



**ELABORATION D'UNE ETUDE RELATIVE A LA STRATEGIE  
DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA DESTINATION LE TREPORT-MERS  
« TOURISME DURABLE, OFFICE DE TOURISME DE DEMAIN »**

**MAÎTRES** > DU RÊVE

Phase 2 : Plan d'actions – septembre 2021

# POUR MÉMOIRE : LES AXES STRATÉGIQUES PROPOSÉS EN PHASE 1

## STRATÉGIE TOURISTIQUE



1.

PROGRAMME  
D' ACTIONS

« DEVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE »

Plusieurs projets structurants et prioritaires pour le développement du tourisme sur le territoire sont proposés dans le présent plan d' actions :

- Création d' un parcours artistique le long de la voie verte « entre verre et mer »
- Conception d' un objet souvenir du territoire valorisant le savoir faire d' excellence local en matière de flaconnage de verre, associé à un parfum de destination
- Création d' une Maison du nautisme
- Conception d' un pavillon d' accueil provisoire du château d' Eu sur l' esplanade (dans l' attente du redéploiement des espaces intérieurs du château)
- Mise en valeur nocturne saisonnière du château d' Eu
- Création d' un lieu singulier, vitrine du savoir faire verrier local
- Création d' un nouvel équipement de loisirs original indoor





## AXE 1 : Consolider l'offre vélo / mobilités douces sur le territoire



**Action 1** – Capitaliser sur le chemin « entre terre et mer » comme axe structurant du territoire : création d'un parcours artistique et d'une signalétique d'interprétation

**Action 2** – Qualifier l'offre de location et de services vélos/VAE sur le territoire, sur les points stratégiques et dans les lieux d'hébergement

**Action 3** – Finaliser le maillage du réseau de voies douces et faire du territoire une destination vélo d'excellence entre Baie de Somme et Dieppe

## AXE 2 : Développer et structurer l'offre de loisirs autour de l'eau pour faire du territoire une destination nautique reconnue



**Action 4** – Accompagner les prestataires de loisirs nautiques dans le développement et la promotion de prestations et services destinés à la clientèle touristique (dans le cadre de France Stations Nautiques)

**Action 5** – Initier la création d'une Maison du Nautisme, pôle structurant et moteur pour les activités nautiques

## AXE 3 : Ré-enchanter les ressources patrimoniales



**Action 6** - Rendre plus visible et attractive l'offre patrimoniale et culturelle d'Eu « Cité royale » : création d'une mise en lumière événementielle et féérique du château d'Eu notamment



**Action 7** - Favoriser l'émergence d'un événement phare fédérateur pour le territoire rayonnant à l'échelle régionale

**Action 8** – Créer un pavillon d'accueil / OT provisoire sur l'esplanade du château d'Eu

**Action 9** – Conduire la candidature du territoire au label Pays d'Art et d'Histoire



## AXE 4 : Valoriser le savoir-faire autour du flaconnage de verre



**Action 10** – Concevoir un objet souvenir du territoire valorisant le savoir faire d'excellence local en matière de flaconnage de verre, associé à un parfum de destination

**Action 11** – Création d'un lieu singulier et créatif, vitrine du savoir faire verrier local

## AXE 5 : Encourager le développement d'une offre de tourisme durable 4 saisons



**Action 12** - Favoriser le développement d'une offre d'hébergement et d'activités touristiques à forte valeur ajoutée environnementale sur le territoire

## AXE 6 : Soigner les fondamentaux d'une destination touristique de qualité et attractive



**Action 13** – Encourager les initiatives d'animation des lieux d'accueil en soirée en saison (bars, restaurants...)

**Action 14** – Développer la signalétique touristique (saisonnaire ou permanente)

**Action 15** - Etudier la faisabilité d'implantation d'un espace de loisirs multi-activités indoor

# CALENDRIER PRÉVISIONNEL PROGRAMME D' ACTIONS OT

CALENDRIER PRÉVISIONNEL DU PLAN D' ACTIONS

		2022	2023	2024	2025	2026
<b>AXE 1 (Accueil-information)</b>						
1	Mettre en place un dispositif d'accueil et d'information intégral et optimisé à l'échelle de la destination	Réseau Points Info Relais + hors-les-murs		▲	Redéploiement des BAT	
1 bis	Pôle d'accueil à la gare Le Tréport-Mers	Participation étude pôle gare		▲	OT Pôle gare	
2	Renforcer l'utilisation des outils digitaux tout au long du parcours client					
3	Faire de l'OT un centre de ressources et un « laboratoire » d'expérimentation d'accueil et d'information touristique					
		2022	2023	2024	2025	2026
<b>AXE 2 (Marketing)</b>						
4	Mettre en récit la destination et produire des contenus de communication traduisant l'esprit du positionnement	Travail créa. + création contenus + diffusion		◆	Renouvellement contenus / reporter de territoire	
5	Mettre en œuvre une stratégie de marketing responsable					
6	Renforcer la commercialisation d'une offre touristique 4 saisons					
		2022	2023	2024	2025	2026
<b>AXE 3 (Mise en réseau - pros)</b>						
7	Constituer un véritable service d'accompagnement-conseil des professionnels du territoire					
8	Renforcer la mise en réseau et la communication avec les socioprofessionnels					
9	Mobiliser les habitants, impulser et animer une communauté d'ambassadeurs de la destination					



**Action 1** – Création d'un parcours artistique le long de la voie verte entre « verre et mer »

**Action 4** – Accompagner les prestataires de loisirs nautiques dans le développement et la promotion de prestations et services destinés à la clientèle touristique

**Action 6** - Rendre plus visible et attractive l'offre patrimoniale et culturelle d'Eu « Cité royale » : création d'une mise en lumière événementielle et féérique du château d'Eu notamment

**Action 7** - Favoriser l'émergence d'un événement phare fédérateur pour le territoire rayonnant à l'échelle régionale

**Action 10** – Concevoir un objet souvenir du territoire valorisant le savoir faire d'excellence local en matière de flaconnage de verre, associé à un parfum de destination

**Action 12** - Favoriser le développement d'une offre d'hébergement à forte valeur ajoutée environnementale sur le territoire

**Action 13** – Encourager les initiatives d'animation des lieux d'accueil en soirée en saison (bars, restaurants...)



**Action 1** – Mettre en place un dispositif d'accueil et d'information intégral et optimisé à l'échelle de la destination

**Action 2** – Renforcer l'utilisation des outils digitaux tout au long du parcours client

**Action 4** – Mettre en récit la destination et produire des contenus de communication traduisant l'esprit du positionnement

**Action 8** – Renforcer la mise en réseau et la communication avec les socioprofessionnels

**Action 10** – Accompagner le développement d'offres d'activités de pleine nature et de séjours thématiques hors saison et bas carbone

**Action 12** – Engager l'Office de Tourisme dans une démarche RSE / neutralité carbone

**Action 14** - Mettre en place de nouvelles modalités d'organisation de travail au sein de l'OT

**Moyens financiers : estimation basse de 400 K€ / an (investissements/ actions), hors charges de fonctionnement de l'OT**

(projets à chiffrer annuellement)



**Des investissements à prévoir à très court terme**

- **CCVS** : budgets d'ingénierie et de production (ex. flacon parfum de destination)
- **Offices de Tourisme** : nouveaux contenus et supports de communication (notamment site web/ Internet de séjour)

**Des budgets à affiner en fonction des projets, à moyen et long termes**

- **CCVS** : infrastructures liées aux transports, aménagements, soutien aux événementiels, etc.
- **Office de Tourisme** : budgets d'ingénierie, investissements pour les outils numériques, etc.

**Moyens humains : 7 à 7,5 ETP / an mobilisés pour mettre en œuvre le programme d'actions**

(hors temps consacré à l'accueil – 8 EPT – et au fonctionnement « administratif » de l'OT)



**Personnel de l'OT**

- Directeur OT
- Une partie du temps de travail du personnel à consacrer à la mise en œuvre des actions, parallèlement à leur mission de conseiller en séjour

**Personnel CC Villes Sœurs**

- La mobilisation d'une partie du personnel de la Communauté de communes pour la mise en œuvre de certaines actions transversales (services transport, sport, communication, etc.)

