

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

Axe stratégique 2 : Donner à vivre le territoire

Objectif 2.1.	Se positionner en partenaire de proximité des artisans, commerçants et prestataires du territoire	
	Actions 2023	Valorisation des savoir-faire vecteurs d'identité
25		Commercialisation en boutique d'une gamme de produits locaux (et normands par extension) et/ou en circuits courts
26		Visibilité accrue du concept-store et de l'offre "Boutiques éphémères" (communication réseaux sociaux accentuée)
27		Valorisation des événementiels ou innovations "producteurs" (dans le cadre du PAT par exemple)
28		Quête d'une clientèle professionnelle "ambassadrice" de l'identité locale (entreprises, salariés via CE...)
		Renforcement des liens avec les artisans, commerçants, prestataires du territoire
29		Confortement de la mission guichet unique, interface et facilitateur pour les commerçants, prestataires (Comptoir des Commerçants)
30		Promotion du Plan Commerce EPN
31		Contribuer aux initiatives communales et intercommunales (ex : MVAIC...)
32		Avis aux communes, institutionnels dans le cadre des conventions Actions Cœur de Ville et Petites Villes de Demain
33	Relai et appui aux animations portées par les communes (1 action phare/trimestre)	

Objectif 2.2.	Faire de l'expérience client une marque de fabrique	
	Actions 2023	Mise en scène et "gamification" de l'offre artisanale, touristique et de loisirs
34		Proposition de visites thématiques, rallyes, visites contées, découvertes de savoir-faire, balades pleine nature...
35		Rédaction d'articles (print, web...) en lien avec les socio-professionnels (portraits, témoignages, anecdotes...)
36		Confortement des visites/animations à supports "expérientiels" (offre de rallye étudiant, offres dédiées aux visiteurs handicapés)
37		Expérimentation d'un parcours géocaching pour les visiteurs et habitants (balade rurale 2.0)
		Renforcement du rôle d'apporteur d'affaires du Comptoir pour générer des retombées économiques
38		Qualification et professionnalisation de la connaissance de l'offre existante (visites terrain, salons, festivals...)
39		Animation des professionnels pour une montée en gamme et une visibilité de l'offre (et partenariats privés à développer)
40		Impulsion d'une animation des professionnels à fédérer autour du "Jaune d'Evreux" (accompagnement projet Cathédrale)
41		Déploiement d'une offre de circuits/séjours pour individuels, mini-groupes et groupes "motards"
42		Repositionnement d'une stratégie MICE en lien avec les professionnels
43	Intégration continue de prestataires à la place de marché	

Rouge Action nouvelle

Orange Action révisée