
Compiègne – Pierrefonds : vers une destination à l'échelle du visiteur

Pour répondre à la **logique d'expériences à l'échelle des visiteurs** (qui n'accordent pas d'importance aux limites administratives), les 3 Communautés de Communes ; Agglomération de la Région de Compiègne et de la Basse-Automne, CC des Lisières de l'Oise et CC de la Plaine d'Estrées, se sont engagées dans un **contrat de rayonnement touristique** à l'échelle de la nouvelle destination :



Leslie BRIAND

Coordinatrice du réseau
des OT &
Accompagnement des EPCI
Tél. : 03 64 60 60 26

Suivre la logique de territoire d'expériences

Source : Contrat de rayonnement touristique – Espace de rayonnement du Pays Compiégnois

Les visiteurs qui vont à Pierrefonds, vont à Compiègne et vice-versa. C'est un fait □
□ C'est pour répondre à cette expérience clients avérée, que le Grand Compiégnois a décidé de parler à l'échelle des visiteurs et ainsi proposer une **destination plus cohérente**.

En effet, si les territoires administratifs sont légitimes pour assurer le développement touristique et contribuer à son financement, ils n'ont pas toujours une réelle visibilité pour les visiteurs. Il est donc indispensable de travailler sur des **logiques de territoires d'expériences, en transcendant les limites administratives des collectivités**.

Cette approche doit permettre de **rendre l'offre territoriale plus visible et lisible** par une promotion rendue plus efficiente, de **fluidifier le parcours du visiteur** et donc **d'optimiser l'expérience client et sa satisfaction**. Ce nouvel espace ayant vocation à rayonner à l'échelle nationale, voire internationale.

Cette nouvelle destination se différencie en proposant **des choses à faire qui sont des expériences sur principalement la forêt, le bien-être, le ressourcement...** (ex : sylvothérapie, nuit en forêt, balades contées etc.) le tout pour susciter le séjour, notamment hors saison, et augmenter les retombées économiques sur le territoire.

Cette organisation ne peut s'envisager qu'au travers de coopérations entre les intercommunalités pour structurer la « destination » touristique au travers d'une stratégie marketing partagée avec les partenaires économiques. Coopération qui se traduit par la signature du contrat de rayonnement touristique.

Pertinence de l'espace de rayonnement

Le territoire s'est largement construit autour de son patrimoine naturel. On retrouve ainsi à chaque extrémité de la forêt, les monuments phares de notre territoire que sont les Châteaux de Pierrefonds (140 000 visiteurs) et de Compiègne (90 000 visiteurs), à moins de 13 km l'un de l'autre.

Cette proximité entre les 2 châteaux permet aux visiteurs de séjourner sur les 2 territoires sans faire cas des limites administratives, les 2 Offices de Tourisme (Agglomération de la Région de Compiègne et Pierrefonds-Lisiers de l'Oise) travaillent donc conjointement sur la création d'offres, dans une logique de renvoi et de promotion mutuelle systématique. Par ailleurs, la CCPE qui représente l'aspect plus champêtre de la destination, bénéficie pleinement du rayonnement de Compiègne- Pierrefonds et offre des activités nautiques et de baignade, ainsi que la visite d'un ancien site industriel.



© Forêt – Elsa&Cyril / A vélo sur l'EV3 – Hilde LENAERTS / Pierrefonds – Shutterstock / Château de Compiègne – Elsa&Cyril

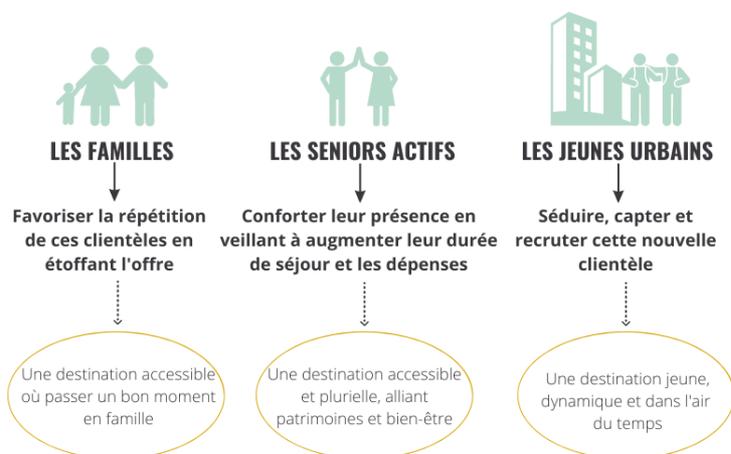
La démarche marketing territoriale

C'est le 1er pas réalisé ensemble en 2020 : lancer une étude afin de **définir une stratégie marketing territoriale touristique commune au Grand Compiégnois**.

Dès le lancement de la démarche, les **objectifs pour le territoire** étaient les suivants :

- Passer d'un territoire de passage à une destination
- Développer la fréquentation hors saison
- Améliorer l'expérience de visite & enrichir qualitativement l'offre

Les **cibles touristiques prioritaires** identifiées :



Le **positionnement touristique** retenu :

Se retirer entre ville et campagne dans un esprit de villégiature

Les **défis** à relever :

1. Définir, mettre en place et animer la gouvernance touristique du territoire.
2. Etoffer, valoriser, structurer l'offre de produits et services touristiques du territoire.

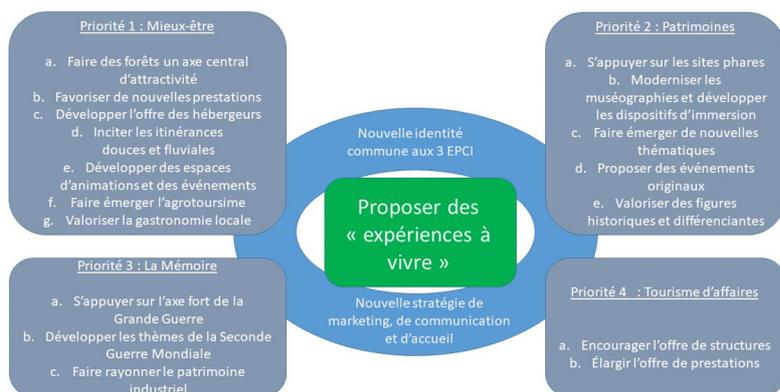
3. Clarifier, faciliter et harmoniser la commercialisation de l'offre touristique du territoire.

4. Mobiliser les acteurs locaux pour faire connaître et positionner le territoire auprès des publics touristiques.

Comment la destination Compiègne – Pierrefonds s'est appropriée la stratégie régionale ?

Une ambition centrale a été définie : **créer des expériences à vivre** en s'appuyant sur les attentes, les besoins et les facteurs clés de succès des visiteurs.

Cette nouvelle approche permettra de valoriser au mieux les **axes de développement déclinés à partir des 4 priorités régionales**, qui font sens pour la politique touristique de la destination.



A noter !

La signature du **Contrat de Rayonnement Touristique** à l'échelle de la destination Compiègne – Pierrefonds **permet à aux prestataires touristiques du territoire, privés ou publics, d'obtenir un soutien financier et un accompagnement en ingénierie de la région**, pour tout projet touristique qui répondrait à la stratégie menée.

La concrétisation en actions !



Marie-Sophie FANTON – D'ANDON

Chargée de mission – Projet EXPERIENCE

Office de Tourisme Compiègne et sa région

Le projet EXPERIENCE met en place de nombreuses actions telles que développement de nouvelles offres expérientielles, l'accompagnement et la formation des socio-professionnels, la création et le marketing d'itinéraires, le développement de nouvelles infrastructures et la création de nouveaux outils de promotion et de distribution des offres. C'est dans ce contexte qu'ont été créées :

- L'Impériale **Visite Gui(n)dée**,
- des **séances de Yoga** dans le jardin du cloître Saint-Corneille,
- des **balades à cheval Henson**, en attelages, des séances équi-coaching et sophrologie équine,
- des **sorties nature immersives** : découverte des chauves-souris, découverte des plantes sauvages

comestibles, découverte de la biodiversité en automne...

- une **offre hors-saison** par le Festival des Forêts...

Les professionnels ont aussi pu être accompagnés par la Fabrique à Souvenir pour une sensibilisation au tourisme expérientiel et un plan de formation leur a été proposé cet été.

Pour s'adapter au mieux au tourisme hors-saison, deux nouvelles infrastructures majeures ont été pensées : **une Orangerie de verre** sur le site du prieuré de Saint-Pierre en Chastres (Vieux-Moulin) qui permet au Festival des Forêts de proposer une offre culturelle hors-saison ainsi qu'un **Centre Immersif Historique** dans la bibliothèque du Musée Antoine Vivenel, qui plongera le visiteur dans un voyage dans l'Histoire (outils multimédias et carnet d'itinérance).

Enfin et pour promouvoir au mieux notre nouvelle stratégie, **une nouvelle plateforme web de destination verra le jour en octobre** : elle aura pour but d'inspirer au mieux le voyage sur notre territoire. Dès la page d'accueil, le visiteur pourra filtrer les informations en choisissant s'il est toujours chez lui ou s'il est déjà sur place. Il pourra aussi composer son carnet de voyage en ligne en choisissant au préalable son hébergement et ses activités, des itinéraires de mobilité douce lui seront également proposés.



Agence de
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

Cette page est extraite du site www.oisetourisme-pro.com