

ORIENTATIONS 2022-2024 & PLAN D' ACTIONS 2023

*Accueillir - Promouvoir - Animer - Coordonner
Ré enchanter - Ré approprier - Ré générer - Ré animer*

Axe stratégique 1 : Développer la notoriété du territoire et contribuer à son attractivité		
Objectif 1.1.	Valoriser le bien vivre et séjourner à EPN en Normandie	
		Mise en valeur et animation de l'offre d'hébergement et de restauration
1	Actions 2023	<i>Structuration et qualification de la base de données hébergeurs (recensement, visites, ...)</i>
2		<i>Qualification et accompagnement des hébergeurs et restaurateurs (labels, offres servicielles ou promotionnelles aux visiteurs...)</i>
3		<i>Expérimentation d'un outil d'assistance du/de la conseiller.e en séjour</i>
4		<i>Renforcement du partenariat avec Gîtes de France (éducateur, qualification et valorisation de l'offre)</i>
		Contribution à la valorisation du patrimoine (culturel, naturel, bâti...) et des équipements locaux
5		<i>Matérialisation de l'offre culturelle via un espace dédié dans les locaux du Comptoir</i>
6		<i>Développement d'animations/visites en coordination avec le projet de labellisation VAH</i>
7		<i>Elaboration d'un rallye de bourgs (proposition : Saint-André-de-l'Eure, La Couture-Boussey ?)</i>
		Développement d'un accueil dédié aux nouveaux habitants
8	<i>Refonte de la journée d'accueil des nouveaux arrivants</i>	
9	<i>Poursuite du partenariat Guichet Unique « allemands »</i>	
Objectif 1.2.	Partager l'offre de loisirs et de services du territoire	
		Promotion de l'offre événementielle, culturelle, sportive, etc...
10	Actions 2023	<i>Valorisation et accompagnement des événements phares du territoire en partenariat avec les structures porteuses</i>
11		<i>Développement de partenariats avec les clubs sportifs du territoire (valorisation de l'offre)</i>
		Valorisation de l'offre de mobilité durable
12		<i>Promotion de l'itinérance douce et de l'offre de services existante (Velo, Cicerone...)</i>
13		<i>Accompagnement de la qualification/animation des parcours de randonnée pédestre</i>
		Renforcement de la notoriété du Comptoir par le "hors les murs"
14		<i>Présence délocalisée ponctuelles sur événements</i>
15		<i>Elaboration et opérationnalité d'un schéma d'information Comptoir des Loisirs (territoire EPN)</i>
16		<i>Développement des rencontres avec les représentants/interfaces des habitants (élus des communes, secrétaires de mairie)</i>
		Continuité des campagnes d'information grand public multi-canal
17		<i>Mise en œuvre des préconisations issues du diagnostic des réseaux sociaux grand public (FB, Instagram)</i>
18		<i>Mise en place d'un partenariat mensuel avec MTaVille (capter le grand public)</i>
19	<i>Communication réseaux sociaux (FB, Instagram, publication d'articles on line, actus via mairies/Panneau Pocket)</i>	

Objectif 1.3.	Gagner en visibilité professionnelle à l'échelle régionale et nationale	
		Ancrer Le Comptoir Des Loisirs dans les réseaux professionnels
20	Actions 2023	<i>Adhésion/participation aux actions des réseaux institutionnels OT et commerce (OTN, CRT, ATD, ADT, ADN Tourisme, consulaires...)</i>
21		<i>Développement de partenariats avec les consulaires</i>
		Maintien/Développement de la présence médias
22		<i>Présence digitale accrue vers les professionnels (asseoir la stratégie de publication LinkedIn)</i>
23		<i>Témoignages dans la presse spécialisée Tourisme-Loisirs-Commerce, webinaires, tables-rondes salons etc...</i>
24	<i>Présence salons professionnels Tourisme-Loisirs-CE</i>	

Axe stratégique 2 : Donner à vivre le territoire

Objectif 2.1. Se positionner en partenaire de proximité des artisans, commerçants et prestataires du territoire

		Valorisation des savoir-faire vecteurs d'identité
25	Actions 2023	<i>Commercialisation en boutique d'une gamme de produits locaux (et normands par extension) et/ou en circuits courts</i>
26		<i>Visibilité accrue du concept-store et de l'offre "Boutiques éphémères" (communication réseaux sociaux accentuée)</i>
27		<i>Valorisation des événementiels ou innovations "producteurs" (dans le cadre du PAT par exemple)</i>
28		<i>Quête d'une clientèle professionnelle "ambassadrice" de l'identité locale (entreprises, salariés via CE...)</i>
		Renforcement des liens avec les artisans, commerçants, prestataires du territoire
29		<i>Confortement de la mission guichet unique, interface et facilitateur pour les commerçants, prestataires (Comptoir des Commerçants)</i>
30		<i>Promotion du Plan Commerce EPN</i>
31		<i>Contribuer aux initiatives communales et intercommunales (ex : MVAIC...)</i>
32		<i>Avis aux communes, institutionnels dans le cadre des conventions Actions Cœur de Ville et Petites Villes de Demain</i>
33	<i>Relai et appui aux animations portées par les communes (1 action phare/trimestre)</i>	

Objectif 2.2. Faire de l'expérience client une marque de fabrique

		Mise en scène et "gamification" de l'offre artisanale, touristique et de loisirs
34	Actions 2023	<i>Proposition de visites thématiques, rallyes, visites contées, découvertes de savoir-faire, balades pleine nature...</i>
35		<i>Rédaction d'articles (print, web...) en lien avec les socio-professionnels (portraits, témoignages, anecdotes...)</i>
36		<i>Confortement des visites/animations à supports "expérientiels" (offre de rallye étudiant, offres dédiées aux visiteurs handicapés)</i>
37		<i>Expérimentation d'un parcours géocaching pour les visiteurs et habitants (balade rurale 2.0)</i>
		Renforcement du rôle d'apporteur d'affaires du Comptoir pour générer des retombées économiques
38		<i>Qualification et professionnalisation de la connaissance de l'offre existante (visites terrain, salons, festivals...)</i>
39		<i>Animation des professionnels pour une montée en gamme et une visibilité de l'offre (et partenariats privés à développer)</i>
40		<i>Impulsion d'une animation des professionnels à fédérer autour du "Jaune d'Evreux" (accompagnement projet Cathédrale)</i>
41		<i>Déploiement d'une offre de circuits/séjours pour individuels, mini-groupes et groupes "motards"</i>
42		<i>Repositionnement d'une stratégie MICE en lien avec les professionnels</i>
43	<i>Intégration continue de prestataires à la place de marché</i>	

Rouge Action nouvelle

Orange Action révisée