercialisation de l’Eure

B3.1 – Le Département développera l’activité du service loisirs accueil de l’Eure sur le marché des groupes et notamment en dehors des périodes d’affluence traditionnelle.

B3.2 - L’opportunité d’une centrale départementale de gestion des disponibilités de l’ensemble des lits touristiques sera étudiée avec l’ensemble des partenaires concernés.

B4. Enfin , le CDT maintient ses capacités d’observation et de veille à travers le renforcement de l’observation fondée sur le dispositif régional « Normandie Ecoute Clientèles » mutualisé entre le Comité Régional du Tourisme Normand et les 5 CDT normands.

Le développement de la veille concurrentielle et technique doit aussi permettre aux acteurs du tourisme eurois d’accéder à l’ensemble des informations disponibles sur l’évolution des marchés touristiques par notamment la création d’un centre de ressources départementales basé au CDT (achat d’études, documentations, colloques...).

### 3. La gouvernance touristique

Le Département cherchera à renforcer la gouvernance touristique sur le territoire pour créer une nouvelle synergie entre les acteurs du tourisme.

À court terme, le Département développe son action en faveur des stratégies de développement des territoires et apporte une première réponse dans le cadre des contrats de pays ou d'agglomérations.

Par ailleurs, et afin de préparer les actions pressenties à moyen terme, le Département multipliera les rencontres entre les instances départementales et les acteurs du tourisme par trois démarches.

Dans un premier temps, le Département pérennisera la méthode mise en place lors de l'élaboration du 5<sup>e</sup> schéma au travers la constitution d'un comité de pilotage ouvert à l'ensemble des acteurs du tourisme. Cette instance participative sera reconduite une à deux fois par an avec les territoires, les Offices de Tourisme et autres acteurs au sein d'une commission « territoires » pour échanger sur les actions menées et les problématiques rencontrées. En fonction des besoins, certaines de ces réunions pourront être thématiques.

Un comité marketing départemental, visant à fédérer les acteurs du tourisme autour d'un marketing touristique partagé, sera constitué. Ce comité participatif contribuera aux propositions à soumettre au Département dans la conduite de la politique départementale touristique.

Et enfin, des « Rencontres Euroises du Tourisme » seront organisées tous les ans. L'édition prévue le 12 décembre sera l'occasion d'annoncer le principe de ces rencontres ou chacun pourra s'exprimer. Cette opération permettra d'encourager la fédération des acteurs du tourisme de l'Eure, de favoriser la formation par le partage d'expériences, la découverte de nouveaux champs de connaissance et de nouvelles techniques. Ce sera également l'occasion de renforcer les échanges d'expérience entre le Département et son CDT, les territoires et l'ensemble des acteurs publics et privés.

Vous trouverez annexé au présent rapport le programme d'actions opérationnelles. Il fera l'objet d'une évaluation en 2010 et sera alors ajusté en fonction de l'état d'avancement des projets qu'ils soient portés par le Département, par les territoires ou par les différents acteurs touristiques.

Nous pourrons alors concentrer les moyens du Département et du 276 sur les actions à pérenniser ou bien sur celles à développer en fonction des résultats de l'évaluation.

Après en avoir délibéré, le Conseil général,

Vu les articles L 3111-1 et suivants du code général des collectivités territoriales,

Vu la loi n° 83-8 du 7 janvier 1983 relative à la répartition de compétences entre les communes, les départements, les régions et l'État complétée par la loi n° 83-663 du 22 juillet 1983,

**DECIDE**

**à**

**des membres présents ou représentés**

- d'adopter le présent rapport de Monsieur le Président du Conseil général relatif à "Cinquième Schéma Départemental du Tourisme de l'Eure – programme opérationnel pluriannuel" ;
- de donner délégation à la Commission permanente pour ajuster et compléter les dispositifs d'aide en faveur de la politique touristique départementale.

Pour extrait conforme,  
le Président du Conseil général,

Jean Louis DESTANS