

## Relevé de décisions du Conseil d'Administration de Oise Tourisme – Agence de Développement Touristique

7 décembre 2020

Présents et excusés :

### CONSEIL D'ADMINISTRATION DE OISE TOURISME – Agence de Développement Touristique 7 Décembre 2020 à Oise Tourisme

Collège n° 1 : Membres de droit			
PRESENTS : 5/10		EXCUSES 5/10	
Madame	LEFEBVRE Brigitte	Madame	LEFEBVRE Nadège
Madame	COLIN Nicole	Madame	BORGOD Martine
Madame	ROUX Gillian	Madame	CARLIER Danielle
Madame	BALITOUT Hélène	Monsieur	SELLIER Gilles
Madame	LAVALETTE Dominique	Monsieur	LETOURNEUR Jean-Paul
Collège n° 2 : Collectivités et Organismes publics			
PRESENTS : 2/3		EXCUSES 1/3	
Madame	LAMOUREUX Elise	Monsieur	VASSELLE Alain
Monsieur	LETURQUE Frédéric <del>(représenté par JPCOLD)</del>		
Collège n° 3 : Acteurs du Tourisme : dont 1 pouvoir			
PRESENTS : 2/7		EXCUSES 2/7	
Monsieur	COUSPY Christian	Monsieur	ROZES Pierre
Monsieur	Olivier TURMINEL	Monsieur	ENJOLRAS Philippe
		Madame	LEPOITTEVIN Elisabeth
		Monsieur	DUPRENNE Jean-Luc
		Monsieur	LOMBART François
Invités			
PRESENTS : 3/10		EXCUSES : 7/10	
Monsieur	LONCOVERT Bernard	Monsieur	LE FRANC Louis
Monsieur	CRAICHERO Victor	Monsieur	PENEAU Xavier
Madame	SUDIN Véronique	Madame	CIRARD Sandrine
		Madame	BOULANGER Dominique
		Madame	SUTRA Florence
		Monsieur	BONAMY François
		Madame	MASURE Caroline

#### Détail des éléments de quorum :

Nombre de membres avec droit de vote : **20**

Nombre de votants (1/3 des membres présents ou représentés) : **9**

Nombre de membres présents avec droit de vote : **9**

Nombre de pouvoirs : **0**

#### Rappel de l'ordre du jour :

- 1- Validation du procès-verbal du Conseil d'Administration en date du 5 mai 2020..... 2
- 2- Les avancées des dossiers évoqués lors du CA du 5 mai 2020..... 3
- 3- Retour sur la gestion de l'excédents 2019..... 4
- 4- Point sur les marchés lancés et attribués par Oise Tourisme depuis le dernier CA..... 5

5- Zoom sur 3 actions ciblant les collectivités menées durant la période du 2 <sup>ème</sup> confinement .....	6
6- Feuille de route 2021 – Zoom sur 2 nouveaux chantiers majeurs et structurants : .....	6
7-Questions diverses .....	8

#### **Conseil d'Administration réalisé en visioconférence.**

L'Ordonnance n°2020-321 qui porte sur l'adaptation des règles de réunions et de délibérations « durant la période de Covid-19 » permet notamment aux Associations d'organiser en toute légalité des Conseils d'Administration par visioconférence, à condition de respecter certaines règles (identification des participants, retransmission en continue...)

Retrouvez le texte intégral en cliquant sur ce lien :

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000041755899&categorieLien=id>

2

Madame Brigitte LEFEBVRE, Présidente de Oise Tourisme, Conseillère Départementale Déléguée, Chargée du Tourisme, ouvre la séance à 09h30. Elle remercie les personnalités présentes et fait part des excusés.

## 1- Validation du procès-verbal du Conseil d'Administration en date du 5 mai 2020

Rappel des points abordés dans le procès-verbal du CA :

- Point sur le fonctionnement de l'Agence en période de confinement
- Retour sur le procès-verbal du Conseil d'Administration en date du 13 février 2020
- Arrêté des comptes de l'exercice 2019
- Présentation du rapport d'activité 2019 (version définitive)
- ⇒ Points 3) & 4) – Vous allez recevoir quelques jours avant le CA à la fois les comptes et le document maqueté du bilan. Vous pourrez ainsi en prendre connaissance en amont.
- Point sur les marchés :
  - a. Attribution du marché 'Thérain'
  - b. Attribution du marché relations presse Belgique
  - c. Procédure de mise en concurrence 'cyclo-guide marché allemand'
  - d. Procédure de mise en concurrence 'conception d'une campagne digitale et production de contenus valorisant les actifs touristiques de l'Oise'
- Mise en œuvre de la feuille de route 2020
- Questions et sujets divers

Le PV a été adressé le 30/11/2020 par courriel aux administrateurs

Le rapport d'activité 2019 de l'agence est disponible sur le site pro de l'agence

<https://www.oisetourisme-pro.com/2020/04/28/notre-rapport-dactivites-2019/>

→ **Approbation à l'unanimité**

## 2- Les avancées des dossiers évoqués lors du CA du 5 mai 2020

- **Fluvial** : Mise en œuvre du volet « tourisme » entre ADT 60-95 (convention de partenariat signée)
- Volet développement du Boat & Bike
  - Volet bateau à passager
  - Volet itinérance le long de l'Oise (fluvestre)
  - Volet « communication » unifiée



Objectif : avoir des offres + et premières avancées pour les rencontres nationales du tourisme fluvial en 2022

3

- **Revenue Management** : Développer une fonction d'accompagnement (logique de transfert de compétences vers les équipes de Oise Tourisme pour nous rendre autonomes et développement d'outils d'optimisation de la grille tarifaire)
- Le marché est rédigé mais non lancé, action reportée en 2021
    - Des incertitudes sur la nécessité d'engager une démarche vers les hôteliers suite à l'écoute des intéressés
    - Mais certitude de proposer des services « pricing » pour des meublés et chambres d'hôtes

- **Vélotouristes allemands sur l'EV3** : Pour rappel le programme européen : toucher les itinérants allemands (marché ++)- Bassin Ruhr - Tour eiffel
- Oise Tourisme chef de file, Pouvoir adjudicateur, consultation Européenne (France -Allemagne-Autriche)
  - Marché attribué à l'éditeur allemand BVA BIKEMEDIA pour un montant de 43.5K€ HT-
    - Part de Oise Tourisme 31.22 % (part linéaire Belgique-Nord-Aisne-Oise)
  - Le Cyclo-guide sera opérationnel 04/2021

→ **Mission Thérain :**

- Juin repérage « très fin » du linéaire du Thérain
- Septembre : Copil 1
  - Les ambitions du projet
  - Les offres « marketing » à développer issues du diagnostic
  - Benchmark : les bonnes idées ailleurs (Epte)
- Octobre : mobilisation des socio-pros lors d'un atelier de coproduction des premières offres pour les explorateurs
- Novembre : Copil 2
  - Les aménagements à réaliser pour mettre en marché les offres d'exploration de la vallée du Thérain
- Décembre : Approfondissement des investissements et choix par EPCI
  - Affiner les programmes d'investissements et les scénariser (CT-MT)

Mission très opérationnelle avec une forte adhésion des collectivités.

- **Mission Gerberoy** : Les enjeux : fixer les clientèles pour développer les consommations touristiques dans le village.
- Réponse : Oise Tourisme a identifié une action exemplaire qu'elle tente de déployer sur Gerberoy : l'opération un jour un village ( logique de box)

- **Mission Musée Antoine Vivenel** : Oise Tourisme a contractualisé (AMO) avec l'Arc pour accompagner le territoire dans la mise en œuvre d'un dossier européen avec 2 volets :
- Conception d'un parcours ludique s'appuyant sur un nouvel espace scénographique (ancienne bibliothèque du musée Vivenel)
  - Accompagnement des socioprofessionnels pour concevoir des offres « expérientielles » (+transfert de compétence à l'OT)

La V2 du CCTP a été rédigée, l'ARC est en passe de lancer le MAPA (Oise Tourisme en accompagnement Passation des marchés)

- **AMO Ville de Saint-Leu projet hébergement** :
- AMO pour livrable « plaquette opérateur » et CCTP pour un marché d'étude de marché pour une implantation d'un hébergement sur un nouveau quartier
  - Prestation livrée, mission d'étude engagée (Marketing, BE sélectionné)

4

→ **Pas de remarque de fond sur ces 7dossiers**

### 3- Retour sur la gestion de l'excédents 2019

Oise Tourisme a réalisé **un excédent de 120 726€**

- Excédent quasi exclusivement lié à la 'masse salariale et formations' (1230K au budget & 1128K de dépenses effectives).
- 2019 est la première année où l'on va piocher sur notre réserve associative pour mener à bien le projet « EUROCYCLO » (50% Fonds propres – 50% Union Européenne) : +/- 40K€ de dépenses dont 50 % soit 20 187 € de ponction de la réserve, et qui viendra compléter l'excédent et l'amener à **+/- 141K€**

Il avait été proposé aux Administrateurs d'affecter l'excédents 2019 soit +/- 141 K€ à 2 opérations :

- 1- Une campagne digitale d'envergure pour 108K€
- L'objectif est de
    - Générer du trafic qualifié et développer une communauté provenant prioritairement de la cible définie avec pour objectif ultime de transformer les abonnés numériques en visiteurs/consommateurs de l'Oise.
    - Accompagner le nouveau chargé de communication numérique (transfert de compétences – méthodologie de travail – outillage & organisation)
    - Favoriser l'essaimage des contenus produits dans le cadre de cette mission
  - L'état de situation de la campagne :
    - Marché passé et attribué en juin 2020 à We Like Travel pour 108K€ TTC
    - Socle de la démarche réalisé entre juillet/octobre
    - Lancement de la campagne en Novembre 2020
    - Fin de la campagne en août 2021

- 2- La mutation totale de l'informatique sur le cloud (+/- 36K€) → **PAS OK**

**Aucune réserve associative spécifique au cloud ne sera constituée, contrairement à ce qui a été évoqué en CA en date du 5/05, cette somme rejoindra la ligne « autre réserve » pour 32 913€ ;** Cependant le projet a été lancé :

- Un marché d'AMO Informatique lancé puis attribué à NTI solutions. Pour un montant de près de 10K€ TTC
- Deux livrables (rédaction de CCTP et assistance à l'analyse et sélection) en cours de rédaction :
- Accompagnement migration vers le cloud
- Choix de notre prestataire d'infogérance

➔ **Approbation à l'unanimité de la nouvelle affectation de l'excédent 2019**

#### 4- Point sur les marchés lancés et attribués par Oise Tourisme depuis le dernier CA

5

Objet du marché	Durée du marché	Observations & Particularités	Modalités de publicité	Montant du marché	Nom de l'attributaire	Critères de jugement
<b>AVRIL MAI JUIN</b> Campagne Numérique vers les 50 ans +	14 mois	13 dossiers reçus – 4 auditions	MAPA - Publication sur <a href="http://www.e-marchespublics.com">www.e-marchespublics.com</a>	106 800 € TTC	WE LIKE TRAVEL	15% Expérience – 60% valeur technique – 25% prix
<b>JUIN JUILLET AOÛT</b> Accord cadre pour impression des éditions	2 ans renouvelable 1x soit 4 ans maxi	6 offres reçues, l'accord sélectionnant les 3 meilleures	MAPA - Publication sur <a href="http://www.e-marchespublics.com">www.e-marchespublics.com</a>	+/- 30K€ TTC au maximum par an	L'ARTESIENNE CORLET JOUVE	30% valeur technique – 20% qualité environnementale et 50% prix
<b>SEPT OCT NOV</b> Digitalisation des plus belles randonnées Maps et Street View (Google)	3 ans (à bon de commande)	1 seul dossier reçu	MAPA - Publication sur <a href="http://www.e-marchespublics.com">www.e-marchespublics.com</a>	Maxi 75,6 K€ TTC	CHRISTOPHE COURCAUD	Méthodo 40% - Expérience 25% - Prix 35%

Objet du marché	Durée du marché	Observations & Particularités	Modalités de publicité	Montant du marché	Nom de l'attributaire	Critères de jugement
<b>JUILLET AOÛT SEPT</b> Mission d'AMOA (Assistance) à la migration et maintenance de l'architecture informatique		Procédure '3 devis' : 12 entreprises sollicitées et 3 répondants	Publication Linked'In + envoi à 12 entreprises identifiées par rapport à des mots clés	9924€ TTC	NTI SOLUTIONS	Expérience 15% - Mémoire technique 50% - Prix 35%

<b>OCT NOV DEC</b> Développement du Boat and Bike sur l'Oise			MAPA - Publication sur <a href="http://www.e-marchespublics.com">www.e-marchespublics.com</a>			
---	--	--	---	--	--	--

Objet du marché	Durée du marché	Observations & Particularités	Modalités de publicité	Montant du marché	Nom de l'attributaire	Critères de jugement
Agence de Design Thinking pour prototyper un produit Bières & Fromages			Règle des 3 Devis	8K€ à 10K€ TTC		

Cette dernière procédure nécessite de signer une Convention de Groupement de Commande avec Pays des Lacs (Bel) – CD Nord – ADT Aisne & Oise

- Pas de remarque de fond sur ces procédures de marché public Accord pour désigner le lauréat selon les critères mentionnés.
- Accord des administrateurs pour autoriser la présidente de Oise Tourisme à signer la CGC

## 5- Zoom sur 3 actions ciblant les collectivités menées durant la période du 2<sup>ième</sup> confinement

6

- Opération de sensibilisation des communes au label Bistrot de Pays
- Opération de sensibilisation des collectivités sur le foncier touristique
- Déploiement du kit « je suis élu. e au tourisme et maintenant ?
  - Conception d'un kit à destination des nouveaux élus des EPCI de l'Oise entre oct et décembre
    - 10 EPCI (45 % du total) ont bénéficié de ce service, un bon taux de retour !
    - Une partie zoomant sur le territoire de l'EPCI pour engager un dialogue stratégique ( évaluation de la touristicité de son territoire)

→ Pas de remarque de fond sur ces 3 opérations

## 6- Feuille de route 2021 – Zoom sur 2 nouveaux chantiers majeurs et structurants :

### 1- La feuille de route 2021 :

- S'appuie sur un socle et une stratégie 2019/2021
- Assure une continuité Vs celle de 2020 ( pas de rupture)
- Le Conseil départemental a été partie prenante sur les inflexions ( volonté stratégique)
  - Lancement Séminaire Novembre
  - Rédaction décembre 2020-Janvier 2021
  - Opérationnelle février 2021

### 2- ZOOM sur la campagne numérique (Réserve associative de 108K€) : le choix d'une cible et un alignement des actions ( principe de cohérence, gage de performance, choix stratégique)

**Les objectifs de la mission : 1 constituer une communauté afinitaire 2- Accroître la notoriété de la marque 3 – Pousser à la transformation**

- La première action a été de définir la cible, en s'appuyant sur l'étude des profils de clients en loisirs (hors affaires – séminaires). Celle-ci a permis d'identifier que **la cible des couples 50 ans et + (CSP+ -habitant dans les grandes villes environnant l'Oise) est la plus lucrative :**
  - 37% du total des visiteurs de l'Oise mais 47% des touristes (un touriste = passe au moins une nuit dans l'Oise), ce qui représente la cible la plus lucrative pour l'Oise.
  - C'est aussi pour cette cible (amateur de belles 'choses' à voir) que l'offre touristique de l'Oise est la plus adaptée.
- Aligner les contenus, les images, les angles, les arguments...avec la cible
  - Manifeste de l'Oise
  - Les valeurs – pourquoi elles sont fondamentales
  - Tonalité des prises de parole
- Des séries de contenu dans un calendrier éditorial
- Une production soutenue de contenus (composante forte du montant € de la mission)

} Tout est raccord !

7

### 3- ZOOM sur l'opération Habitants

a/Éléments de cadrage de l'opération :

- 15% de nos visiteurs sont des habitants de l'Oise, ce qui représente 1,7 million sur les 11,5 millions de visiteurs chaque année dans l'Oise.
  - Un visiteur = soit un excursionniste (ne séjourne pas) ou un touriste
- 60% des nuitées en famille, amis (et résidence secondaire) = rôle clé de l'habitant comme ambassadeur de son territoire.
- Montée en puissance du locatourisme (« staycation ») : regain d'intérêt pour découvrir 'son local'



- En lien avec l'opération

b/ Elle remplacera l'opération Bons Plans de l'Été et mobilisera 2 facettes de l'habitants :

- L'habitant consommateur
- L'habitant offreur (partager ses bons plans)
- Une seule opération mais aboutie (de la remontée des bons plans jusqu'à la proposition de mini-guides thématiques). Activation de la logique très virale des 'tops' :
  - Top 10 des plus beaux panoramas
  - Top 10 des circuits à faire avec une poussette
  - Top 10 des plus belles terrasses pour prendre un verre
  - (...)

Deux phases :

- Janv-avril : une mobilisation des habitants pour faire remonter leurs « spots »
- Avril-juin : une phase de conception des contenus et des supports
- Mi-juin : lancement de l'opération

- Une opération sur 10 semaines, de la mi-juin à la fin août 21
- Mobilisation de réseaux numériques partenaires : Département – Sortir dans l'Oise notamment.
- En sortie de campagne : la conception d'un support de type 'carte touristique des bons plans des habitants de l'Oise'

Financement de l'opération :

- Mobilisation en amorçage d'un fonds dédié de 30 000 € intitulé « mise en œuvre de nouveaux segments clients du DAS promouvoir et communiquer ».

- Pas de remarque de fond sur ces dossiers, les administrateurs à l'unanimité se félicitent du travail accompli par l'équipe de Oise Tourisme malgré le contexte de crise sanitaire
- L'intervention de Jean Philippe GOLD confirme que Oise Tourisme est sur la bonne stratégie
- L'intervention de Mme BALITOUT : au sujet du projet Ribecourt Chiry Ouscamps activité de Canoe Oise CC des 2 vallées – réfléchir au projet en lien avec le canal Sein Nord en lien avec le maire Mr Bonnard car le tourisme fluvial est un attrait touristique important pour le département.

8

7-Questions diverses

Aucun autre sujet n'étant abordé et aucune question n'étant posée, l'ordre du jour étant épuisé, Madame LEFEBVRE remercie les membres du Conseil d'Administration et lève la séance à 11h15

Beauvais le 19/01/2021

Brigitte LEFEBVRE



Présidente de Oise Tourisme