



## Tourisme des 4 Rivières en Bray

---

# Stratégie de développement touristique sur le Territoire des 4 Rivières en Bray

---

## Office de Tourisme des 4 Rivières en Bray





## La stratégie de développement touristique sur le territoire des 4 Rivières en Bray, proposée dans ce document a pour but de :

- Structurer l'offre et enrichir l'expérience client par la valorisation des paysages et du patrimoine sur l'ensemble de notre territoire
- Animer le territoire en soutenant des événements de portée locale, régionale ou nationale dans la dynamique de structuration de filières touristiques : produits locaux, métiers, savoir-faire local
- Créer les conditions de l'excellence touristique en accompagnant les socio-professionnels à la qualification de leur offre et en encourageant la labellisation.
- Afin de monter en gamme, il est proposé de mieux observer l'activité touristique en créant un observatoire touristique à l'échelle du territoire. Les données récoltées serviront à affiner notre offre.

## Notre territoire de compétence

**52 communes**  
(+ Commune de  
Forges-les-Eaux ayant  
son propre OT)

### Communauté de Communes des 4 Rivières

Au cœur du Pays de Bray, entre terre et mer (120 km de la région parisienne | 50 km de Dieppe)

### Des attraits touristiques variés :

- **Tourisme de nature** : observation de la faune/flore, espaces naturels protégés, paysages singuliers
- **Tourisme sportif** : randonnée pédestre, équestre, cyclo-randonnée, trail, pêche
- **Tourisme de savoir-faire** : artisanat d'art, spécialités locales, producteurs locaux, fermes pédagogiques
- **Tourisme culturel et de mémoire**: patrimoine artistique et historique
- **Tourisme de loisirs**: paintball, paramoteur, montgolfière, parcs, piscine, shows et représentations diverses
- **Tourisme de détente** calme, grand air, bien-être

# Les acteurs du tourisme



**Notre stratégie s'articule avec celles de nos partenaires et nos actions se nourriront de collaboration avec :**

**Région Normandie**

*Stratégie touristique*



**Département de la Seine-Maritime**

*Stratégie touristique*



**CC4R**

*Compétence tourisme*



**Structures partenaires**

*Stratégies touristiques*



## Les labels et Classements touristiques



**1** Station Classée et Station Verte  
Forges-les-Eaux



Prestataires labellisés Accueil Vélo



**2** OT's et **1** BIT ont le label  
Tourisme et Handicap

## Nature



**6** Espaces Naturels Remarquables  
et Sensibles (marais, bois, roselière, prairies  
humides, tourbières) d'intérêt  
écologique, faunistique et floristique



**4** sentiers pédagogiques de découverte



**18** centres d'activités équestres

## L'offre touristique



De nombreux édifices inscrits ou classés  
au titre des Monuments Historiques



**7** jardins, dont 4 sont labellisés  
Jardin Remarquable

## Cyclotourisme



**17** boucles de randonnée à vélo  
pour un total de **430** km

## Itinérance et randonnée



L'Avenue Verte London Paris sur  
**75** km de Gournay-en-Bray à Dieppe



**56** sentiers de randonnée pour un total  
de **580** km de sentiers

# *Notre stratégie touristique*



- 1. Capitaliser sur notre destination**, identifiée par des marqueurs forts : nature, tourisme vert, accueil, terroir, gastronomie et **valoriser les paysages et le patrimoine**
- 2. Animer le territoire** et créer des événements culturels, sportifs en s'appuyant sur les événements locaux ou nationaux (Armada, JO Paris 2024, etc..)
- 3. Renforcer la qualité de l'accueil touristique**, par l'accompagnement des prestataires touristiques, les former et les aider à l'accueil des visiteurs et des touristes
- 4. S'inscrire dans une démarche de développement durable** et favoriser le slow tourisme

*4 axes  
stratégiques*

# Les axes stratégiques

4 axes  
stratégiques  
10 actions



## 1. Valoriser le territoire

- **Action 1:** Sensibiliser les parties-prenantes à la richesse du patrimoine naturel de notre territoire
- **Action 2:** Organiser des visites culturelles commentées
- **Action 3:** Organiser des visites autour du savoir-faire

## 2. Animer le territoire

- **Action 4:** Animer le territoire en lien avec les événements régionaux ou nationaux (Armada, JO)

## 3. Renforcer la qualité de l'accueil touristique

- **Action 5:** Accompagner et former les prestataires touristiques
- **Action 6:** Etendre les occasions d'accueil et d'information des visiteurs
- **Action 7:** Développer l'accueil numérique
- **Action 8:** Mettre en place un observatoire touristique

## 4. S'inscrire dans une démarche de développement durable

- **Action 9:** Réaliser un diagnostic et engager la démarche à l'échelle de la destination
- **Action 10:** Mettre en place la démarche pour aller vers l'obtention d'un label

# Axe 1: Valoriser le territoire



## • Action # 1 : Sensibiliser les parties-prenantes à la richesse du patrimoine naturel de notre territoire

### Objectifs:

- Sensibiliser les habitants, commerçants, entreprises à la richesse du patrimoine naturel, développer le sentiment de fierté aux richesses du territoire, en qualité d'AMBASSADEURS
- Valoriser le patrimoine pour développer l'attractivité du territoire
- Valoriser l'histoire du territoire à travers le patrimoine bâti, mis en réseau et en découverte

### Moyens :

- Communiquer auprès de l'ensemble des élus de la CC4R et de la population locale sur l'importance du développement touristique pour le territoire et sur le rôle de l'Office de Tourisme (Articles presse locale sur le rôle de l'OT)
- Mobiliser tous les partenaires qui concourent à renforcer l'attractivité du territoire : socioprofessionnels, communes, services de la Communauté de Communes
- **Créer une communication spécifique sur l'attractivité du Pays de bray et du territoire de la CC4R en mettant en valeur les marqueurs déterminants : Randonnée, nature, calme, produits locaux, paysages, savoir-faire**
- Créer des livrets d'aide à la visite des bourgs et centre-ville des communes

**Cette action nécessite un travail préalable pour définir un plan de communication et de promotion du territoire**

**Coût et financement : à définir en fonction du plan de communication et promotion**



# Axe 1: Valoriser le territoire



## • Action # 2 : Organiser des visites culturelles commentées

### Objectifs:

- **Développer un programme annuel de visites culturelles** commentées afin de faire découvrir le territoire aux touristes mais également aux habitants du territoire
- **Faire découvrir le territoire autrement** pour encourager la consommation touristique **toute l'année et apporter du contenu à l'offre**
- **Valoriser le patrimoine culturel** (patrimoine architectural, histoire du territoire à travers le patrimoine bâti, savoir-faire et produits du terroir, histoire économique et industrielle)

### Moyens :

- **Recenser les possibilités de visites culturelles** (visites nature, visites autour du patrimoine, visites autour du savoir faire, visites historiques) et les différents intervenants (associations, guides indépendants, guides professionnels, etc...) et proposer un modèle économique (rémunération du guide et participation des visiteurs)
- **Développer un agenda annuel** et le communiquer à nos prestataires touristiques, sur le site internet de l'OT, sur les réseaux sociaux
- **Développer des contenus audio téléchargeables** gratuitement de visite de sites (QR code)

### Coût et financement :

- Le coût annuel pour environ 10 visites est estimé à environ 3K€ (300€ correspondant à la rémunération moyenne des guides, ce coût, suivant le type de randonnée, peut être couvert en partie ou en totalité par le tarif proposé au visiteur)

# Axe 1: Valoriser le territoire



## • Action # 3 : Organiser des visites autour du savoir-faire

### Objectifs:

- Mettre en valeur la gastronomie et les savoir-faire qui viennent enrichir l'offre du territoire
- Promouvoir les productions locales et accompagner nos prestataires touristiques
- Faire découvrir aux visiteurs les entreprises du patrimoine vivant (entreprises labellisées « Entreprise du Patrimoine Vivant » (EPV) et les entreprises industrielles
- Proposer des activités en lien avec le savoir-faire (modelage, découverte des métiers, visites d'ateliers)

### Moyens :

- Recenser les possibilités de visites autour du savoir-faire (artisanal, culturel, visites d'atelier, visites d'entreprises) et les différents intervenants
- Proposer un modèle économique pour chaque possibilité de visite (rémunération du guide ou gratuité et visites payantes ou gratuites)
- Développer un agenda annuel et le communiquer à nos prestataires touristiques, sur le site internet de l'OT, sur les réseaux sociaux
- Créer un temps évènementiel autour d'un marché nocturne estival pour mettre en valeur l'artisanat, les métiers d'art et le savoir-faire (échéance été 2024)

### Coût et financement :

- A définir en fonction des possibilités de visites et le modèle économique choisi pour chacune des visites

## Axe 2: Animer le territoire



- **Action # 4 : Animer le territoire en lien avec des évènements nationaux ou internationaux**

### Objectifs:

- Organiser des évènements et des opérations de promotion de la destination
- Soutenir des évènements de portée locale, départementale ou nationale (Armada, JO Paris 2024) pour animer le territoire et renforcer la notoriété de l'OT
- Rendre la destination vivante, même hors saison
- Soutenir les manifestations correspondant aux axes de développement touristique

### Moyens :

- **Création ou déploiement d'évènements d'envergure** en lien avec les évènements locaux, régionaux ou nationaux, dans le but de renforcer l'image du territoire (+ jeune, + festive, + active), de manière à générer des retombées économiques et médiatiques, à fédérer les acteurs du tourisme, mobiliser et rendre fier les habitants
- Valoriser l'attractivité et la visibilité du territoire
- **Pour le projet JO** : créer des offres touristiques spécifiques en lien avec les JO, travailler en partenariat avec les prestataires touristiques et les offices de tourisme partenaires, animer le territoire avant et pendant l'évènement

### Coût et financement :

- Les prochains grands évènements en cours de préparation sont l'Armada 2023 et les JO Paris 2024; le projet des JO fait l'objet d'un groupe de travail et un budget estimé à 13,000 € sur 2 ans (2023/2024)

## Axe 3: Renforcer la qualité de l'accueil touristique



### • Action # 5 : Formation et animation des prestataires touristiques

#### Objectifs:

- Démarche de professionnalisation, de sensibilisation, d'animation et d'accompagnement des acteurs touristiques, dans le but de mettre à disposition une offre d'accueil touristique qualifiée, répondant aux attentes des visiteurs et du marché
- Développer une culture touristique par l'animation des acteurs du tourisme

#### Moyens :

- Proposition à nos prestataires touristiques de participer à des ateliers thématiques sur les thèmes suivants:

1. Définir sa stratégie commerciale
2. Définir sa stratégie de communication
3. Valoriser son activité par la photo
4. Diagnostiquer son activité
5. Accueillir sa clientèle en anglais

Ces ateliers thématiques seront payants, sur la base de l'inscription et dispensés par l'OT Normandie Caux Vexin, en collaboration avec l'OT NCV et l'OT de Forges-Les-Eaux

- **Création d'un espace pro sur le site internet de l'OT4R afin d'animer les acteurs du tourisme**
- **Continuer à diffuser mensuellement le journal de l'Office destiné aux prestataires**

#### Coût et financement :

Coût limité: le seul coût occasionné par les ateliers thématiques seront les frais de déplacement des formateurs, à partager avec les OT concernés

## Axe 3: Renforcer la qualité de l'accueil touristique



### • **Action # 6 : Etendre les occasions d'accueil et d'information des visiteurs**

#### **Objectifs:**

- Animer le réseau des professionnels du tourisme et sensibiliser à la qualité de l'accueil
- Réaliser un nouveau schéma de diffusion de l'information pour optimiser la diffusion d'informations touristiques, en intégrant les nouvelles tendances de l'accueil
- Développer de nouveaux points d'information (numérique)

#### **Moyens :**

- Développer l'accueil « hors les murs », chez les prestataires par le développement de publications spécifiques ( A voir / A faire, offres de restauration, programme d'activités et évènement à venir, idées de circuits de visites ou de journées de visites )
- Mettre en place une signalétique d'informations touristiques (totem ou panneaux QR codes sur les points d'intérêt et de visite)
- Développer des partenariats avec les territoires voisins (professionnels du tourisme, OT voisins, collectivités voisines) pour diffuser plus largement l'information touristique ( dans le cas de L'OT4R, les structures touristiques Office de Tourisme intercommunal du Pays de Bray à Saint-Germer de Fly, Office de Tourisme de la Picardie Verte et ses Vallées sont des partenaires à développer)

#### **Coût et financement :**

Cette action fera l'objet d'un chiffrage détaillé des solutions envisagées, en complément de l'action 7 : développer l'accueil numérique par la mise en place de bornes interactives

## Axe 3: Renforcer la qualité de l'accueil touristique



### • Action # 7 : Développer l'accueil numérique

#### Objectifs:

- Soutenir les objectifs d'accès aux réseaux et aux usages numériques
- Participer à l'effort de revitalisation des centres-bourgs et l'aide en faveur du maintien et du renforcement du commerce et de l'artisanat
- Faciliter l'accès à l'information pour les visiteurs et les touristes, en dehors des heures d'ouverture des bureaux de tourisme,
- Améliorer la qualité du parcours touristique et répondre aux attentes des visiteurs



#### Moyens :

- **Installation de bornes interactives** à proximité des bureaux de tourisme, afin d'améliorer l'expérience d'accueil et de visite, en offrant une continuité de services « hors les murs » avec la possibilité de diffuser une information diversifiée, complète et interactive : catalogue des offres touristiques géolocalisées, agenda des manifestations, cartographie, plan interactif, page de description des circuits de randonnée avec QR Code, offre de restauration et d'hébergement à proximité, etc...
- **Possibilité d'installer à proximité une borne de réparation vélo, afin de créer une « zone de services »**

#### Coût et financement :

- **Le coût de l'équipement pour une borne interactive est estimé au vu des devis réalisés à un budget de 25,000 € (Borne interactive, application et installation)**
- Financement du projet par un **dispositif LEADER**, dans le cadre des Schémas de Cohérence Territoriale (SCoT) dont le Bourg de la Feuillie fait partie ( Fiche projet préalable à la constitution du dossier de demande LEADER en cours de construction)

## Axe 3: Renforcer la qualité de l'accueil touristique



### • Action # 8 : Mettre en place un observatoire touristique sur le territoire

#### Objectifs:

- Doter l'Office de Tourisme de données qualitatives et quantitatives fiables à travers un outil, afin d'être en mesure de réaliser des statistiques, enquêtes, études clientèles, comparaison des données avec d'autres territoires, pour une meilleure connaissance de la fréquentation touristique et une meilleure adaptation de l'offre.



#### Moyens :

- **Mise en place du dispositif Flux Vision Tourisme (FVT)**, solution développée par Orange qui permet de convertir des données techniques du réseau mobile Orange en indicateurs statistiques afin d'analyser la fréquentation de territoires et le déplacement des populations, afin de connaître les comportements des visiteurs, leurs déplacements, la fréquentation des sites et des événements
- Cet outil permettra l'analyse de la saisonnalité des flux, l'impact des événements, la meilleure connaissance de la population touristique (profils sociodémographiques, provenance, durée des séjours, déplacements sur le territoire, indicateurs variés de flux)

#### Coût et financement :

- Le coût de l'outil est de 1200€ par an avec un engagement minimum de 2 ans

# Axe 4: S'inscrire dans une démarche de développement durable



## • Action # 9 : Réaliser un diagnostic et engager la démarche à l'échelle de la destination

### Objectifs:

- Formaliser la stratégie et les engagements internes de l'OT des 4 Rivières en terme de durabilité, en suivant une démarche de développement durable, à l'échelle de la destination
- Positionner notre territoire des 4 Rivières en bray comme une destination durable
- Engager l'ensemble des parties prenantes dans une amélioration des pratiques pour la destination

### Moyens :

- Réalisation d'un diagnostic « tourisme durable » de la destination au regard des plus hauts standards internationaux (Conseil Mondial du tourisme durable – GSTC)
- Définition d'un plan d'actions individuel à l'échelle de la destination
- Rencontre et collaboration avec toutes les parties-prenantes à l'échelle du territoire sur le développement durable
- Mise en oeuvre concrète des actions prioritaires

### Coût et financement :

- Le coût de l'accompagnement par le Cabinet Línea Conseil pour une durée de 6 mois est de 5700 € et comprend 7 jours d'accompagnement
- Ce coût est pris en charge à 100% par l'AFDAS dans le cadre de « l'appui conseil RSE »
- Les coûts pris en charge par l'OT sont estimés à 800€ (sessions présentiel, déplacement et repas)



# Axe 4: S'inscrire dans une démarche de développement durable



## • Action # 10 : Mettre en place la démarche d'obtention d'un label pour la destination

### Objectifs:

- Positionner le territoire comme une destination durable dans le but de préserver notre environnement et les patrimoines de notre destination, valoriser les acteurs engagés, mesurer notre impact sur l'environnement et informer et impliquer nos visiteurs dans des pratiques vertueuses
- Obtenir un label « Green Destination, Destination Innovante Durable..) pour la destination, qui serait un réel avantage pour l'ensemble des prestataires touristiques sur le territoire
- Le label Green Destinations est déclinable sur des référentiels métiers, comme l'hôtellerie, la restauration, les loisirs, et la démarche collective en y associant nos partenaires touristiques est très importante



### Moyens :

- Déployer l'ensemble de la démarche à l'échelle de la destination
- Impulser une dynamique collective de transition durable sur le territoire avec la collaboration de toutes les parties prenantes en matière de durabilité
- Candidater au label pour la destination

### Coût et financement :

- Cette action devra être détaillée dans un planning et plan d'actions, les coûts à ce stade ne sont pas connus et seront relatifs à du temps passé par le personnel de l'OT et les parties prenantes



## Notes

- **Ce plan de développement touristique est un document d'orientation et adaptable en fonction de l'avancée des opérations**
- **Ce document est une synthèse de présentation générale des axes de la stratégie de développement touristique proposés et des actions comprises dans chacun des 4 axes, chacune des actions doit être développée dans un plan d'actions détaillé**
- **Ce plan de développement touristique proposé par l'OT des 4 Rivières doit s'articuler avec le niveau inter-communal, départemental et régional et les actions en cours dans les structures voisines (Offices de tourisme voisins et partenaires, PETR) pour une cohérence des programmes**
- **Les actions déjà engagées se poursuivent, et d'autres nouvelles actions structurantes pour le territoire sont proposées dans ce document**