



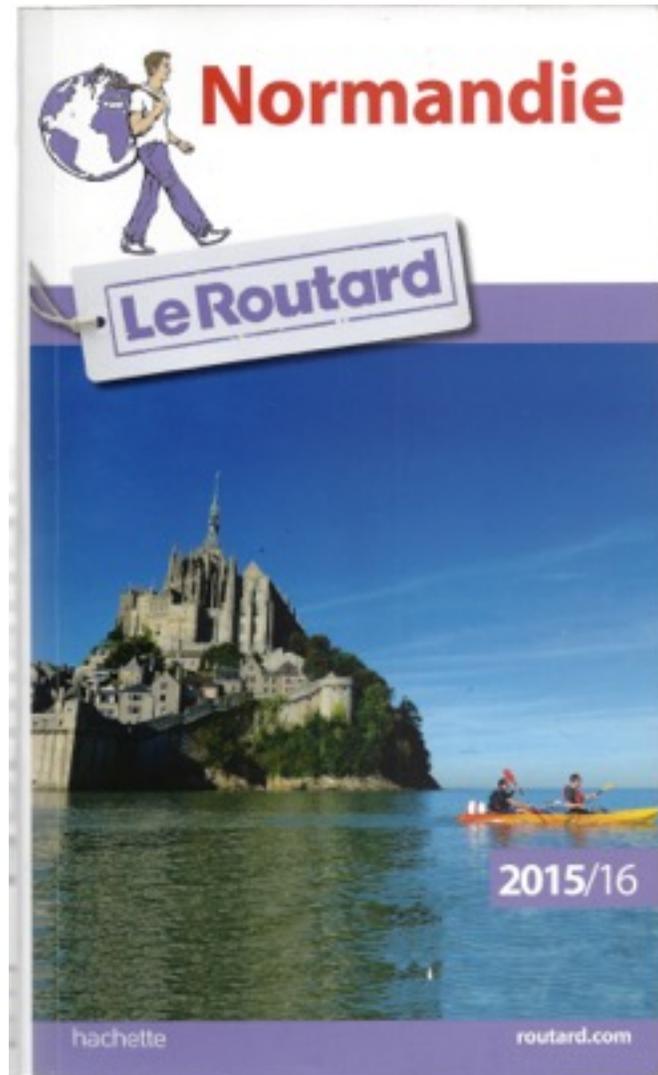
Evreux-Normandie Tourisme

Quelle ambition pour le territoire ?

Le 24 avril 2018

Léon TRAVEL&TOURISM

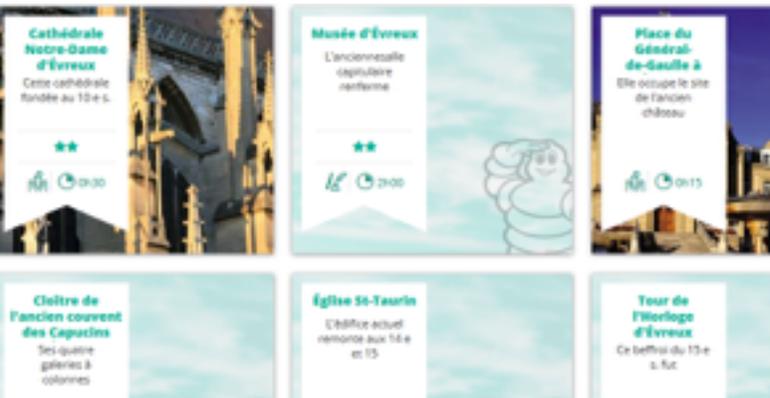
Votre demande : Une stratégie touristique



Évreux - Guide et photos Routard



L'interminable zone commerciale et industrielle d'Evreux cache en fait une ville provinciale qui est le siège de l'un des évêchés les plus vieux et les plus importants de France. Evreux, une ville pétrie d'histoire comme en témoignent l'intéressant musée de l'ancien évêché et ses vestiges gallo-romains. A découvrir à pied, un jour de marché ou, mieux, le jour de la foire Saint-Nicolas (début décembre).



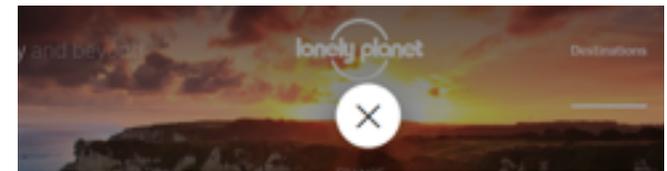
★ Intéressant

Évreux, capitale religieuse et administrative de l'Eure, est le gros marché agricole des campagnes voisines. L'industrie est surtout orientée vers la fabrication des appareils électriques et accessoires automobiles.

Lonely Planet

Destination
Eure

From Rouen, lovely day trips can be made to the land-locked Eure département (www.eure-tourisme.fr). The 12th-century Château Gailard in Les Andelys affords a breathtaking panorama of the Seine, while the beautiful gardens of Claude Monet are at Giverny, 70km southwest of Rouen.



PLACES IN NORMANDY

- | | | |
|---|--------------------------|-------------|
|  | Calvados
FRANCE | 4. Com |
|  | Seine-Maritime
FRANCE | 5. Bayeux |
|  | Rouen
FRANCE | 6. Honfleur |
- 7. Manche
 - 8. Le Havre
 - 9. Trouville & Deauville
 - 10. Cherbourg

Evreux : une destination de City-Break ?

- L'offre touristique
 - Pas assez d'**hébergements haut de gamme** (hôtel 4* et plus), chambres d'hôtes de charme
 - Pas assez de **propositions culturelles** : expositions, art contemporain, art de vivre, antiquaires, brocantes
 - Pas assez de gastronomie haut de gamme, ni de boutiques originales
- La **concurrence, très forte**, et qui rend donc nécessaire des investissements colossaux en terme de promotion et de publicité
- Un risque majeur de **mauvaise publicité via les réseaux sociaux !**

De réelles marges d'amélioration



Certains faits posent question en terme d'image et d'attractivité

- La population de la commune d'Evreux est en baisse : 49 461 en 2014 contre 51 193 en 2009, soit une baisse importante de 3,38%
- **38% des habitants souhaitent rester à Evreux,**
- **53% désirent habiter dans une autre ville**
- Des avis mitigés sur internet
- Les hôtels ne sont pas très bien notés par les clients

Le souhait de quitter ou de rester à Evreux



La demande des habitants

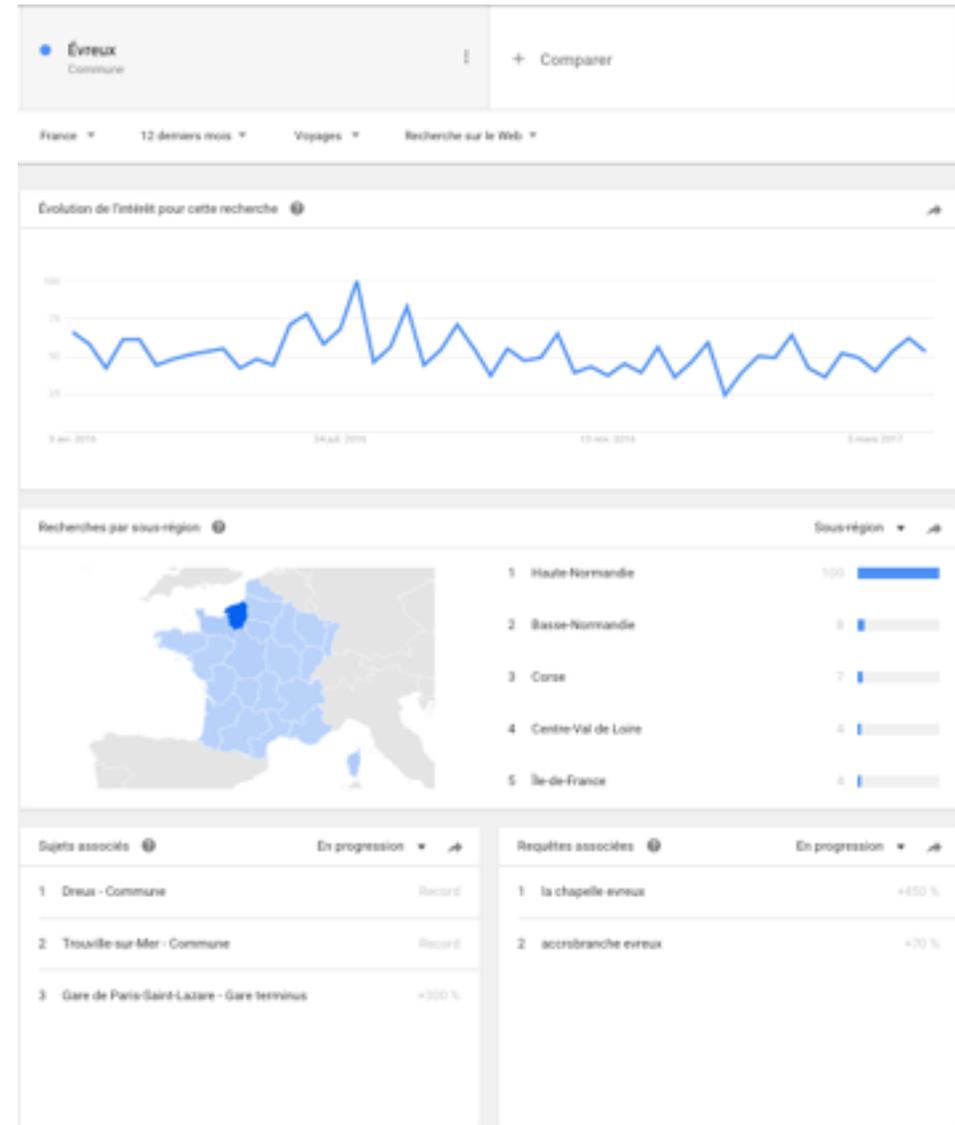
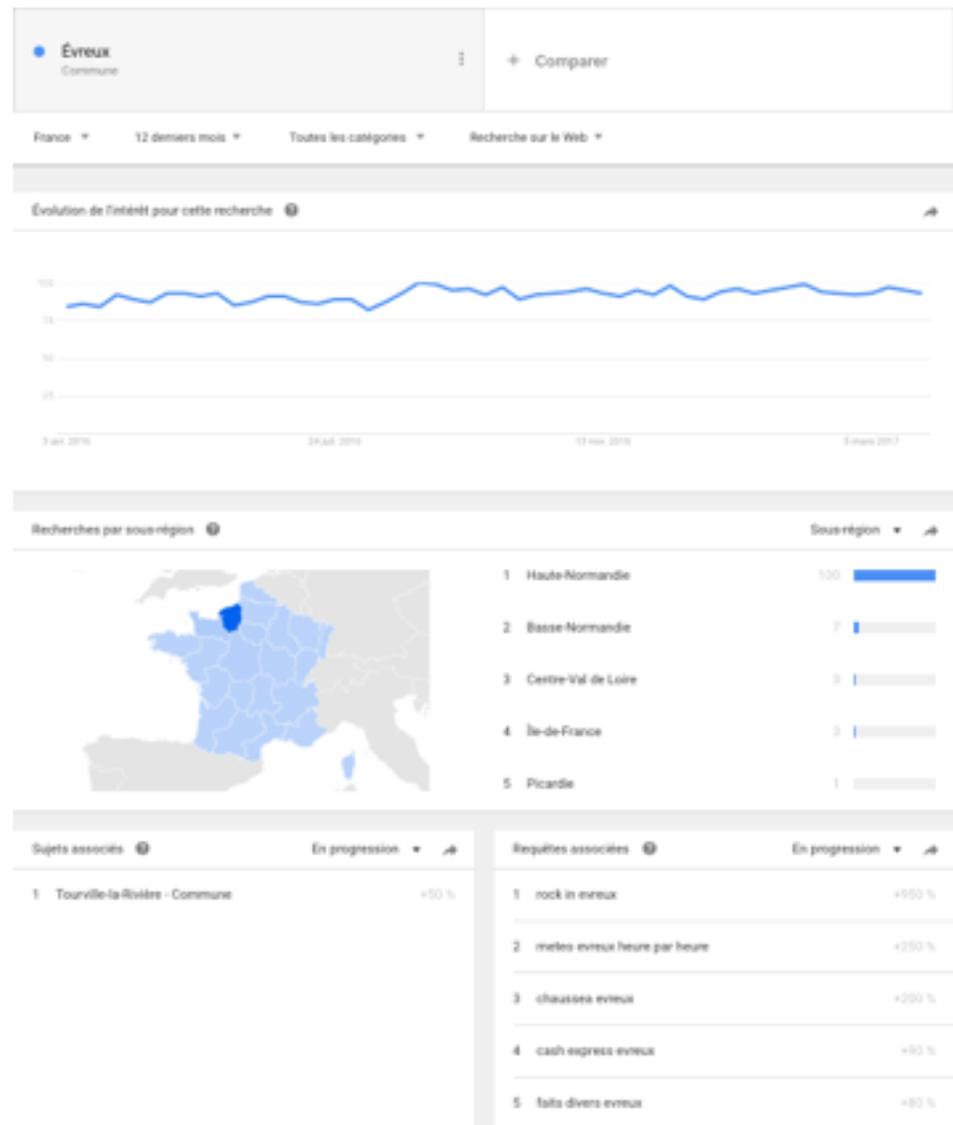
L'amélioration du cadre de vie est demandée par 42% des personnes interrogées (derrière l'emploi et la sécurité – qui d'ailleurs y participe)

- Notamment : la propreté des espaces publics, l'aménagement des sentiers, la création d'aires de jeux dans les parcs urbains
- **Et enfin, l'accroissement du rayonnement d'Evreux par les événements : fêtes normandes, guinguettes le long de l'Iton...**

Les grandes priorités municipales : emploi, sécurité et cadre de vie



La demande des internautes, Evreux et Evreux « voyages »



Les destinations se positionnant « près de Paris »





*Eureux écrit une nouvelle
page de son histoire*



Evreux écrit une nouvelle page de son histoire.

EVREUX SE RÉCONCILIE AVEC SON PASSÉ, ENTRE EN RÉSILIENCE ET SE TOURNE VERS L'AVENIR. EVREUX PORTE AUJOURD'HUI
UN PROJET TOURISTIQUE ET DE LOISIRS ORIGINAL POUR DÉVELOPPER SON TERRITOIRE
AVEC **RAISON** ET **AMBITION**.

UN PROJET DE QUALITÉ POUR *réenchanter le quotidien* PAR LES LOISIRS, LES SORTIES,
LES ÉVÉNEMENTS ET PLUS LARGEMENT LES MOMENTS DE PARTAGE ET D'ÉCHANGES QU'IL VA CONTRIBUER À CRÉER.

ORIGINAL PARCE QUE POPULAIRE ET CENTRÉ *prioritairement* SUR LE **BIEN-ÊTRE**
DE SES HABITANTS ET DE SES RÉSIDENTS QUI APPRENNENT À AIMER LEUR VILLE.
POUR PRÉPARER DEMAIN UNE **ATTRACTIVITÉ NOUVELLE, FORTE** D'AMBITIEUX PROJETS.

Avec raison CAR C'EST UN PROJET LÉGITIME, COHÉRENT, PÉRENNE. LE PROJET D'UNE
VRAIE VILLE À LA CAMPAGNE, ANCRÉE DANS UNE HISTOIRE NORMANDE
DANS LAQUELLE IL FAIT BON VIVRE, ÉTUDIER, TRAVAILLER, DANS UN **CADRE DE VIE AGRÉABLE**.

Avec AMBITION CAR IL DONNE UN NOUVEL ÉLAN À L'ANCIENNE 'CITÉ JOLIE', IL INSUFFLE UNE
NOUVELLE ÉNERGIE, IL L'INSCRIT DANS UNE NOUVELLE DYNAMIQUE ET DONNE
À CHACUN DES RAISONS D'ÊTRE **FIERS** DE VIVRE ICI. C'EST AUSSI UN PROJET RÉSOLUMENT **OUVERT**
CAR EVREUX, À LA FOIS VILLE **LOCALE** ET **CAPITALE** RÉGIONALE RESTE RÉSOLUMENT OUVERTE
À DE NOUVEAUX CHALLENGES.

365 JOURS SUR **365**, *Evreux first*

Définition du positionnement

**Penser une « Cité-Loisirs »
d'abord pour ses habitants et ses résidents
Animations, nature, culture, patrimoine, qualité de vie.**

Un positionnement centré sur la qualité du cadre de vie
et les activités de proximité



La plateforme de marque

D'où je viens ? Qu'est-ce qui dans mon histoire me rend unique ?

Je suis unique et atypique.

Mon histoire est visible, couche après couche, comme dans un lieu de fouille archéologique, mais l'ensemble ne fait pas toujours sens.

Je ne suis pas un haut lieu gallo romain, pas un haut lieu médiéval, pas un haut lieu de nature urbaine, pas un haut lieu d'histoire contemporaine.

Et à la fois, je suis tout cela...

C'est comme si chaque période avait recouvert les traces de la précédente, sans lui laisser de place pour exister.

Le signe ultime de cette histoire est « l'année zéro », les bombardements de 1944 qui ont effacés les traces de la « Cité Jolie » et dont **l'urbanisme qui en a suivi ne fut jamais vraiment assumé, compris, aimé par mes habitants.**

Je suis une ville dont la mémoire collective est trop dans « l'avant » et pas assez dans le présent.

Ma situation géographique, entre Normandie et l'Île de France a renforcé cette difficulté de la mémoire, en devenant, dans les années 1970 « ville nouvelle », accueil de populations également nouvelles.

Alors, je suis peu connue, peu reconnue, peu aimée, de mes propres habitants.

Qui suis-je ?

Quelles sont mes compétences, expertises, talents particuliers ?

Je suis une ville centrale. Je suis un centre administratif, commercial.

Je suis un **territoire qui n'a pas la cohérence conceptuelle** d'autres destinations normandes (la mer à Honfleur, la plage à Deauville, le cœur historique de Rouen, la culture de Giverny, l'architecture de la reconstruction du Havre...), rendant difficile sa promotion extraterritoriale.

Alors, **j'ai fait le choix de me tourner d'abord vers ceux qui m'habitent**. Mes habitants, mes propriétaires ou usagers des nombreuses résidences secondaires.

J'ai décidé d'affronter sereinement cette résilience nécessaire à ma reconstruction !

Pour redonner de la fierté à tous, dès aujourd'hui, comme pour préparer l'ensemble des acteurs à l'arrivée de nouveaux projets. C'est un préalable nécessaire !

Mon métier et mon ambition est d'orienter mes services, ma communication, mon organisation pour faire découvrir et aimer mon territoire à mes premiers usagers.

En respectant ce qu'ils sont, sans vouloir en faire des « touristes urbains », mais en ayant l'ambition de leur faire découvrir l'ensemble des loisirs, offres culturelles, balades et atouts qui me composent.

J'ai cette particularité forte et assumée de privilégier mes habitants aux touristes !

Pourquoi je me bats ? Quel est mon engagement à l'égard de mes clients ?

Je me bats pour donner à tous la même chance de découverte des richesses de ce territoire.

Culture, sport, loisirs, nature, tout doit être accessible à tous, sans restriction de savoir, de revenus, d'origines.

Je me bats pour rester une ville verte et calme, comme je le fus à ma création, entre Iton et coteaux.

Je me bats pour sortir de la nostalgie urbaine et le souvenir d'antan.

Je me bats pour être toujours positive, dans le présent, sans renier mon passé.

Je me bats pour être une « ville ouverte », généreuse et accueillante.

Quelles sont les valeurs qui m'inspirent

La fierté ! La fierté ! La fierté !

"Je me bats pour que mes habitants changent leur regard sur leur propre ville, qu'ils la connaissent, l'aiment et qu'ils soient fiers d'y habiter, d'y résider. »

Le Concept *Stratégique*

La proposition unique, visionnaire de la marque

Un regard contemporain, optimiste et partagé de la ville.

Sortir de la Nostalgie pour être fiers de ce qui est fait aujourd'hui

Ceux sont les habitants qui créent la vie de la ville.

Un contexte, à la fois local et national

SOCIÉTÉ

Évreux, capitale de l'Eure, ne fait pas rêver...

Catherine ROL, Guillaume LEJEUNE | Publié 29/11/2017 22:40 | Mise à jour 30/11/2017 09:00



Évreux est en queue de peloton des villes où il fait bon vivre. Pourtant...

Pas top... Et encore un mauvais point pour la capitale de l'Eure. Dans son palmarès annuel se basant sur des données officielles, le magazine L'Express classe Evreux en queue de peloton des agglos où il fait bon vivre et travailler.

Les offices du tourisme ne devraient promouvoir que les meilleures offres



Les offices du tourisme ne devraient plus promouvoir les mauvais prestataires de services La Matinale / 3 min. / le 24 octobre 2017

Les offices du tourisme doivent se concentrer sur la promotion des meilleurs prestataires et cesser de vouloir faire plaisir à tous. C'est la thèse du nouveau responsable de la filière tourisme de la HES-SO Valais Dominique Fumeaux.



Pourquoi ne pas aller encore plus loin et lancer un grand chantier de mobilisation pour la promotion de la destination, remobiliser les prestataires, qui n'adhéreront bientôt plus à l'OT, en tous cas pas pour une offre de visibilité web ? Plutôt que mettre en avant ceux qui cotisent, indépendamment de leurs qualités intrinsèques, pourquoi ne pas choisir les meilleurs, les plus à même de promouvoir la destination, et leur proposer un deal bien plus performant ?

Un prestataire, ce n'est pas simplement un adhérent ! >>

3 Mots clés, en référence permanente....

Contemporain

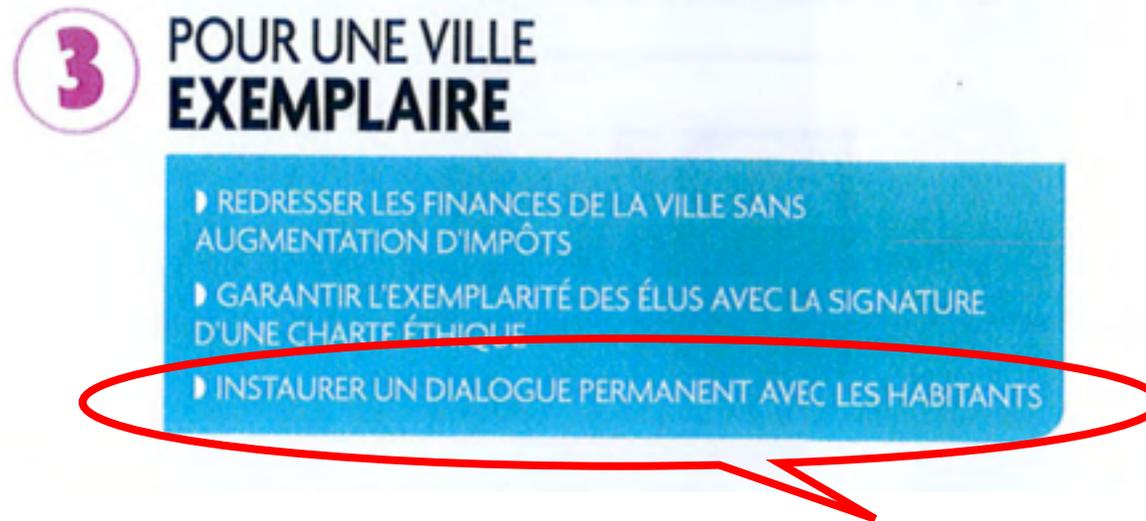
Optimiste

Partagé

2 tendances de demain et déjà d'aujourd'hui pour les habitants !

1. Le goût du vrai

1. Le besoin de services



**Se réapproprier et aimer sa ville.
aussi par le dossier du label Ville et Pays d'Art et
d'Histoire !**

CHOIX 2





**LE COMPTOIR
DES LOISIRS**

TOURISME & COMMERCE

Si c'est bien on vous présente

LE C**MPTOIR**
DES LOISIRS
TOURISME & COMMERCE

A man with a beard and tattoos is sitting on a mat in a gym, wearing boxing gloves and shorts. He is smiling and looking to the right. The background shows a boxing ring and other gym equipment.

**4 FOIS CHAMPION D'EUROPE DE
BOXE THAÏ, PREMIER OCCIDENTAL
DU TOP 3 EN THAÏLANDE,
J'ÉDUQUE LES JEUNES À CET ART
DANS LA SALLE OMNISPORTS**

FABRICE PAYEN
ÉBROUICIENS ET FIER DE L'ÊTRE

LE COO MPTOIR
DES LOISIRS
TOURISME & COMMERCE

**POUR NOËL, LES ENFANTS
ET LEURS PARENTS SONT
LES BIENVENUS POUR UN
GOÛTER AU MUSÉE.**



DIDIER ARNAUD
NORMANDS ET FIERS DE L'ÊTRE

Médiateur au Musée des Instruments
à Vent de La Couture-Boussey



Entre chouquette et basson, entre visite et partage, tout le monde est le bienvenue, pour un nouveau regard sur la musique, sur les musées !

 www.facebook.com/MuseeMiv/

LE NOUVEL OFFICE DE TOURISME D'EVREUX NORMANDE

**LE COMPTOIR
DES LOISIRS**
TOURISME & COMMERCE

Si c'est bien on vous prévient