

A ÉVREUX, UN OFFICE DE TOURISME

CONÇU D'ABORD POUR SES HABITANTS

Il y a trois ans, l'office de tourisme d'Évreux a opéré un virage à 180 degrés en décidant d'axer sa communication et sa promotion vers les habitants. Ce nouveau positionnement, centré sur la qualité du cadre de vie et le développement des activités de proximité, a un but précis : les rendre fiers de leur ville ! Un changement de cap majeur qui a également donné naissance à un nouveau nom et lieu d'accueil : le Comptoir des loisirs.

MARION HOSSIN

Directrice par interim - Responsable promotion du Comptoir des Loisirs à Évreux

e vais vous raconter une histoire : celle d'un office de tourisme qui n'en est plus un. Celle d'une destination qui n'en est pas vraiment une non plus... Celle d'une magnifique cathédrale qui se trouve en concurrence directe avec celle de Rouen ou de Chartres. Une ville proche de Paris mais pas si facilement accessible.

RECONQUÉRIR LES FRANCILIENS

En 2016, un nouveau directeur, Christophe Gavet, prend les rênes de l'office de tourisme et comprend vite que les axes de développement et le positionnement de son OT ne correspondent pas à ses valeurs ni à son territoire. Il lance alors une étude de positionnement avec comme objectif la conquête des clientèles franciliennes. François Genin et l'agence Leon Travel & Tourism sont recrutés. Les travaux commencent : diagnostic, ateliers de travail élus et techniciens, rencontres terrain, visites mystères... Bilan: une attractivité touristique insuffisante qui rend nécessaire un travail préalable et indispensable de « re-concentration » des moyens, des énergies et des actions vers les habitants eux-mêmes. Et ce, pour les cinq années à venir. Mais également une attractivité qui peut et doit grandir par des développements touristiques divers, allant de la poursuite de l'aménagement urbain de la ville-mère, à la concrétisation de grands projets structurants...

Un tout autre positionnement se profile donc : et si c'était les habitants qui créaient la ville et la destination ? Et si on s'adressait simplement à eux avec un positionnement centré sur la qualité du cadre de vie et les activités de proximité. Un projet de qualité pour ré-enchanter le quotidien par les loisirs, les sorties, les événements ; les moments de partage et d'échanges. Un plan original qui met au centre de ses préoccupations le bien-être de ses habitants et résidents. Un objectif raisonnable

FIERS D'ÊTRE EBROÏCIENS

et raisonné car légitime, cohérent et pérenne.

Notre opération est ambitieuse et se fixe pour objectif la fierté de vivre ici.

Ce nouveau positionnement entraîne quelques chamboulements et se décline sur plusieurs axes :

Travailler sur la résilience,

Poursuivre l'animation commerciale,Communiquer prioritairement vers

- Communiquer prioritairement vers les habitants.
- Renforcer les prises de paroles moins institutionnelles.
- Adapter les lieux avec une mise en loisirs emblématique,
- Transformer l'OT en un véritable lieu d'accueil pour les habitants (réflexion à avoir sur le nom même),
- Intensifier un accueil hors les murs,
- Devenir un « facilitateur de loisirs ».

Quatre valeurs et leitmotiv se dégagent alors : être contemporain / optimiste / original / partagé. En somme, devenir « Coop » si l'on reprend les initiales de chaque mot. Les deux « o » seront mis en valeur dans le nouveau logo.

De cette démarche, le Comptoir des loisirs naît officiellement le 3 juillet 2018 à l'occasion également d'une relocalisation en cœur de ville.

L'ÉTAPE FONDATRICE DU COMPTOIR DES LOISIRS

Concomitamment à l'étude de positionnement, le Président de l'office de tourisme et de commerce, Rémi Priez, souhaite relocaliser les bureaux au cœur du centre-ville et surtout dans un lieu pouvant accueillir toute l'équipe. Et ce alors qu'un local commercial de 300 m² se libère en plein centre face à la Cathédrale, monument majeur de la ville...

Belle aubaine : l'office de tourisme et de commerce, tout jeune Comptoir des loisirs, s'installe au milieu des boutiques, là où se situait historiquement l'hôtel du grand cerf. Un spot parfait pour capter les habitants. Réaction de certains commerçants : un service public avec des horaires de fonctionnaires, cela va tuer le centreville! Toute l'équipe se mobilise pour leur

démontrer le contraire.

Une inauguration grand format et ouverte à tous est prévue début juillet 2018. Un coffret invitation contenant des polaroïds mystères, des bonbons et une invitation énigmatique est envoyé à mille contacts : élus, techniciens, et surtout habitués de l'office de tourisme, les associations et commerçants, premiers ambassadeurs de la ville auprès des habitants. Le Comptoir des loisirs s'associe à la brasserie voisine reprise par

LE BIEN-ÊTRE DE SES HABITANTS ET RÉSIDENTS

"

UN PLAN ORIGINAL

QUI MET AU CENTRE DE

SES PRÉOCCUPATIONS

UN OFFICE DE TOURISME CONÇU POUR SES HABITANTS

une équipe dynamique et qui partage sa terrasse. Carton plein, environ deux cents personnes sont présentes dont certaines venues de loin comme le Président et le Directeur de la fédération nationale des offices de tourisme. Les élus locaux sont ravis et diffusent la bonne parole du Comptoir auprès de leurs homologues venus de partout en visite officielle. Les commerçants découvrent une autre facette de l'office de tourisme et une belle opportunité de revitalisation du quartier après une vacance de commerce de plus d'un an. Le Comptoir des loisirs a réussi son premier pari.

« SI C'EST BIEN, ON VOUS PRÉVIENT »

Les piliers, collaborateurs du Comptoir des loisirs, sont maintenant prêts à réfléchir à une nouvelle façon de travailler. Les lignes sont tracées par l'agence Leon Travel & Tourism, il faut maintenant convaincre les habitants d'Evreux et de son agglomération qu'ils peuvent être fiers de vivre ici. Un sondage récent faisait état d'une envie de quitter la ville pour environ 65% des habitants. Les espaces d'accueil sont conviviaux, proposent une gamme complète de services : relais des animations et événements locaux, boutique de souvenirs et produits du terroir, espace détente avec wifi gratuit et borne de rechargement pour le téléphone, espace d'exposition, jardin partagé... Les habitués reviennent participer aux nouvelles animations et, très vite, une nouvelle clientèle s'approprie les lieux (principalement les jeunes étudiants, les lycéens qui viennent pique-niquer en attendant leur bus ou recharger leur téléphone) : l'accueil est en place... Second objectif: la communication. Le ton change, on quitte les standards institution-



Le Comptoir des loisirs met également en avant une boutique de souvenirs et produits du terroir.

nels en tutoyant nos « suiveurs », le slogan « si c'est bien, on vous prévient » est le leitmotiv. Le système des partenariats est arrêté et on oriente les prises de parole sur les offres et prestations répondant à nos valeurs : contemporain, optimiste, original, partagé. Toute l'équipe est associée au travail éditorial. Le discours sur les réseaux sociaux est revu avec l'agence We Like Travel, le site Internet fait l'objet d'une refonte en privilégiant les contenus pour les « gens d'ici », le guide d'accueil traditionnel est abandonné au profit d'un magazine de seize pages valorisant les offres labellisées « Comptoir ». Imprimé à 55 000 exemplaires, il est distribué dans toutes les boîtes aux lettres de l'agglomération (50 000 foyers, 110 000 habitants).

LA MUNICIPALITÉ EN SOUTIEN

Rendre fiers les habitants de la ville est le « nouveau » combat du Comptoir des loisirs. Ça tombe bien, c'est également celui de la municipalité : politique de travaux d'embellissement du centreville (travaux de voirie, découverte et valorisation

de vestiges médiévaux...), installation de nouvelles écoles d'études supérieures, mise en place d'une mission patrimoine avec l'objectif d'obtention de beaux labels (Ville d'Art et d'Histoire, Patrimoine de la reconstruction, Patrimoine contemporain remarquable...). L'effort municipal facilite la démarche du Comptoir car il se matérialise et se voit au quotidien : les habitants

parlent déjà beaucoup mieux de leur ville même s'ils gardent un complexe par rapport à Rouen ou bien simplement par rapport à l'architecture méconnue de la ville.

CONVAINCRE
LES HABITANTS
D'EVREUX ET DE SON
AGGLOMÉRATION
QU'ILS PEUVENT ÊTRE
FIERS DE VIVRE ICI

L'ÉLAN EST DONNÉ

L'année 2018 marque le nouvel élan, l'année 2019 affiche les nouvelles actions. Avec une communication et un programme d'animations ambitieux :

• « Le mois de OOuf »: un mois complet d'animations les mercredis, jeudis, vendredis et samedis – pour les enfants, les gourmands, les fêtards et les curieux – où l'on associe commerçants, bars, groupes locaux, sites de visite, partenaires et transports...



Au Comptoir des loisirs, les espaces d'accueil sont conviviaux et proposent une gamme complète de services.

- ▶ « La Food Run » : une course/balade gourmande mêlant découverte du patrimoine naturel et gastronomique (19 km, quatre pauses repaspetit déjeuner, apéritif, plat, dessert confectionnées exclusivement avec des produits issus de l'agglomération).
- w Des after-work »: le Comptoir ouvre ses portes à des associations, des sites et des monuments pour des ateliers ou tables rondes ouverts au grand public.
- *Une exposition sur le patrimoine industriel local* perdu mais encore présent dans toutes les mémoires des Ebroïciens (participation active d'habitants et de toutes les instances culturelles de la ville...). Les prestataires dits « touristiques » ne sont en aucun cas mis de côté. Il est d'ailleurs assez facile de les valoriser. Un hébergement peut par exemple accueillir une famille durant un week-end détente.

DÉPASSER LA CRISE DU COVID-19

L'année 2020 s'annonçait glorieuse en termes de retombées économiques pour le service groupe (seule démarche commerciale de conquête extérieure conservée). La dynamique locale était bien engagée. Mais le seul visiteur fidèle de l'année aura été le Covid-19. Fermetures administratives successives, pertes des chiffres d'affaires groupe et boutique, perte de la taxe de séjour, départs de collaborateurs (dont celui de Christophe Gavet)... l'élan est rompu. Impossible de réaliser le magazine, de programmer des animations. On se concentre sur la communication digitale, la présence et toujours, la bonne humeur. Comme pour beaucoup, 2021 est en demi-teinte : on y va ? On n'y va pas ? Il n'y aura encore pas de magazine cette année mais on renforce la communication et le relais médias locaux, la mise en place d'accueil hors les murs notamment à l'occasion d'événements festifs programmés cet été en partenariat avec les commerces du centre-ville. Et la ville poursuit son travail sur la qualité du cadre de vie... Pas de conclusion, ni d'épilogue. L'histoire du Comptoir s'écrit encore. On est encore loin de la dernière page. Un espoir : après la reconquête de la ville par ses habitants, eux-mêmes seront les ambassadeurs de la ville et le Comptoir pourra (re) partir en conquête des clientèles proches et lointaines