

Cinquième schéma départemental du tourisme de l'Eure

Période 2007 – 2013

Plan d'actions



Action A1 – Prise en compte du développement durable et du plan climat départemental dans les projets touristiques

A1.1 Création et diffusion d'un livret d'information et de conseil sur « outils et méthodes de prise en compte environnementale

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Mise en œuvre du plan climat départemental dans les politiques touristiques ⇒ Sensibiliser et former les décideurs et gestionnaires du patrimoine et du tourisme à l'environnement ⇒ Accompagner dans la compréhension des enjeux environnementaux et énergétiques ⇒ Fournir un outil permettant de gérer le développement de projets touristiques et les ressources environnementales ⇒ Offrir un cadre clair aux élus locaux pour faciliter leurs choix d'urbanisme dans l'élaboration des PLU 			
Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Une première partie sur l'intérêt d'une démarche responsable dans les projets touristiques et d'identification de l'application de l'identité de l'Eure dans les projets d'urbanismes et de développement touristique ⇒ Une partie réglementaire présentant les exigences légales, réglementaires et administratives en vigueur pouvant concerner les projets, et les normes environnementales appliquées sur le territoire national ⇒ Une présentation des démarches HQE, des labels environnementaux existants, de leur fonctionnement et des conditions requises pour y adhérer ⇒ Une présentation des outils d'évaluation environnementale des projets et de la démarche à mettre en œuvre 			
Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Maître d'œuvre	Partenaires techniques CAUE et CDT pour la conception Bureau d'études spécialisé, ADEME	
	Conseil général	DDEAT		
Planning	Échéance		<i>Remarque</i> Appui sur l'audit identitaire de l'Eure	
	Elaboration 2008			
Budget et financement	Conception	Édition / diffusion	Financement	<i>Remarque</i> Conseil gratuit à disposition des élus et des particuliers
	Fonctionnement	25 000€	Conseil général	
Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs		<i>Remarque</i>
	DDEAT	Édition du guide		

A1.2 Aide aux projets de découverte et d'interprétation de sites naturels

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Inciter et aider à la valorisation touristique des sites naturels représentatifs du département par une ouverture raisonnée et maîtrisée au public ⇒ Faire des sites préservés de l'Eure des supports de découverte, de pédagogie et de promenade ⇒ Réaliser l'atlas du patrimoine « vert » de l'Eure
------------------	---

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Reprise du dispositif Espaces naturels sensibles existant pour : <ul style="list-style-type: none"> • Permettre une meilleure connaissance du patrimoine naturel de l'Eure, • Mener des actions de sensibilisation et de pédagogie à l'environnement ➤ Répertorier les richesses patrimoniales, environnementales et paysagères de l'Eure, les zones remarquables, les espèces protégées, menacées...
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Instruction des demandes	Partenaires techniques	<i>Remarque</i>
	Conseil général	DDEAT – mission espaces naturels sensibles	Conservatoire du littoral, ONF, CDT, Associations	<i>Schéma identique à l'existant avec une ouverture à d'autres sites non identifiés à ce jour</i>

Planning	Échéance	<i>Remarque</i>
	Dés 2008 dans le cadre du rapport ENS approuvé en session du 20 juin 2007	

Budget et financement	Conseil général	Études ENS et autres	Aménagement sites
		100 000€	À définir selon la nature des projets

Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs	<i>Remarque</i>
	DDEAT	Nombre de projets à l'étude et nombre de projets réalisés (ouverture au public)	Objectif : 6 ouvertures de sites à l'échéance du schéma

A1.3 - La campagne départementale des villes et villages fleuris de l'Eure

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Offrir un département agréable tant pour la clientèle touristique que pour ses habitants. L'enjeu est donc autant environnemental que sociétal. ⇒ Favoriser un fleurissement éco-responsable par <ul style="list-style-type: none"> ⇒ L'encouragement des collectivités à améliorer la qualité paysagère des bourgs pour embellir le cadre de vie, ⇒ L'articulation du fleurissement avec la politique d'aménagement raisonnée et durable de la commune. ⇒ Augmenter le nombre de communes participantes à la dynamique du fleurissement insufflé par le D27 et le CDT depuis 2005 pour obtenir le trophée « département fleuri » en 2011.
------------------	---

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Poursuivre la professionnalisation des jurys ⇒ Développer les opérations de promotion et notamment les relations avec la presse, la présence sur internet et la communication interne ⇒ Renforcer le partenariat avec le CAUE 27 pour assister en particulier les communes de moins de 1000 habitants et construire un programme d'embellissement équilibré (aménagement urbain, fleurissement) : établissement d'un guide de l'embellissement ⇒ Renforcer les partenariats avec Florysage, les lycées horticoles et autres professionnels du monde horticole ⇒ Créer un partenariat avec la DIREN dans le cadre de l'aménagement et de la protection de la nature pour valoriser les paysages remarquables et le patrimoine bâti et la gestion de l'eau ⇒ Contribuer activement aux réflexions / actions nationales du CVVF et de la commission Fleurissement de la FNCDT. ⇒ Promouvoir les prix spéciaux et donc inciter les communes à s'inscrire : OTSI, Logis... ⇒ Inscrire : <ul style="list-style-type: none"> - le respect des critères de la campagne de fleurissement dans les conditions d'attribution des aides relatives aux jardins familiaux et aux aménagements urbains et paysagers - les bénéficiaires des aides relatives aux jardins familiaux et aux aménagements urbains et paysagers à la campagne de fleurissement pendant au moins 3 ans
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Maître d'œuvre	Partenaires techniques	<i>Remarque</i>
	Conseil général	CDT	CAUE / Union des Maires / Professionnels de l'horticulture et du paysage / UDOTSI	Objectif : Obtention du trophée département fleuri

Action A2 – Qualifier et développer les hébergements touristiques

Objectifs	⇒ Aider les hébergeurs à formaliser leur projet d'entreprise en se faisant accompagner par une expertise extérieure
------------------	---

Contenu	⇒ Cet objectif s'appuie sur le schéma régional de l'hébergement touristique marchand en cours de définition avec la Région Haute-Normandie et le Département de Seine-Maritime. Ce schéma permettra de mettre à plat l'ensemble des régimes d'aides actuels afin de mieux répartir et concentrer les moyens financiers.
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Instruction des demandes		<i>Remarque</i>
	Région Haute-Normandie Conseil général	CCI - CDT		

Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	2008			

Action A3 – Renforcer l'adéquation de l'offre patrimoniale et culturelle avec les attentes des clients.

A3.1 - Aide Préalable au conseil

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Aider les sites à formaliser leur projet d'entreprise en se faisant accompagner par la cellule ingénierie du CDT ou par une expertise extérieure ⇒ Aider les acteurs économiques à financer un recours extérieur avant de prendre une décision importante pour la création ou le devenir d'une entreprise touristique ou réaliser un diagnostic rapide ⇒ Cette mesure a pour but de réaliser des diagnostics ou expertises rapides; des études de faisabilité économique, juridique et financière de projets d'aménagement ou d'équipements touristiques. Ce dispositif exclut les études d'impact liées à la maîtrise d'œuvre ou imposées par des passages en CDEC ou CDAT... 			
Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Création d'un dispositif d'aide ad hoc : <ul style="list-style-type: none"> ☐ Cibles : gestionnaires de sites touristiques patrimoniaux et culturels (entreprises, groupements, associations, SEM, particuliers, fondations...) ☐ Contenu de l'aide : cofinancement de missions de conseil préalable et diagnostic court 			
Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Instruction des demandes Conseil général (Direction de la Culture, DDEAT, CDT)		Remarque
	Conseil Général			À définir dans le cadre des conventions annuelles CCI et CDT
Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	2008			
Budget et financement	Budget Taux et plafond de subvention Droit commun, étude de développement local ou bien au cas par cas dans les contrats de territoires		Financement	<i>Remarque</i>
			Conseil général	<i>Etudes préalables</i>

A3.2 - Contrat global d'aide aux sites touristiques patrimoniaux et culturels

Objectifs	⇒ Mieux adapter l'offre existante aux attentes des clientèles par une incitation et une aide à l'évolution du contenu présenté aux clientèles
------------------	---

Contenu	⇒ Création d'un dispositif d'aide ad hoc : <ul style="list-style-type: none"> ❑ Cibles : gestionnaires de sites touristiques patrimoniaux et culturels ❑ Contenu de l'aide : cofinancement d'un programme d'actions pluriannuel comprenant des actions matérielles et immatérielles ❑ Conditions : respect de critères environnementaux départementaux
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Instruction des demandes	Partenaires techniques	<i>Remarque</i>
	Conseil général	Direction de la Culture / CDT	Conseil Régional	

Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	Mise en place de l'aide pour les budgets 2009			

Budget et financement	Budget	Taux et plafond de subvention	Financement	<i>Remarque</i>
	Identifié dans le contrat 276	En fonction des projets soumis dans les contrats de territoires	Conseil général	

Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs		<i>Remarque</i>
	DDEAT	Nombre de projets à l'étude et nombre de projets réalisés	Évolution de la fréquentation voire de la satisfaction des visiteurs	Objectif : 6 sites traités à l'échelle du schéma

Action A4 – Développer des sites et évènements à fort rayonnement

A 4.1 - Développement d'un grand projet tourisme et loisirs sur la base de plein air de Léry-Poses

Objectifs	⇒ Mettre en œuvre un projet de requalification et de développement de la base de loisirs intégrant une forte dimension touristique en complément de sa vocation principale de loisirs de proximité
------------------	--

Contenu	<p>⇒ Dans le cadre du Syndicat Mixte, le Conseil Général de l'Eure (DDEAT et DEJS) propose la mise en œuvre d'une vaste étude de définition d'un projet de confortement et de valorisation touristique du site.</p> <p>⇒ Dans un premier temps, les travaux de confortement de la vocation loisirs seront réalisés. En parallèle le potentiel de développement d'équipements touristiques sera étudié. L'ambition est de développer un pôle touristique complémentaire proposant hébergement et activités pour des séjours familiaux de proximité sous la forme de « resort ».</p> <p>⇒ Le Syndicat Mixte pourrait ainsi lancer une étude de définition et de préféabilité en s'appuyant sur une équipe d'expert groupant les compétences d'ingénierie touristique et de marketing, un architecte, un paysagiste, un programmiste, un juriste et un spécialiste de l'économie touristique pour réaliser un business plan global du site.</p>
----------------	--

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage de l'étude		Partenaires	Remarque
	Syndicat Mixte de Léry Poses		Région Haute-Normandie, Départements de l'Eure et de la Seine-maritime	Action suivie par la Direction de l'Éducation de la Jeunesse et du Sport

Planning	Échéance		Remarque
	Définition d'un schéma d'aménagement pour 2009 Arbitrage et préfiguration 2010 Début des travaux 2011 Ouverture 2013		

Budget et financement		Budget	Financement	Remarque
	Étude de définition	150 à 200 K€	Syndicat Mixte /Conseil Général/Conseil Régional	

A4.2 - Création de la Maison du Tourisme de l'Eure à Giverny

Objectifs	⇒ Développer la fréquentation touristique des sites de l'Eure par une valorisation des atouts sur Giverny
------------------	---

Contenu	⇒ Le projet Giverny concernera le futur musée international de l'impressionnisme à Giverny selon les conclusions de l'étude de préfiguration menée en 2008 par le D27. Cette possible reprise du Musée d'art américain de Giverny est une occasion unique de valoriser les atouts de l'Eure sur le site où les flux touristiques sont les plus forts. Une Maison du Tourisme Eurois intégrée au futur musée est une piste à explorer dans cette phase de préfiguration.
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Partenaires techniques	<i>Remarque</i>
	Conseil général	Direction de la culture, commune et communauté d'agglomération	

Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	Phase de préfiguration Mise en place des réflexions Programme de promotion et de commercialisation	2008 2008-2009 2010		

Budget et financement	Budget	Financement		<i>Remarque</i>
	Fonctionnement en phase de définition	Conseil général		
	Budgets de mise en œuvre à déterminer	Conseil général/CDT		

A4.3 - Définition d'un grand projet interdépartemental « Vallée de la Seine »

<p>Objectifs</p>	<p>⇒ Valoriser, animer et organiser l'espace touristique « Vallée de la Seine Normande » pour en faire un élément d'attractivité majeur conformément aux objectifs fixés dans le contrat 276.</p>
<p>Contexte</p>	<p>⇒ La Vallée de la Seine, dans sa partie Haute Normandie, a fait l'objet de plusieurs réflexions de valorisation, notamment d'un plan programme régional remis à jour en 2007 et se centrant sur les activités touristiques fluviales (plaisance privée, croisières fluviales et activités sportives). Ce plan programme prévoit un certains nombre d'investissements sur des équipements techniques (ports et haltes fluviales) et sur des aménagements d'accompagnement à terre.</p> <p>⇒ L'enjeu est aujourd'hui de s'appuyer sur ce plan programme et sa mise en œuvre pour aller plus loin et faire émerger une destination touristique à part entière incluant activités sur l'eau, activités à terre et communication autour d'un marketing partagé.</p>
<p>Contenu</p>	<p>⇒ Au regard du plan-programme de la Région actualisé en 2007, mettre en œuvre les aménagements structurants intégrant :</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Le site des Tourelles à Vernon en partenariat avec la Communauté d'Agglomération des Portes de l'Eure, ⇒ L'espace touristique de l'Agglomération Seine Eure, ⇒ Le projet veillera à préciser les sites et activités susceptibles d'être valorisées dans le cadre du projet Vallée de la Seine Normande, en lien avec les départements franciliens traversés par la Seine et avec le Calvados. ⇒ Une attention particulière sera apportée aux éléments de mise en réseau des sites et aux outils de promotion à mettre en œuvre pour porter la destination (routes thématiques, ...) <p>⇒ L'espace touristique « Vallée de la Seine » fera l'objet d'une stratégie marketing partagée par les départements de l'Eure et de Seine-Maritime et la Région Haute-Normandie. Cette stratégie précisera notamment le positionnement du territoire et déterminera une communication ambitieuse autour d'un thème central commun, qui pourrait être l'impressionnisme et les arts. Cette stratégie proposera :</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Un territoire de communication spécifique ⇒ Une signalétique permettant le jalonnement de l'itinéraire touristique de la Vallée de la Seine (financement à prévoir d'une étude spécifique), ⇒ Des outils de promotion incluant l'édition d'un carnet de route, un site web dédié et une commercialisation de produits, ⇒ Les thématiques connexes pourraient s'articuler autour de l'histoire et du patrimoine, de la nature et du romantisme, du caractère maritime et fluvial du fleuve, du nautisme et des croisières, des panoramas et des lieux qui ont inspirés les artistes peintres

A4.3 - Définition d'un grand projet interdépartemental « Vallée de la Seine » (suite)

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage de l'étude		Partenaires	<i>Remarque</i>
	Conseil Régional et / ou Conseils généraux de l'Eure et de la Seine Maritime		CDT 27 et 76, pays et EPCI, PNR	

Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	2009 2010 2011	stratégie marketing définition communication investissements dans le cadre des contrats de territoire et financement liés au contrat 276 Jalonnement itinéraire touristique		

Budget et financement		Budget indicatif	Financement	<i>Remarque</i>
	Investissements Marketing, communication et animation de réseau Etude jalonnement	12M€ (D 27) 225 000€ 30 000€	Tripartite : Conseils généraux de l'Eure et de la Seine Maritime et Conseil régional	Contractualisation 276

Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs de suivi	Indicateurs de performance	<i>Remarque</i>
	À déterminer entre Conseil général de l'Eure, Conseil général de la Seine-Maritime et Région Haute-Normandie	Nombre de sites aménagés Post test campagne	Notoriété et image de la Vallée de la Seine Normande Flux touristiques dans les sites et hébergements de la vallée	Objectif : faire de la Vallée de la Seine une destination touristique affirmée

A4.4 - Accélérer la mise en tourisme des sites départementaux actuels et à venir

Objectifs	⇨ Développer la fréquentation touristique des sites départementaux actuels et à venir			
Contenu	⇨ Mise à plat des problématiques de développement touristique des sites de Gisacum, du Domaine d'Harcourt et de la filature Levavasseur. ⇨ Il s'agit de mener sur chaque site une concertation regroupant les équipes du site, la Direction de la Culture, et le CDT pour définir les évolutions à apporter pour développer les flux touristiques. ⇨ Ces évolutions toucheront essentiellement à des questions de promotion, de commercialisation et, dans un second temps, d'animation des sites.			
Mise en œuvre	Maître d'ouvrage Conseil général - Direction de la Culture		Partenaires techniques Sites, collectivités locales concernées, DDEAT, CDT	
Planning	Échéance Phase de préfiguration Mise en place des réflexions Programme de promotion et de commercialisation		2007-2008 2008 2009	
Budget et financement	Budget	Financement		<i>Remarque</i>
	à déterminer	Conseil général		
Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs de suivi	Indicateurs de performance	<i>Remarque</i>
	Direction de la Culture	Mise en œuvre des projets définis en commun	Évolution de la fréquentation des sites	

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

A5.1- Actualisation du plan départemental de signalisation touristique routière

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Réviser le plan de signalisation touristique départementale ⇒ Améliorer la visibilité des principaux pôles touristiques ⇒ Diffuser la fréquentation des pôles majeurs vers les pôles secondaires proches ⇒ Rééquilibrer la fréquentation touristique sur l'ensemble du département et offrir aux prestataires à l'écart des grands flux la possibilité d'améliorer leur fréquentation.
------------------	---

Contenu	<p>La création d'un comité de pilotage du plan de jalonnement touristique soutiendra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ La révision des critères de jalonnement des sites élaborés en 1990 par la définition d'une hiérarchie nouvelle de sélection des sites ⇒ La réflexion sur l'avenir des RIS implantés au cours des années 1998-2002 et sur l'opportunité de mettre en place de nouveaux produits de signalisation ⇒ La définition des conditions de mise en œuvre d'une signalisation touristique départementale révisée
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage de la réflexion	Maître d'ouvrage de la mise en œuvre	Partenaires techniques	<i>Remarque</i>
	Conseil général	DRT / CDT	Collectivités locales, DDE	

Planning	Échéance			
	Réflexion 2008 Actualisation du plan de jalonnement pour 2010. Mise en œuvre en 2011			

Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs de suivi	Indicateurs de performance	<i>Remarque</i>
	DRT D27	Disparition des dispositifs de pré-signalisation dérogatoires ou illégaux Nombre de RIS renouvelés ou implantés	Installation de comptages routiers Evolution de la fréquentation des sites	

A5.2 - Incitation à la création d'itinéraires de découverte routière

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇨ Générer des flux touristiques sur des zones proches de grands flux ⇨ Rééquilibrer la fréquentation touristique sur l'ensemble du département et offrir aux prestataires à l'écart des grands flux la possibilité d'améliorer leur fréquentation.
------------------	---

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇨ Étude de définition de la création d'itinéraires touristiques ⇨ Décision des conditions de mise en œuvre du jalonnement des itinéraires ⇨ Mise en place d'itinéraires de découverte (itinéraire de la Vallée de la Seine, itinéraire des villages remarquables, itinéraires thématiques (lin, vitrail...))
----------------	--

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage de la réflexion	Maître d'ouvrage de la mise en œuvre	Partenaires techniques	<i>Remarque</i>
	CDT	DRT	DDEAT, Direction de la Culture, DRT	

Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	Réflexion sur la faisabilité des itinéraires Mise en place d'un premier itinéraire	2008-2009 2011	Étude de définition et des conditions de mise en œuvre Pose de la signalisation de jalonnement des itinéraires	

Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs de suivi	Indicateurs de performance	<i>Remarque</i>
	DRT	Mise en place de la signalétique	Fréquentation des sites traversés	Objectif : création de 3 itinéraires jalonnés

Action 6 - Proposer une offre touristique prenant en compte le label Tourisme et Handicap

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Accompagner les porteurs de projets dans la prise en compte des problématiques des clientèles handicapées et d'une manière plus générale des questions d'accessibilité des équipements touristiques. ⇒ Offrir une lisibilité quant à l'obtention du label Tourisme et Handicap.
------------------	--

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Il s'agit de mettre en place une mission d'animation du réseau des évaluateurs, de conseil au diagnostic et à l'évaluation de l'accessibilité aux handicapés dans les structures touristiques grâce à la création d'une mission « tourisme et handicap » au CDT. ⇒ Sensibiliser les professionnels du tourisme à la question du handicap, accompagner et orienter les porteurs de projets dans leurs démarches de labellisation. Cette mission se concentrera sur les phases de diagnostic-conseil préalable pour accéder au label et par l'orientation des porteurs de projets auprès des organismes « Ressources ». • La mission s'appuiera sur les ressources et compétences de la Maison Départementale du Handicap (MDPH) et sera également réalisée en lien avec la DRT pour ce qui est de la mise en œuvre du label national « Tourisme et Handicap ».
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Maître d'œuvre	Partenaires techniques	<i>Remarque</i>
	Conseil général	À définir	MDH, Coordination Handicap Normandie	

Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	Mission à démarrer en 2008			<i>Intervention sur 3 sites tests</i>

Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs de performance		<i>Remarque</i>
	À définir	Nombre de sites labellisés tourisme et handicap		Objectif : 50 porteurs de projet accompagnés à 2013

Action A7 - Création d'une mission de recherche d'offres touristiques innovantes

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Le Département met en œuvre une action de recherche de projets d'hébergements ou de sites touristiques innovants, en particulier portés par des investisseurs privés afin de développer et de densifier son offre et son activité touristiques
------------------	--

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Définir un plan d'action de recherche d'investisseurs touristiques sur le Département de l'Eure. ⇒ Dresser l'inventaire des sites bénéficiant d'atouts paysagers mais n'ayant pas de valeur écologique ou patrimoniale ayant justifié une protection réglementaire et donc pouvant potentiellement accueillir des investissements touristiques. ⇒ Réaliser un fascicule donnant aux investisseurs potentiels l'ensemble des données de base sur l'économie touristique départementale et son environnement. ⇒ Identifier et accompagner des projets touristiques innovants par la mise en place d'un appel à projet pour des offres touristiques innovantes. ⇒ Créer un prix « pratiques et projets innovants et durables »
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Maître d'œuvre	Partenaires techniques	<i>Remarque</i>
	Conseil général	Eure Expansion/CDT	CCI, communes et EPCI, sites, OTSI...	

Planning	Échéance
	Plan d'actions 2008 Réalisation de l'atlas et du fascicule 2009 Appel à projet 2010

Budget et financement	Budget	Financement	<i>Remarque</i>
	Fonctionnement Edition Accompagnement des projets retenus	Eure Expansion/CDT Contrats de territoire 2010/2013	Assistance d'un stagiaire marketing en 2008 basé chez Eure Expansion

Action A8. Renforcer et valoriser touristiquement l'offre d'activités de pleine nature pour en faire de véritables produits de tourisme de proximité

A8.1 - Poursuite de la politique départementale des véloroutes et des voies vertes

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Créer des équipements structurants novateurs, générateurs de fréquentation nouvelle, ⇒ Coordonner les itinéraires d'intérêt international et national traversant l'Eure, ⇒ Accompagner les territoires dans leur animation des itinéraires départementaux et dans la création de produits touristiques à partir de ces itinéraires
------------------	--

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Poursuivre l'aménagement d'un réseau de voies vertes selon les principes du schéma départemental : ⇒ Favoriser le raccordement aux voies d'intérêt national en lien étroit avec le Département de Seine-Maritime <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Paris-Londres via la Vallée de l'Epte ⇒ Vallée de la Seine ⇒ Négociation et signature de convention d'animation avec les territoires. Ces conventions pourront comprendre : <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Une aide départementale aux actions d'équipements connexes (bancs, RIS, stations de gonflage, toilettes, points d'eau, ...) ⇒ Un accompagnement départemental spécifique aux animations et événementiels réguliers ou ponctuels autour des itinéraires identifiés « voies vertes »
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Maître d'oeuvre	Partenaires techniques	<i>Remarque</i>
	Conseil général	Conseil général de l'Eure	OTSI, CDT	

Planning	Échéance		<i>Remarque</i>
	Décembre 2007 par l'actualisation du schéma départemental des véloroutes et voies vertes		

A8.2 – Accompagnement d'actions en faveur d'une gestion durable des sentiers de randonnée

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Inciter les collectivités locales à structurer et qualifier les sentiers de randonnées à vocation de promenade de proximité pour les clientèles locales et touristiques ⇒ Veiller au développement d'une offre intégrant des principes d'actions de durabilité, d'accessibilité, de qualité, voire d'innovation. ⇒ Favoriser l'inscription des boucles de randonnées au PDIPR
------------------	---

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Favoriser la mise en place de chantiers d'insertion pour l'entretien, le balisage et l'équipement des sentiers de randonnée (aide départementale à la gestion environnementale des boucles de randonnée) ⇒ Réviser la charte signalétique départementale par la définition d'un nouveau concept permettant notamment la prise en compte des questions environnementales ⇒ Poursuivre l'équipement signalétique des itinéraires ⇒ Développer la communication sur le site Internet dédié du CDT
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Maître d'œuvre	Partenaires techniques	<i>Remarque</i>
	Conseil général	CDT	associations départementales et locales de randonnées ; collectivités locales et OTSI	

Planning	Révision de la charte 2008 Définition des modalités d'aide en 2008 Mise en œuvre à partir de 2009			
-----------------	---	--	--	--

Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs de suivi		<i>Remarque</i>
	DDEAT	Nombre de circuits inscrits au PDIPR		Objectif : 120 circuits promus

Action A.9 - Développer des niches de marché à « forte valeur ajoutée »

	Elargissement de la promotion de la gastronomie à l'ensemble de la filière gourmande de l'Eure	Développement et valorisation du tourisme halieutique dans l'Eure	Mise en place d'actions d'accompagnement de la filière équestre
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Renforcer la promotion de la gastronomie par une valorisation de l'ensemble de la filière gourmande de l'Eure, pour répondre aux nouvelles motivations des clientèles, contribuer à porter une image qualitative de l'art de vivre dans l'Eure et afficher au niveau régional un rôle de challenger. 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Rendre visible une offre de prestations, de lieux et d'hébergements dédiés à la pêche en vue d'affirmer le positionnement du département sur ce segment ⇒ Valoriser et promouvoir la destination Eure comme la nouvelle destination de pêche du nord de la France 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Valoriser la filière du tourisme équestre dans un département où le cheval est emblématique
Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Abandonner le format actuel du Club des Chefs de l'Eure, en essoufflement, pour aboutir à une sélection qualitative d'un éventail plus large de restaurants, ⇒ Valoriser à sa juste mesure la filière gourmande de l'Eure, en intégrant à côté de la promotion des restaurants, les produits du terroir et industries agro-alimentaires, spécialités locales, marchés... ⇒ Rassurer les consommateurs par une sélection rigoureuse des restaurants et en s'appuyant, pour les produits agro-alimentaires, sur les labels régionaux ou nationaux, les marques et les démarches qualité existantes, ⇒ Identifier et fédérer les prestataires pouvant entrer dans la démarche, ⇒ Maximiser les partenariats, ⇒ Adapter la communication « gourmande » de l'Eure pour permettre aux clientèles de vivre une réelle expérience touristique et développer les outils et actions de communication / e-communication. ⇒ Etre challenger : la Normandie compte un patrimoine gastronomique de 1^{er} ordre, à forte identité et notoriété. A ce jour, ni le CRT Normandie, ni les autres CDT normands ne se sont positionnés sur cette filière. 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Identification des rivières et surfaces accessibles aux pêcheurs visiteurs du département (cf projet FDAAPPMA 27), ⇒ Identification des hébergements ou prestataires susceptibles de dispenser des prestations ou d'accueillir des clients pêcheurs ⇒ Accompagner la Fédération Départementale de Pêche de l'Eure et les AAPPMA volontaires dans la structuration de l'offre « pêche » ⇒ Mener avec les territoires des études d'opportunité de valorisation des sites de pratique de tourisme dédiés à la pêche ⇒ Définir et mettre en œuvre un plan de communication adapté 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Identification des prestations de tourisme équestre dispensées dans l'Eure ⇒ Identification des hébergements susceptibles d'accueillir des cavaliers avec ou sans chevaux, ou proposant des prestations à vocation de tourisme équestre ⇒ Structuration d'un plan d'actions d'accompagnement de la filière (dont mise en œuvre de produits touristiques équestres) ⇒ Qualification des structures de tourisme équestre, notamment par leur labellisation « Centre de Tourisme Equestre ». ⇒ Mise en place d'aides au profit du développement de la filière à vocation touristique (accueil équestre, hébergement, sentiers, montage de produits...) ⇒ Mise en œuvre d'actions promotionnelles d'accompagnement de la filière (dont communication sur l'évènementiel).

Action A.9 - Développer des niches de marché à « forte valeur ajoutée » (suite)

	Elargissement de la promotion de la gastronomie à l'ensemble de la filière gourmande de l'Eure (suite)	Développement et valorisation du tourisme halieutique dans l'Eure (suite)	Mise en place d'actions d'accompagnement de la filière équestre (suite)
	Mise en œuvre	Mise en œuvre	Mise en œuvre
Maître d'ouvrage	CDT	CDT	Conseil général
Partenaires techniques	IRQUA Normandie, CCI Eure, Chambre d'Agriculture de l'Eure, Chambre des Métiers de l'Eure, Comité d'Expansion Agro-alimentaire de Normandie, GRAB, Pays d'accueil / OTSI, associations de producteurs et métiers de bouche.	DEJS, territoires, fédération départementale de pêche, prestataires privés	CDT, Mission Cheval, CDE, CDTE, Associations représentatives de la filières, professionnels.
Remarques	Externalisation de la sélection des restaurants (sera menée, sur la base d'un cahier des charges fourni par le CDT, par un journaliste professionnel de la critique gastronomique).	Objectif : proposer une offre cohérente et identitaire pour 2010	Objectif : proposer une offre cohérente de produits au printemps 2009
Planning	2008 : mise en œuvre, identification et fédération des prestataires, sélection des restaurants, développement des partenariats, définition des outils/actions de communication/e-communication. 2009 : lancement des outils et actions de communication auprès des clientèles.	2008 : étude préalable/diagnostic 2009 : mise en œuvre des premiers produits	2008 : identification et fédération des prestataires. Mise en place des premiers produits identifiés. 2009 : décision sur la mise en place d'actions de structuration d'une nouvelle offre en matière de tourisme équestre.
Budget et financement	CDT / A déterminer.	CDT : 40 000€ (promotion) D27 : aide départementale étude	CDT : Fonctionnement et Promotion D27 : soutien aux investissements à déterminer
Suivi de la mise en œuvre	CDT	CDT/DDEAT	DEJS / Mission cheval du D27 / CDT
Indicateurs de suivi	A déterminer selon les outils et actions développées	Nombre de projets identifiés Évolution des ventes de cartes de pêche	Nombre de produits identifiés
Indicateurs de performance	Fréquentation globale de l'Eure	Flux touristiques générés	Flux touristiques générés

Action A10 – Mise en place d'un pôle d'ingénierie touristique au CDT

Objectifs	⇒ Apporter conseil et assistance auprès des porteurs de projets publics ou privés
------------------	---

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Mettre en place au sein du CDT une cellule spécialisée en ingénierie, destinée aux porteurs de projets de développement touristique, privés et publics : <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Être l'interlocuteur unique : concentrer toutes les informations administratives dont les porteurs de projets peuvent avoir besoin, ⇒ Éditer un guide des différentes aides possibles destiné aux investisseurs, ⇒ Apporter un savoir-faire d'ingénierie touristique : assister les porteurs de projets dans leurs études préalables (études de marché, d'opportunité, de faisabilité technique et économique,...) ⇒ Aider au montage technique, juridique et financier des dossiers ⇒ Rassembler les informations concernant les investisseurs potentiels et leurs projets ⇒ Cette structure d'ingénierie doit travailler de concert avec l'agence de développement économique Eure Expansion chargée de recenser les terrains disponibles à vocation touristique et de loisirs.
----------------	--

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage de la réflexion préalable	Maître d'œuvre	Partenaires	<i>Remarque</i>
	Conseil général	CDT	Eure Expansion / CCI / Territoires/ EPCI/Conseil Régional	

Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	À définir			

Action B1. Mettre en œuvre une stratégie marketing innovante au service du développement durable du territoire

B1.1 - Etablir un plan marketing centré sur l'univers motivationnel et affinitaire des clients

Objectifs	⇒ Définir les clientèles recherchées ainsi que les outils marketing et partenariats adéquats pour les atteindre
------------------	---

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Établir un plan marketing départemental partagé à rythme régulier (triennal) ⇒ Préciser le choix des clientèles privilégiées ⇒ Déterminer les thématiques portées par le CDT par ordre de priorité ⇒ Détailler les outils nécessaires à sa mise en œuvre (internet, relations presse, éditions, salons...) ⇒ Encourager les partenariats avec le CRT, les OTSI et les territoires
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Partenaires techniques	<i>Remarque</i>
	CDT	D27, Offices de Tourisme, CRT	<i>Les thématiques à mettre en avant suivent les actions départementales sur l'offre pour garantir la promesse client tenue. Une quinzaine de thématiques ont été identifiées</i>

Planning	Échéance		<i>Remarque</i>
	2008	Établissement du premier plan pour la période 2008-2010	2008-2009 : le CDT se concentre sur les thématiques « Week-ends », « Fleurs et Jardins », « Sites naturels », « Filière gourmande », « Eau » (notamment en vallée de Seine), « Patrimoine culturel », « Balades et Véloroutes Voies Vertes ».
	2010	Second plan pour 2011-2013	

Suivi de la mise en œuvre	Responsable		<i>Remarque</i>
	CDT pour le Comité marketing départemental		

B1.2 - Créer la nouvelle marque touristique de l'Eure

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Accroître la notoriété de l'Eure, affirmer une image touristique plus attractive, faire évoluer la marque touristique actuelle « L'Eure son Energie nous va si bien » afin qu'elle traduise auprès des publics les nouvelles orientations stratégiques du CDT.
------------------	--

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ En lien direct avec le portrait identitaire réalisé en 2006, création de la nouvelle marque touristique de la destination Eure et traduction en code de marque opérationnel, ⇒ Déclinaison du nouveau code de marque à l'ensemble des outils de communication et d'e-communication du CDT, ⇒ En vue de porter un message cohérent, définition et mise en place d'une stratégie opérationnelle favorisant l'appropriation de la nouvelle marque par l'ensemble des partenaires et prestataires touristiques de l'Eure (type d'aide et/ou d'outil à déterminer), ⇒ Recrutement par consultation une agence de communication globale en charge de : <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Concevoir le nouveau territoire d'identité de l'Eure et d'élaborer le code de marque qui en codifiera les éléments, ⇒ Redéfinir les outils nécessaires à la vie de la marque et accompagner le CDT dans la mise en œuvre de ces outils, ⇒ Assurer une campagne de lancement de la nouvelle marque auprès des clientèles prioritaires du CDT de l'Eure, ⇒ Accompagner de façon globale le CDT de l'Eure en termes de conseils stratégiques dans l'élaboration de ses plans de communication pour la période 2008-2010. ⇒ Evaluer l'évolution de la notoriété par une enquête à mi-schéma.
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Partenaires techniques	<i>Remarque</i>
	CDT	D27, Offices de Tourisme, CRT, agence choisie	

Planning	<p>2008 Définition de la nouvelle marque, du code de marque et des outils, élaboration de la stratégie d'appropriation par les partenaires et prestataires et mise en œuvre.</p> <p>2009 Campagne de lancement</p> <p>2010 Campagne annuelle</p> <p>2008-2010 Accompagnement global du CDT de l'Eure par l'agence de communication</p>
-----------------	--

Budget et financement	Budget
	Création de la marque et déclinaison/création outils de communication, accompagnement agence : 300 000 € sur 3 ans Campagne de lancement et campagnes annuelles : à déterminer.

B1.3 - Placer Internet comme outil socle de la communication touristique

<p>Objectifs</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Optimiser le budget promotion du CDT ⇒ Concentrer les enveloppes sur Internet et les relations presse spécialisées, afin de mettre en place la stratégie de marketing affinitaire ⇒ Limiter la production de documentation 			
<p>Contenu</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Préparer une politique offensive de référencement ⇒ Évolution des outils Internet du CDT : <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Lifting et transformation des sites et espaces dédiés « randonnées » et « Voies Vertes », ⇒ Création de mini sites dédiés par thématique identitaire (en fonction de la formalisation des offres et de la mobilisation des professionnels), ⇒ Rénovation du site généraliste grand public français, Rénovation du site généraliste grand public anglais et création d'un site généraliste grand public néerlandais, ⇒ Création du site professionnel, Mise en place de campagnes de promotion de ces sites, ⇒ Mise en place de campagnes de communication axées sur internet en vue de fidéliser les prospects et conquérir de nouvelles clientèles, Création d'une ligne d'E-éditions. ⇒ Poursuite des actions de relation presse en s'appuyant sur le recrutement d'un cabinet de relations presse spécialisé pour le marché français et sur les antennes presse du CRT Normandie pour les marchés étrangers. 			
<p>Mise en œuvre</p>	Maître d'ouvrage	Partenaires techniques		<i>Remarque</i>
	CDT	Offices de Tourisme, CRT		
<p>Planning et budget</p>		Échéance		<i>Remarque</i>
	Mini sites dédiés (par unité)	Septembre 2008 à printemps 2009	70 000€ (par unité)	
	Site généraliste et site professionnel	Janvier 2009	140 000€	
	Sites étrangers	A déterminer	A déterminer	
	Campagnes	2009	À déterminer	
	Référencement	2008	20 000€	
	Relations presse	2008	50 000€	

Action B2. Renforcer le lien entre le territoire, ses habitants et l'accueil touristique

B2.1 - Rendre les équipements touristiques plus accessibles aux Eurois

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Amener la population euroise (habitants et résidents secondaires) à connaître et à « consommer » son territoire afin de renforcer la fonction de prescription des habitants et en faire des ambassadeurs de l'Eure, ⇒ Sensibiliser les professionnels à la mise en réseau et au renvoi des clientèles, ⇒ Favoriser la mixité sociale dans les projets touristiques et diversifier les sources de revenus des équipements, ⇒ Positionner l'hôte au cœur du dispositif de communication afin qu'il apporte une information personnalisée et adaptée aux différents visiteurs, ⇒ Encourager l'itinérance sur l'ensemble du département.
------------------	--

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Le CDT a mis en place en 2004, à la demande du Conseil général, l'opération « Cercle des hôtes » dont l'objectif était de renforcer le sentiment identitaire des eurois en le faisant découvrir et redécouvrir leur patrimoine, et d'infléchir la courbe descendante des fréquentations des lieux de visite, ⇒ La totale rénovation de l'opération actuelle est nécessaire pour lui donner un nouvel élan : <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Maintenir le principe de l'Eurois, client privilégié et ambassadeur de son patrimoine, ⇒ Offrir un avantage substantiel pour inciter les Eurois à faire découvrir leur département, ⇒ Proposer une carte « ambassadeur » au plus grand nombre d'Eurois. ⇒ Organisation de réunions de sensibilisation avec les Pays, Offices du Tourisme, organisations socioprofessionnelles d'hébergeurs et les unions commerciales. ⇒ Mobilisation du Conseil général (service communication) pour faire connaître l'opération à l'ensemble des habitants de l'Eure, et des agents du Département comme porteurs de la carte (2200 potentiels). ⇒ Réalisation d'un guide identitaire à destination des habitants de l'Eure.
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Partenaires
	CDT	UDOTSI, sites, EPCI, Pays, CCI, UCIA, Chambre des métiers, ADETMIR, Logis de France, CPIH

Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	2008 : Rénovation du Cercle 2009 : Démultiplication des partenariats			

B2.2 - Poursuivre le développement de la politique d'animations sur le territoire de l'Eure

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Animer le département sur une période couvrant l'ensemble de l'année ⇒ Exploiter le potentiel d'animation départemental pour valoriser l'Eure auprès des eurois et des visiteurs et renforcer ainsi son attractivité touristique ⇒ Faire redécouvrir les éléments importants du patrimoine et de la mémoire collective locale pour favoriser leur appropriation par les habitants en proposant un moment de convivialité et de festivité
------------------	--

Contenu	<p>Le CDT, en appui du Conseil général, poursuit sa politique de valorisation en faisant une meilleure promotion des animations existantes grâce au développement de l'outil Internet, en renforçant le principe de labellisation de manifestations « Eure d'été » (100 événements sélectionnés), et en générant de l'événementiel.</p> <p>Il s'appuiera sur les territoires qui, à l'appui d'une méthodologie définie en concertation, effectueront la présélection des manifestations éligibles à l'Eure d'Eté.</p> <p>Il démultipliera la communication autour du concept de « l'Eure d'Eté » comme appellation contrôlée de qualité des manifestations euroises.</p> <p>Le Département assurera la communication de l'opération à l'ensemble des Eurois (édition et diffusion du document aux foyers postaux de l'Eure).</p>
----------------	--

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Partenaires opérationnels	Partenaires	<i>Remarque</i>
	Conseil général	CDT, UDOTSI, EPCI, Pays	Conseil général, sites, organisateurs, CCI, Chambre des métiers, chambre d'agriculture, partenaires privés	

Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	Travaux de concertation en 2008 pour mise en œuvre en 2009			
Budget et financement	Budget	Financement		<i>Remarque</i>
	200 000€ annuels	D27 / CDT / partenaires		
Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs de suivi	Indicateurs de performance	<i>Remarque</i>
	DDEAT / CDT	Nombre de manifestations présélectionnées	Fréquentation des opérations labellisées Satisfaction des visiteurs	

Action B3. Renforcer la stratégie de commercialisation de l'Eure

B3.1 - Développer l'activité du Service Loisirs Accueil de l'Eure (SLA) sur le marché des groupes

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Renforcer l'activité « groupes », notamment en dehors des périodes d'affluence traditionnelles et favoriser ainsi l'emploi à l'année, ⇒ Favoriser l'inscription des sites eurois dans les circuits vendus par les professionnels du voyage, ⇒ Développer l'activité de sites secondaires du département en s'appuyant sur les locomotives,
Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Le CDT a créé fin 2003 la « cellule groupes » en recrutant une assistante commerciale et en allouant un agent de maîtrise à mi-temps, responsable du pôle. Le volume d'affaires de ce Service Groupes / Service Loisirs Accueil de l'Eure est passé de 160 000€ en 2004 à 292 000€ en 2005, 286 000€ en 2006 pour atteindre près de 380 000€ en 2007. Le Service Groupes du CDT est adhérent à la Fédération Nationale des Services Loisirs Accueil depuis 2004. ⇒ Le CDT doit accompagner la croissance de son service groupes - <i>Service Loisirs Accueil de l'Eure</i>- en : <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Renforçant le référencement auprès des professionnels, ⇒ Développant de nouveaux marchés, notamment sur les régions Picardie, Nord /Pas-de-Calais et Belgique, ⇒ Accompagnant les prestataires dans la professionnalisation de leur activité, ⇒ Favorisant l'émergence de nouvelles offres, ⇒ Renforçant les moyens humains du SLA pour accompagner cette croissance.

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Partenaires
	CDT	OTSI, prestataires (sites, restaurants, hôtels)

Planning	Échéance		Remarque
	Recrutement d'un collaborateur en alternance en 2008		

Budget et financement	Budget	Financement	Remarque
	25 K€ par an	CDT	

Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs de performance	Remarque
	CDT	Évolution du volume d'affaires groupe du SLA – Enquête de satisfaction clients	Objectif volume d'affaires en 2013 : 800 000€

B3.2 - Etudier l'opportunité d'une centrale départementale de gestion des disponibilités

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Faciliter l'accès (information, réservation) du grand public à l'offre d'hébergement dans l'Eure (hôtels, meublés, chambres d'hôtes, hôtellerie de plein air) via le site internet du CDT ⇒ Offrir au visiteur une information en temps réel des disponibilités des hébergements de l'Eure ⇒ Faciliter la réservation des hébergements en offrant au client une plateforme unique de recherche d'hébergements dans l'Eure et de mise en relation directe client / hébergeur (via tête de réseau s'il existe) ⇒ Multiplier les canaux de distribution des hébergements via internet
------------------	---

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Étudier l'opportunité et la faisabilité d'une centrale de gestion des disponibilités au niveau du CDT ⇒ Mettre en œuvre l'outil en contractualisant avec les hébergeurs et les têtes de réseau.
----------------	--

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Maître d'œuvre	Partenaires
	CDT	Bureau d'étude spécialisé	Hébergements de l'Eure via les têtes de réseau le cas échéant, OTSI, ADETMIR, CCI

Planning	Échéance		<i>Remarque</i>
	2008 2009 2010	Lancement de l'étude Sensibilisation de prestataires eurois Mise en œuvre opérationnelle	

Budget et financement		Budget	Financement	<i>Remarque</i>
	Coût étude Coût de réalisation	20 000€ A déterminer selon résultats de l'étude	CDT/prestataires	

Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateur de suivi	Indicateurs de performance	<i>Remarque</i>
	CDT	Nombre d'hébergements présents sur la plateforme départementale	Fréquentation de la plateforme sur le site du CDT / réservation chez les hébergeurs via la plateforme	<i>L'étude doit permettre au CDT d'évaluer la pertinence de cet outil auprès des hébergeurs et des visiteurs</i>

Action B4. Mettre en place une stratégie d'observation et de veille

B4.1 - Renforcement de l'observation en lien avec l'Observatoire régional du Tourisme

Objectifs	⇒ Se doter des outils permettant une observation économique efficace en adéquation avec les objectifs de développement du CDT et ses besoins de suivi de ces actions			
Contenu	⇒ Mise en œuvre d'un programme général d'observation « Normandie Écoute Clientèles » mutualisé entre le CRT et les 5 CDT normands comprenant les 4 volets suivants : <ul style="list-style-type: none"> • L'approche qualitative approfondie des clientèles cibles de Normandie à travers plusieurs enquêtes qualitatives menées en 2008 (Français en courts séjours, Français en séjours et clientèles étrangères en hébergements marchands). • L'enquête régionale « panorama descriptif » menée sur la saison 2009 auprès de toutes les clientèles présentes • L'approche qualitative et quantitative sur des clientèles ciblées (résidents secondaires), filières ou sites spécifiques • La poursuite de l'approche quantitative sur l'offre, la fréquentation et l'économie touristique par la mise en réseau des observatoires à l'échelle de la Normandie. 			
Mise en œuvre	Maître d'ouvrage			<i>Remarque</i>
	CRT			
Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	2008			
Budget et financement	Budget	Financement		<i>Remarque</i>
	CRT	D27		
Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs de suivi	Indicateurs de performance	<i>Remarque</i>
	CDT / CRT selon les actions	Mise en œuvre des outils	Utilisation des données par le CDT et les professionnels	

B4.2 - Développement de la veille concurrentielle et technique

Objectifs	⇨ Suivre l'évolution du secteur dans les domaines des stratégies de marketing par Internet et de développement de l'offre			
Contenu	⇨ Suivi des sites de veille existants ⇨ Rédaction de notes de veille lors de l'identification de politiques ou produits innovants dans les rencontres des instances nationales du tourisme (FNCDT, Journées de la stratégie, rencontres d'ODIT France, ...) ⇨ Suivi des stratégies de développement des départements concurrents en se concentrant sur les départementaux du pourtour de l'Île de France ⇨ Diffusion de notes de veille sur l'espace professionnel du site Internet du CDT			
Mise en œuvre	Maître d'ouvrage			Remarque
	CDT			Sous réserve de la création de la mission ingénierie
Planning	Échéance			Remarque
	Mise en œuvre à partir de 2010			
Budget et financement	Budget	Financement		Remarque
	Fonctionnement	CDT		
Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateur s de suivi	Indicateurs de performance	Remarque
	CDT mission ingénierie	Notes de veille rédigées		

Action C1 - Accompagner les stratégies de développement et de différenciation des territoires

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Réaffirmer le soutien du Département aux actions des territoires en matière de tourisme ⇒ Associer les territoires à la politique départementale en qualité de niveau territorial pertinent de développement de l'offre touristique ⇒ Mettre en cohérence les politiques de développement et d'aménagement menées par le Département et celles menées par les territoires de projets que sont les pays et les agglomérations.
------------------	---

Contenu	<p>Vis-à-vis des territoires, le Conseil Général :</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Poursuite des aides à la définition de stratégies touristiques territoriales d'ensemble permettant de mettre en place des projets de développement concertés et de définir les volets tourisme des schémas territoriaux de développement en cohérence avec le schéma départemental du tourisme, ⇒ Poursuite des aides aux projets inscrits dans les contrats territoriaux et liés au contrat 276, ⇒ Mise en place d'outils pour améliorer l'accompagnement départemental des territoires grâce à l'élaboration d'une grille permettant de mesurer la contribution des actions du contrat aux objectifs du schéma, ⇒ Positionnement du CDT comme service « ressource », aux côtés des pays touristiques, pour les EPCI dans l'élaboration de leurs projets de territoires et la mise en œuvre des actions inscrites au schéma.
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Maître d'œuvre	Partenaires	<i>Remarque</i>
	Conseil général	DDEAT	Direction de la Culture, CDT	

Planning	Échéance		<i>Remarque</i>
	Etude des schémas et contrats de territoires en 2007 Mise en cohérence pour la génération 2010/2013		

Budget et financement	Budget	Financement		<i>Remarque</i>
	D27	Dans le cadre des contrats de territoires		

Action C2 – Adapter l'organisation touristique de l'Eure

C2.1 - Constitution d'équipes pluridisciplinaires de conseil entre instances départementales touchant au tourisme

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Renforcer le travail en commun des directions départementales sur les projets touchant au tourisme, ⇒ Mutualiser les compétences transversales des services départementaux et celles des acteurs du tourisme afin d'apporter un conseil global aux porteurs de projet (tourisme, énergie, environnement, patrimoine, architecture, sports et loisirs, agriculture, routes et signalisation, chantiers d'insertion...)
------------------	--

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Identification et sollicitation des services concernés par la démarche ⇒ Formalisation de rencontres régulières (une par trimestre) : <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Présentation des dossiers en cours de chaque direction et discussion sur leur potentiel touristique ⇒ Définition des modalités d'intervention sur les volets tourisme des projets portés par d'autres directions ⇒ Suivi de la mise en œuvre des interventions définies ⇒ Réflexion sur la gouvernance d'une cellule pluridisciplinaire
----------------	--

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage			<i>Remarque</i>
	DDEAT ou CDT			

Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	Réflexion en 2008 pour mise en œuvre en 2009			

Budget et financement	Budget indicatif			<i>Remarque</i>
	Fonctionnement			

Action C2.2 - Animer l'organisation touristique de l'Eure

Objectifs	⇒ Renforcer les échanges d'expérience entre les territoires et entre territoires et département
------------------	---

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Création d'une réunion annuelle entre les instances départementales et les territoires <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Objet de ces rencontres : <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Reporting du Conseil Général et du CDT sur la mise en œuvre du schéma départemental ⇒ Présentation par les territoires de l'avancement global de la mise en œuvre de leurs stratégies de développement touristique ⇒ Présentation de quelques expériences exemplaires ⇒ Constitution d'un comité marketing départemental <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Fédérer les acteurs du tourisme autour d'un marketing touristique partagé ⇒ Animer un pool de compétence susceptible d'orienter la politique menée par le CDT ⇒ Anticiper les stratégies à mettre en œuvre ⇒ Création d'une journée annuelle des acteurs du tourisme <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Fédérer les acteurs du tourisme de l'Eure ⇒ Favoriser la formation par le partage d'expériences, la découverte de nouveaux champs de connaissance et de nouvelles techniques ⇒ Renforcer les échanges d'expérience entre les territoires, les acteurs et le CDT
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage			<i>Remarque</i>
	DDEAT/CDT			

Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	Mise en œuvre dès 2007 avec les 1eres rencontres euroises du tourisme			

Budget et financement	Budget			<i>Remarque</i>
	Fonctionnement Journée du tourisme	20 000€	CDT	

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

C3.1 - Incitation à la coopération touristique locale

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Accompagner les OT & SI dans leur nécessaire structuration par territoires touristiques pertinents. ⇒ Encourager la coopération touristique locale au regard des logiques intercommunales et de territoires.
------------------	---

Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Démarche incitative du Conseil Général (DDEAT) à travers les financements délivrés dans le cadre des contrats avec les territoires ⇒ Sensibilisation des collectivités à l'intérêt de développer une politique touristique, incitation des élus à la professionnalisation et à la qualification des organismes en charge de l'accueil et de l'animation ⇒ Démarche explicative de l'UDOTSI en relais du CDT : réunions d'échanges d'expérience, d'information sur les modalités, les objectifs et avantages d'une telle structuration. Rôle d'information dans le cadre des relations quotidiennes du CDT avec les OT & SI et mobilisation en relais de l'UDOTSI ⇒ Accompagnement des structures d'accueil
----------------	---

Mise en œuvre	Maître d'ouvrage	Maître d'œuvre	Partenaires techniques	Remarque
	Conseil général	UDOTSI	CDT, EPCI, communes, Pays	

Planning	Échéance			Remarque
	Mise en œuvre à partir de 2008			

Budget et financement	Budget	Financement		Remarque
	Fonctionnement Communication	CDT / DDEAT / UDOTSI À déterminer		

Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs de suivi	Indicateurs de performance	Remarque
	UDOTSI/CDT	Évolution de la structuration des OT & SI	Évolution du professionnalisme des OT & SI eurois	

C3.2 - Déploiement du Système d'Information Touristique départemental auprès des acteurs du tourisme

Objectifs	⇒ Faciliter l'accès des acteurs du tourisme au systèmes d'information touristique départemental			
Contenu	⇒ Déploiement dans les OT&SI des modules informatiques nécessaires à l'utilisation du système d'information touristique ⇒ Ouverture progressive du SIT aux différents acteurs du tourisme eurois ⇒ Création au niveau du CDT des outils permettant une diffusion facilitée de l'information			
Mise en œuvre	Maître d'ouvrage			<i>Remarque</i>
	CDT			
Planning	Échéance			<i>Remarque</i>
	2007	Déploiement aux trois premiers OTSI		
	2008	Ouverture à trois nouveaux OTSI		
	2010 2010	Elargissement à l'ensemble du réseau Ouverture progressive aux autres acteurs du tourisme		
Budget et financement		Budget	Financement	<i>Remarque</i>
	Investissement initial Fonctionnement	120 000€ 30 000€ annuels	CDT/Région HN	
Suivi de la mise en œuvre	Responsable	Indicateurs de suivi		<i>Remarque</i>
	CDT	Nombre d'OT adhérents au SIT Nombre d'acteurs renseignant le SIT		Objectif : 24 OTSI inclus au SIT en 2013 50% des acteurs du tourisme eurois