

02 Mars 2017

Une campagne "L'Eure #je suis ailleurs en Normandie " **Attractivité touristique : l'Eure change de stratégie**

Faire de l'Eure une nouvelle destination tendance, pour des touristes en mal de nature, d'authenticité et de pause déconnectée est l'objectif de la nouvelle marque et de la nouvelle stratégie de développement touristique, présentée jeudi au salon de l'agriculture. Avec L'Eure #je suis ailleurs en Normandie s'ouvre de nouvelles perspectives touristiques et économiques.

En ciblant les urbains en mal d'authenticité, à la recherche d'une expérience touristique simple, sans artifice mais intense, la nouvelle marque touristique de l'Eure a choisi le bon tremplin jeudi, porte de Versailles à Paris, dans les allées de la plus grande ferme du monde. La nouvelle stratégie de développement touristique dévoilée jeudi par Thierry Plouvier, conseiller départemental de l'Eure mais surtout président du comité départemental de tourisme (CDT) mise clairement sur une future clientèle urbaine, active, en quête d'une rupture plaisir et déconnectée d'une vie trépidante ; accessoirement exigeante et avec un pouvoir d'achat certain. Dont certains arpentent les allées du salon de l'agriculture.

Vecteur de développement touristique

Pour Frédéric Duché, vice-président du Département en charge de ce volet touristique au sein de la collectivité départementale, les enjeux du développement touristique sont loin d'être anodins. « *Dès notre arrivée au Département, nous avons souhaité repositionner notre stratégie pour faire du tourisme un véritable vecteur de développement et notamment de développement économique synonyme d'activité et d'emplois* », insiste le vice-président du Département, jeudi lors de la présentation de la nouvelle marque, symbolisée par un nouveau logo, une nouvelle signature mais aussi une mise en valeur différente de l'offre existante dans l'Eure.

Le département dispose en effet, dans le jargon des professionnels du tourisme, d'un certain nombre de spots de grande envergure. Giverny bien sûr avec ses 600 000 visiteurs par an, la vallée de la Seine avec Château –Gaillard, mais aussi Biotropica à Val-de-Reuil, l'incroyable château du Champ de Bataille au Neubourg ou encore Center Parcs à Verneuil-sur-Avre. Ces locomotives du tourisme dans l'Eure sont une pierre à l'édifice mais ne doivent pas occulter le reste d'une offre souvent originale, ciblée et de grande qualité. C'est aussi avec ces propositions que va se bâtir la nouvelle identité de la nouvelle marque touristique « L'Eure, #je suis ailleurs en Normandie ».

Des offres originales et prisées

Le gîte de charme des Cigognes au cœur du Marais-Vernier est l'exemple de ce que l'Eure peut réserver de meilleur aux touristes. A 1h45 de Paris, le dépaysement est total et les prestations à la fois haut de gamme et authentiques. « *Nous sommes d'anciens Parisiens et nous avons eu le coup de cœur pour cette région* », raconte jeudi, Isabelle la propriétaire des lieux. Coup de cœur qu'elle partage désormais avec ses hôtes avec conviction. « *Des clients qui n'étaient venus que le temps d'un week-end reviennent pour toute une semaine en famille* ».

Cédric, de son côté, venu également témoigner jeudi à Paris, a misé sur l'originalité pour développer son activité. « *Nous avons la chance d'avoir, à une heure de Paris, un patrimoine exceptionnel et un cadre de vie préservé* », constate le jeune entrepreneur qui propose, avec sa 2Cv rutilante de prendre la clé des champs pour une ou deux heures autour de la vallée de la Seine. Là encore, l'originalité semble avoir trouvé sa cible. Au point de projeter d'acheter très bientôt une nouvelle deudeuche pour répondre à la demande.

« *Tourisme et agriculture ne sont pas si éloignés. Tout le monde a bien compris que l'Eure est un territoire rural et agricole. Les professionnels de l'agriculture ont également tout à gagner à voir se développer cette activité qui peut être complémentaire* », termine enfin Jean-Pierre Delaporte, le président de la chambre d'agriculture de l'Eure évoquant par exemple les chambres d'hôtes à la ferme ou encore la vente directe des produits fermiers. Dans une agriculture malmenée par la crise, cette possibilité de diversification est aussi une opportunité.

Contact presse

Département de l'Eure

Bruno Simon

02.32.31.97.33 / 06 76 42 24 60 / bruno.simon@eure.fr