



Agence de
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

BILAN D'EXECUTION DE LA FEUILLE DE ROUTE

EXERCICE 2022

Bilan réalisé à partir des objectifs inscrits dans les différents chantiers de la feuille de route opérationnelle 2022

oisetourisme-pro.com  

Afin d'avoir un fichier facile à télécharger, la qualité des visuels de ce document a volontairement été dégradée.

Comment lire ce bilan

CH.25

Evaluation de la mise en œuvre des objectifs par
Chantier Feuille De Route (FDR) 2022

↑	Objectifs <u>totale</u> ment atteints
↗	Objectifs <u>globale</u> ment atteints
→	Objectifs <u>partielle</u> ment atteints
↘	Objectifs <u>très</u> <u>partielle</u> ment atteints
↓	Objectifs <u>pas</u> atteints
☒	Chantier <u>non</u> lancé ou abandonné
⌂	Chantier ayant <u>fusionné</u> avec un autre
🕒	Chantier/Opération ne pouvant pas être évaluée à ce stade (non achevée...)

CH = Chantier inscrit dans la FDR 2022
25 = Exemple de numéro de chantier.
Couleur = en fonction de l'atteinte des
objectifs inscrit dans chaque chantier.



L'évaluation de l'atteinte des chantiers
s'appuie aussi sur le document 'plan
d'actions 2022 »

Synthèse de mise en œuvre (1/5)

N°	Les chantiers sont présentés par ordre de traitement dans le bilan	
25	Préparer l'organisation de rencontres avec les acteurs de présentation de la nouvelle stratégie.	
3	Définir et coordonner des actions en lien avec le tourisme durable au sein de l'Agence et auprès des pros du tourisme.	
1	Faire de Oise Tourisme une agence apprenante	
2	Faire du tableau des indicateurs de la feuille de route 2022, les données d'entrée du Codir	
4	Engager l'Agence dans une démarche de progrès	
5	Réécrire le processus d'inscription et de suivi au PDIPR et transférer la mission en interne	
6	Finaliser la migration vers le cloud et optimiser la gestion et maintenance du parc informatique	

Synthèse de mise en œuvre (2/5)

N°	Les chantiers sont présentés par ordre de traitement dans le bilan	
7	Mettre en œuvre les actions du RGPD	 
8	Enrichir et agréger les données de l'observatoire du tourisme	 
9	Revoir la segmentation du parcours locatif afin de recentrer l'Agence sur des projets à forte contribution touristique	 
10	Dynamiser le sourcing et concevoir des offres plus innovantes pour conserver les parts de marché de l'Oise sur la plateforme des WE en Hauts-de-France	 
11	Développer et dynamiser le réseau des Bistrots de pays (CH.11)	  
12	Repenser le processus d'information personnalisée du visiteur (CH. 12)	  
13	Poursuivre le développement du tourisme fluvial & fluvestre de la rivière Oise en s'appuyant sur le collectif Oise RiverSide	   

Synthèse de mise en œuvre (3/5)

N°	Les chantiers sont présentés par ordre de traitement dans le bilan	
13	(Hors Oise RiverSide) : Accompagner les Offices de Tourisme dans la structuration d'une offre de visite du chantier du CSNE, en lien avec la société du canal	
13	(Hors Oise RiverSide) : Anticiper l'avenir du canal du Nord en lui donnant une nouvelle vocation touristique.	
14	Poursuivre la mise en tourisme de la vallée du Thérain pour en faire une destination forte de slow tourisme « au nord de Paris »	
15	Mener les premières actions tests de l'opération « l'Oise sans ma voiture » (CH.15)	
16	RandoView : poursuivre et assurer la digitalisation des plus beaux itinéraires et pousser ces offres vers les réceptifs locaux	  
17	Digitaliser le processus de réservation et de paiement des activités	 

Synthèse de mise en œuvre (4/5)

N°	Les chantiers sont présentés par ordre de traitement dans le bilan	
18	Concevoir et déployer un nouveau module 'vélo welcome' assurant une meilleure adéquation entre les attentes des vélotouristes et les réceptifs (hébergeurs, restaurateurs, sites, Offices de Tourisme...).	
19	Déployer l'opération de ludification de l'EV3, à la suite de la passation du marché (géocaching Louison Pignon)	
20	Elargir notre catalogue d'opportunités foncières pour attirer de nouveaux investisseurs/opérateurs	

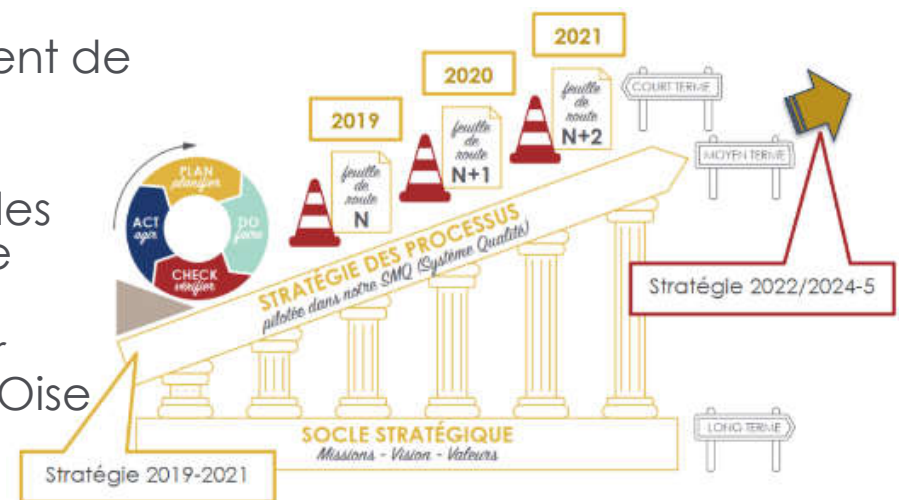
Synthèse de mise en œuvre (5/5)

N°	Les chantiers sont présentés par ordre de traitement dans le bilan	
21	Développer les retombées presse FRANCE	
21	Valoriser le tournage et la diffusion de La Carte aux Trésors	
21	Développer les retombées bloggeurs FRANCE	
21	Développer les retombées presse et influenceurs Belgique	
21	Mener une opération de communication B2C (presse-web) Belgique	
22	Précommercialiser l'Oise auprès des prescripteurs de voyages	
23	Poursuivre la visibilité de l'Oise sur les réseaux sociaux	
24	Concevoir une nouvelle carte touristique de l'Oise	
24	Redéfinir les éditions relatives à la promenades et activités de pleine nature	

Positionnement de la FDR 2022

L'exercice 2022 s'inscrit dans la stratégie 2019-2021 (+1 année 2022) centrée autour du repositionnement de l'Agence :

- ❑ Clarification de son vocation : développement de l'économie de l'Oise par le tourisme.
- ❑ Recentrage sur deux cœurs de métier :
 - ❑ Accompagner les porteurs de projets et les territoires pour agir sur la compétitivité de l'offre
 - ❑ Promouvoir & communiquer pour agir sur l'attractivité, l'image et la notoriété de l'Oise version tourisme.
 - ❑ Abandon de l'activité de réservation :
 - ❑ Transfert de la commercialisation des gîtes au « SR de Lille »
 - ❑ Mise en place d'une fonction apporteur d'affaires groupes au bénéfice des Offices de Tourisme.



Bilan global 2019-2021 + 2022



- ❑ La précédente période stratégique a donc été complétée par l'exercice 2022.
- ❑ 2022 a été une année de transition avec la rédaction de la nouvelle stratégie 2023-2027 « La bataille des activités ».

UN BILAN GLOBAL DE LA PERIODE 2019-2022 SERA REALISE ET COMMUNIQUE AVANT LA FIN SEPT. 2023

Préparation de la nouvelle stratégie

La volonté a été de rédiger en interne la stratégie, puis de la faire challenger par un expert-consultant externe (Cabinet La Pitaya – 8000€).

Les actions entreprises en 2022 pour « La bataille des activités » :

- Analyse de l'environnement concurrentiel et mise en perspective du marché.
- Rédaction d'un premier document stratégie.
- Lancement d'une mission d'expertise externe.
- Démarche d'implication du CD60 (élus et techniciens)

POUR RAPPEL : STRATEGIE 2023-27 ETANT LA STRATEGIE DEPARTEMENTALE ET PAS CELLE DE L'AGENCE

- Conception d'un document maqueté de synthèse de la stratégie.

Oise Tourisme a ouvert le cycle de son processus ELABORER LA STRATEGIE en automne 2021, pour le refermer en mai 2023, avec la présentation des points d'arrivée « à début 2028'.

Ce projet interne était baptisé* :



*Initialement prévue sur un cycle 2022-2024, la stratégie sera exécutée entre 2023 & 2027.

Cycle stratégique: étapes menées 2022

24/01/22	Réunion Tourisme (R14) CD60-Agence : « Requestionner la stratégie » (suite)	✓
Avril-Mai	Rédaction de la V1 de la feuille de route stratégie en interne (Oise Tourisme)	✓
15/06/22	Réunion Tourisme (R15) CD60-Agence : Présentation de l'ossature de « la bataille des activités 2022/2025 »	✓
20/06/22	Lancement de la mission « Challenger le projet de feuille de route » par une expertise externe (La Pitaya – Eric Biard)	✓
30/06/22	Input des équipes internes de l'Agence sur la V1 de la feuille de route	✓
8/07/22	Input des équipes du Conseil Départemental (tourisme – attractivité – sport – environnement – mobilité douce) sur la V1 de la feuille de route	✓
21/07/22	Rendu final de la revue d'expertise La Pitaya	✓
Aout 22	Ecriture par Oise Tourisme de la V2 (brouillon stratégique)	✓
20/09/22	Conseil d'Administration de Oise Tourisme 'spécial feuille de route stratégique'	✓
20/09/22	Comité Technique CD60/Oise Tourisme	✓
Mi-nov. 22	Réunion Tourisme (R16) élargie avec Direction générale & Cabinet	✓

Fin Nov 22	Dernier ajustements permettant de consolider la version finale et rédaction d'un document de synthèse en 8 pages infographié	✓
15/12/22	Vote de la stratégie 2023 > 2025 > 2027 par les élus du CD60	✓
20/12/22	Présentation et vote de la stratégie par le Conseil d'Administration de l'Agence	✓

14 temps forts ont rythmé l'exercice 2022 permettant de rédiger la nouvelle stratégie.



**La bataille des
activités
2023 > 2025 > 2027**

Préparation de la nouvelle stratégie

Actions programmées

↑ **CH.25 – Préparer l'organisation de rencontres avec les acteurs de présentation de la nouvelle stratégie.**

Mise en œuvre

Mise en place d'un groupe projet pour préparer ce temps fort.
Rencontres réalisées le 28/03/2023.



PILOTER LA STRATEGIE



Objectif de la FDR 2022 : Préparer l'alignement des équipes et de notre organisation avec la future stratégie.

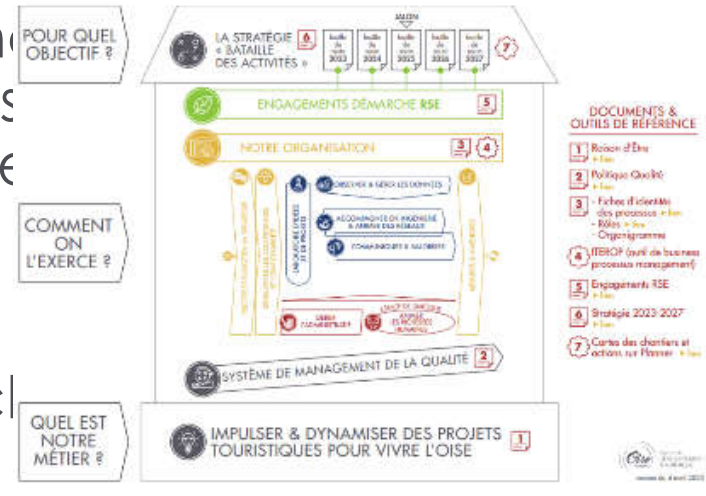
S'organiser pour aligner orga. & strat.

Lancement d'un marché : « Acquérir de nouvelles techniques collectives de type "s" améliorer la construction de notre nouvelle

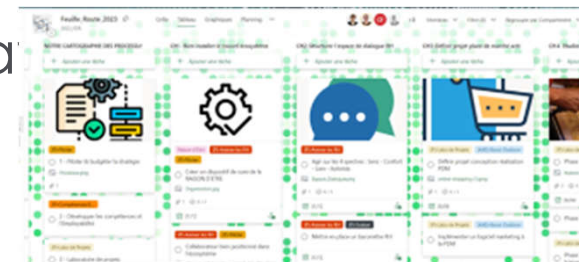
Marché attribué à
Budget : 7000€ TTC

Mission qui a muté vers une conduite du cl
4 actions clés :

- ❑ Réactualiser la Raison d'Être de l'Agence
- ❑ Aligner l'organisation par rapport à la stratégie
- ❑ Bien redéfinir les différents rôles
- ❑ « Digitaliser » la feuille de route 2023



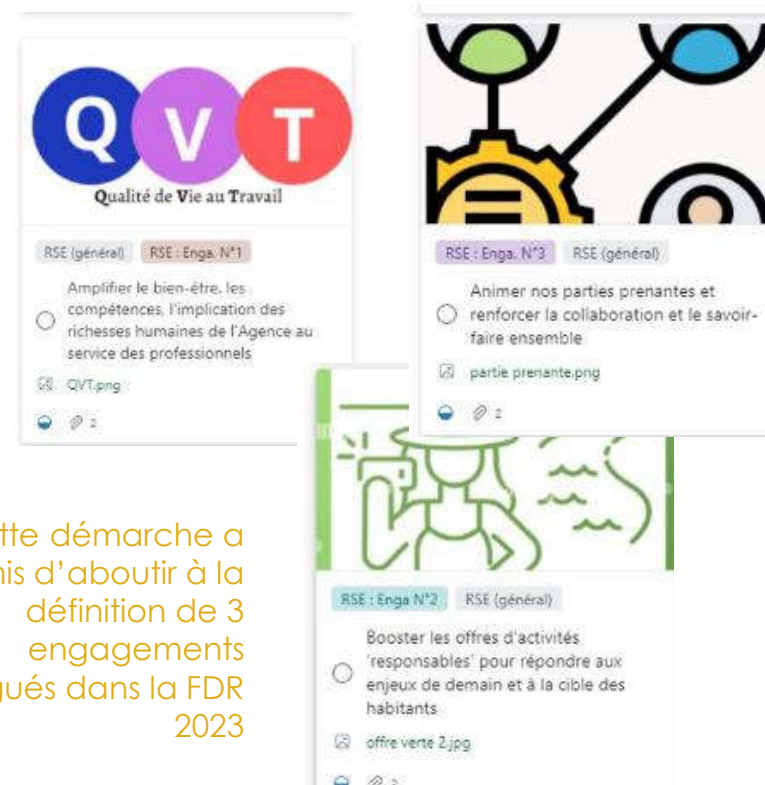
Actualisation de notre système organisationnel



Digitalisation de notre feuille de route 2023

S'engager vers une démarche de type RSE

- ❑ ➔ **CH.3 Définir et coordonner des actions en lien avec le tourisme durable au sein de l'Agence et auprès des pros du tourisme.**
 - ❑ ☒ Abandon de la logique « référent environnement »
 - ❑ ☒ Abandon de la démarche Carbo (évaluation de notre empreinte carbone).
- ❑ Lancement d'un accompagnement RSE :
 - ❑ Mission d'assistance pour définir le périmètre d'une démarche RSE
 - ❑ Marché remporté par **nicomak**
 - ❑ Budget de l'action : 17 000 € TTC
 - ❑ Actions engagées en 2022 :
 - ❑ Audit de maturité RSE
 - ❑ Identification des attentes des parties prenantes
 - ❑ Définition des objectifs RSE
 - ❑ Plan d'actions



Cette démarche a permis d'aboutir à la définition de 3 engagements taggués dans la FDR 2023

Piloter la stratégie

Actions programmées	Mise en œuvre
👉 CH.01 – Faire de Oise Tourisme une organisation apprenante (VOIR ENCADRE GRIS)	Ce chantier n'a pas été écrit mais des actions ont été entreprises (voir encadré) .
☒ CH.02 – Faire du tableau des indicateurs de la feuille de route 2022, les données d'entrée du Codir	Chantier reprogrammé dans la FDR 2023 (Chantier n°A17 – Concevoir un dispositif de pilotage & d'évaluation de la FDR.

Actions menées en lien avec le **Chantier 01** :

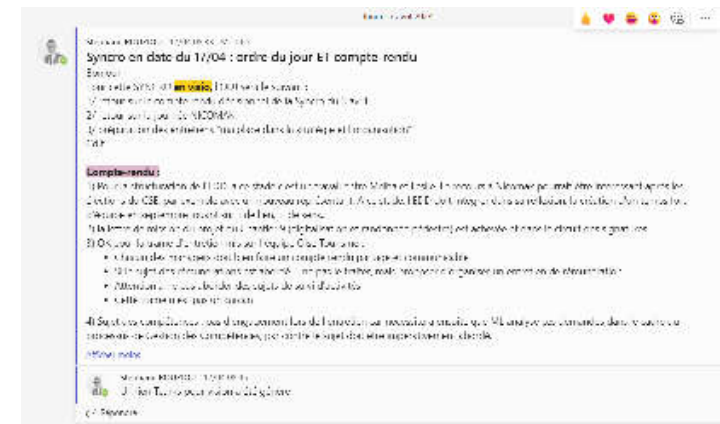
Accompagner les équipiers	Journée d'entreprise en sept 22 – Pas de refonte de l'entretien annuel (mais action entreprise début 23 avec entretiens menés avril-mai 23)
Apprendre en équipe	Parcours-challenge : La démarche visant à acquérir collectivement des compétences lourdes n'a pas été activée en 2022.
Refonder la mission RH	S'est traduite par la construction d'un espace de dialogue dans l'organisation 2023 et d'un processus Gestion des Compétences & Employabilité
Partager une vision et des objectifs	Organisation d'ateliers de coproduction de notre Raison d'Etre
Accès démocratique aux infos	Bilan social 2022 – Engagement d'une démarche RSE (CH3)

Alignement Codir → Syncro

- ❑ Organisation d'un groupe SYNCRO Manager regroupant les pilotes de processus.
- ❑ Objectifs de ce groupe :
 - ❑ Formaliser la stratégie et la piloter
 - ❑ Favoriser l'alignement des actions avec la stratégie
 - ❑ Embarquer les équipes, favoriser leur adhésion aux objectifs de l'Agence
 - ❑ Chercher à casser les 'silos' au profit d'une logique horizontale inter-processus. Donc améliorer les interfaces au bénéfice de la performance collective.



Création d'une équipe SYNCRO sur Teams, permettant de gérer les ODJ et comptes-rendus décisionnels et plus généralement la communication de ce groupe



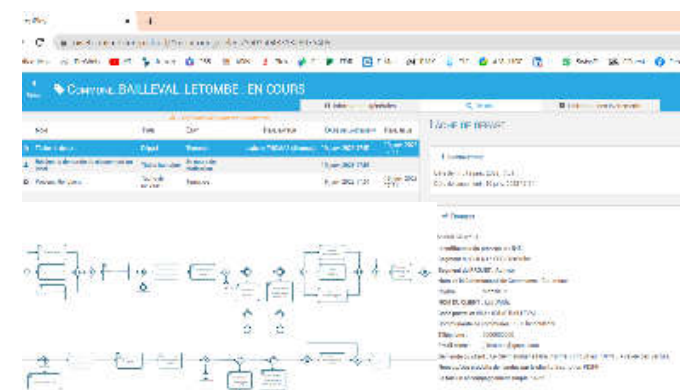
MANAGER LA QUALITÉ



Objectif de la FDR 2022 : En majoritaire, refonder le processus de gestion de la mission PDIPR (instruction des demandes) que le Conseil Départemental a délégué à Oise Tourisme, par convention. Et, poursuivre l'engagement de l'Agence dans des démarches de progrès.

Manager la qualité

Actions programmées	Mise en œuvre
☒ CH.4 – Engager l'Agence dans une démarche de progrès	Chantier qui a été remplacé par la mise en œuvre d'une démarche de type RSE (voir diapo n°16). ☒ Pas de mise en œuvre de l'optimisation de l'écoute clients.
↑ CH.5 – Réécrire le processus d'inscription et de suivi au PDIPR et transférer la mission en interne	Réécriture du process d'instruction des demandes de classement au PDIPR... qui s'est traduit par la formalisation d'un nouveau produit d'accompagnement. Elaboration des outils (voir images) de pilotage et de suivi. Mise en place d'une organisation interne. Gestion des réclamations. Reprise des dossiers en suspens (21 dossiers déposés fin 2022). Intégration



Le suivi des demandes de classement au PDIPR est piloté dans notre système



Le dossier est téléchargeable depuis notre site web pro.

ASSURER LE BON FONCTIONNEMENT



Objectif de la FDR 2022 : Mettre à jour et sécuriser notre système informatique et piloter le RGPD.

Assurer le bon fonctionnement

Actions programmées	Mise en œuvre
➔ CH.6 Finaliser la migration vers le cloud et optimiser la gestion et maintenance du parc informatique	Migration en juin du serveur de fichiers sur le cloud (« Colibri »). Opération de nettoyage des dossiers (dépollution) et de recyclage du vieux matériel. Optimisation de l'outil de suivi du parc informatique (GLPI). Report clôture du projet en 2023 avec la sécurisation de notre architecture et de nos données.

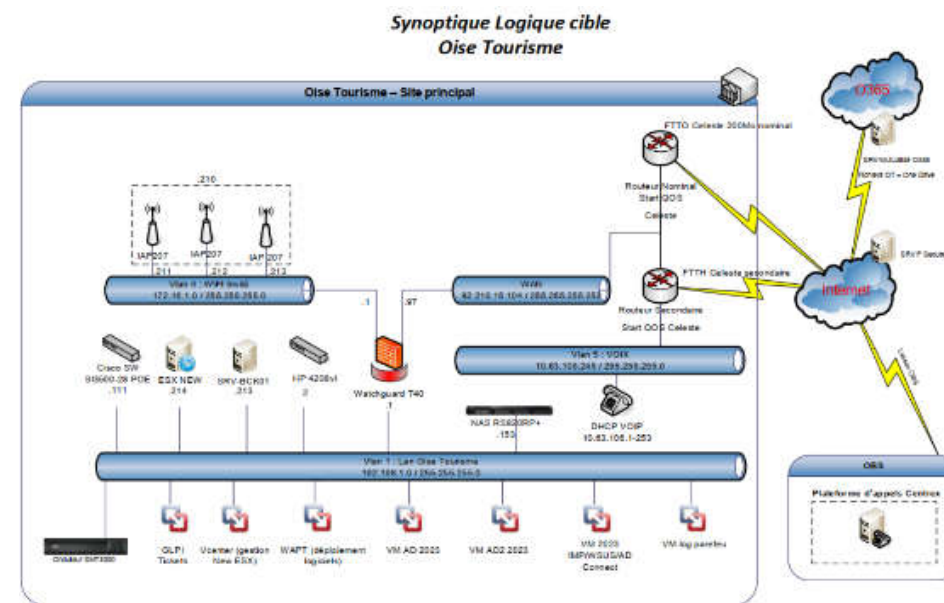


Schéma de notre nouvelle architecture informatique opérationnelle en avril 2023

Maitrise du RGPD

Actions programmées	Mise en œuvre
↑ CH.7 Mettre en œuvre les actions du RGPD	Charte informatique rédigée et signée par tous les collaborateurs. Gestion effective du consentement (sortir des fichiers) Rédaction de clauses RGPD pour les marchés Newsletter pro 100% RGPD
↓ CH.7 Mettre en œuvre les actions du RGPD	Pas de charte fournisseurs Pas de suivi des actions préconisées par ADICO. Pas d'actions de sensibilisation des collaborateurs (hormis charte). Pas de mise à l'épreuve de notre système au RGPD

Processus
'Support'



Processus
Gérer la data

La fonction de RGPD a été transférée courant 2022



Charte informatique applicable aux salariés mentionnant les règles d'usage et de sécurité informatique des données et usages

GERER LA DATA (OBSERVATOIRE & SYSTÈME D'INFORMATIONS)

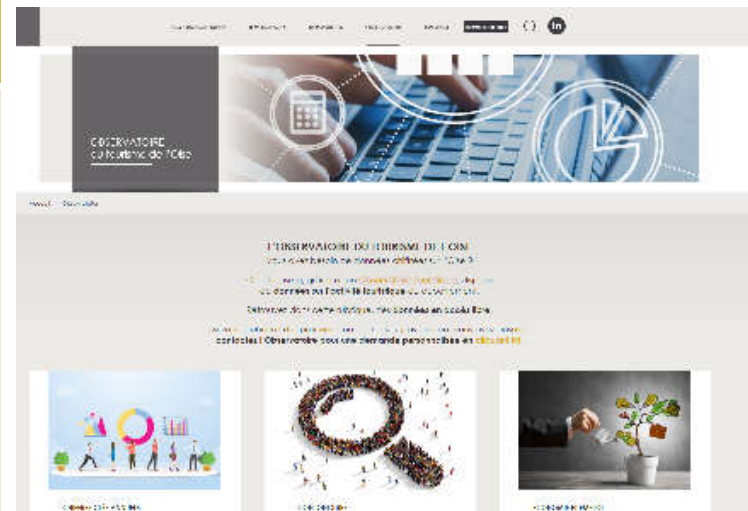


Objectif de la FDR 2022 : Energie et actions tournées vers le développement et structuration de l'observatoire du tourisme.

Ce processus a repris la gestion du RGPD (voir diapositive n°22)

Observatoire du tourisme

Actions programmées	Mise en œuvre
↑ CH. 8 Enrichir et agréger les données de l'observatoire du tourisme	Matrice des emplois du tourisme réactualisée (voir Chiffres clés 2022) Enquêtes parc locatif et chambre d'hôtes réalisées (données utilisées pour accompagnement porteurs projets) Projet opportunité intégré FluxVision* réalisé (Dispositif opérationnel depuis janv.23) + Suivi du projet 'pricing-Likibu**' pour créer un service d'accompagnement à la politique tarifaire
☒ CH.8 Enrichir et agréger les données de l'observatoire du tourisme	Le projet visant à créer un tableau de bord dynamique de l'observation a été abandonné (projet similaire porté par le CRT des HDF au profit de la création d'une rubrique Observation sur le site web pro.



<https://www.oisetourisme-pro.com/observatoire/>

- Chiffres clés
- Conjoncture
- Economie emploi
- Profils clients
- + de chiffres

*Fluxvision : technologie de comptage des flux à partir des téléphones mobiles.

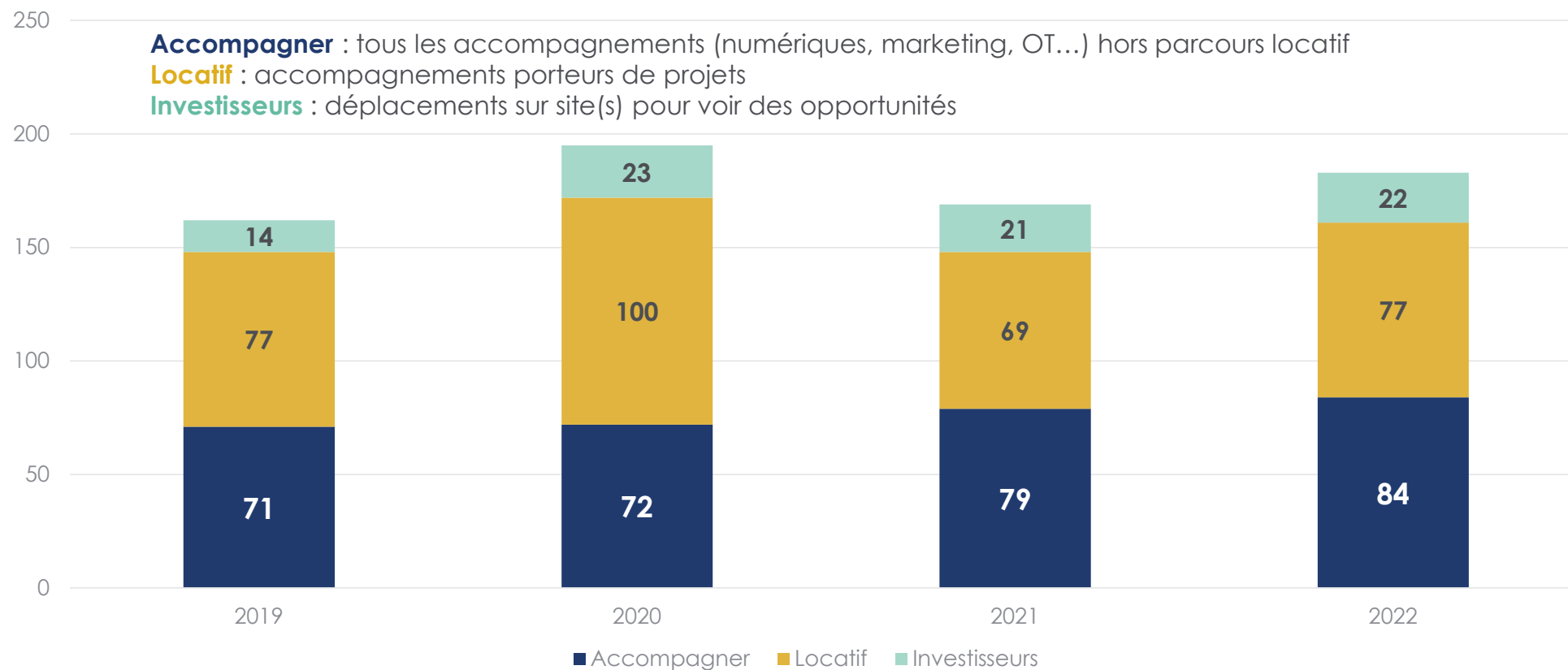
**Likibu : outil qui récupère des données de fréquentation de AirBnB et Aritel.

ACCOMPAGNER : LES DONNEES GLOBALES DE LA PERFORMANCE DU PROCESSUS (QUANTI & QUALI)

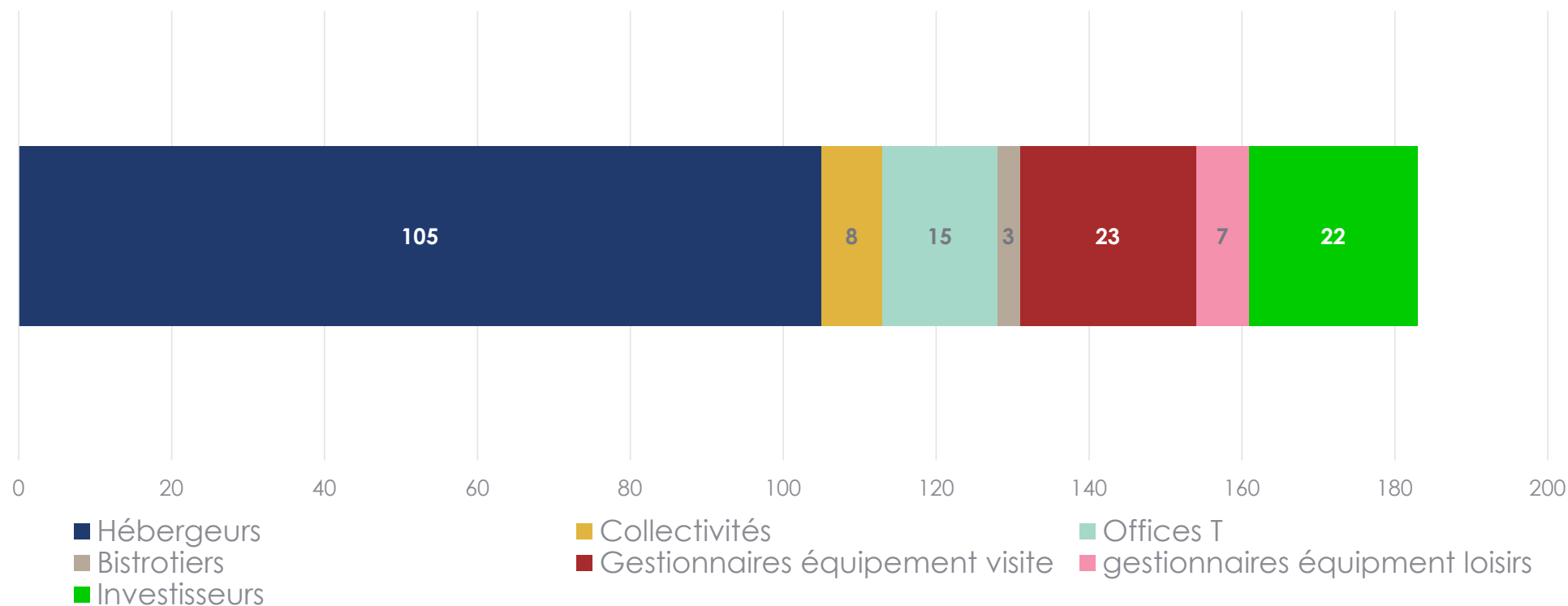


Objectif de la POLITIQUE QUALITE : Obtenir un NPS (Net Promoter Score – Niveau de recommandation) de 76

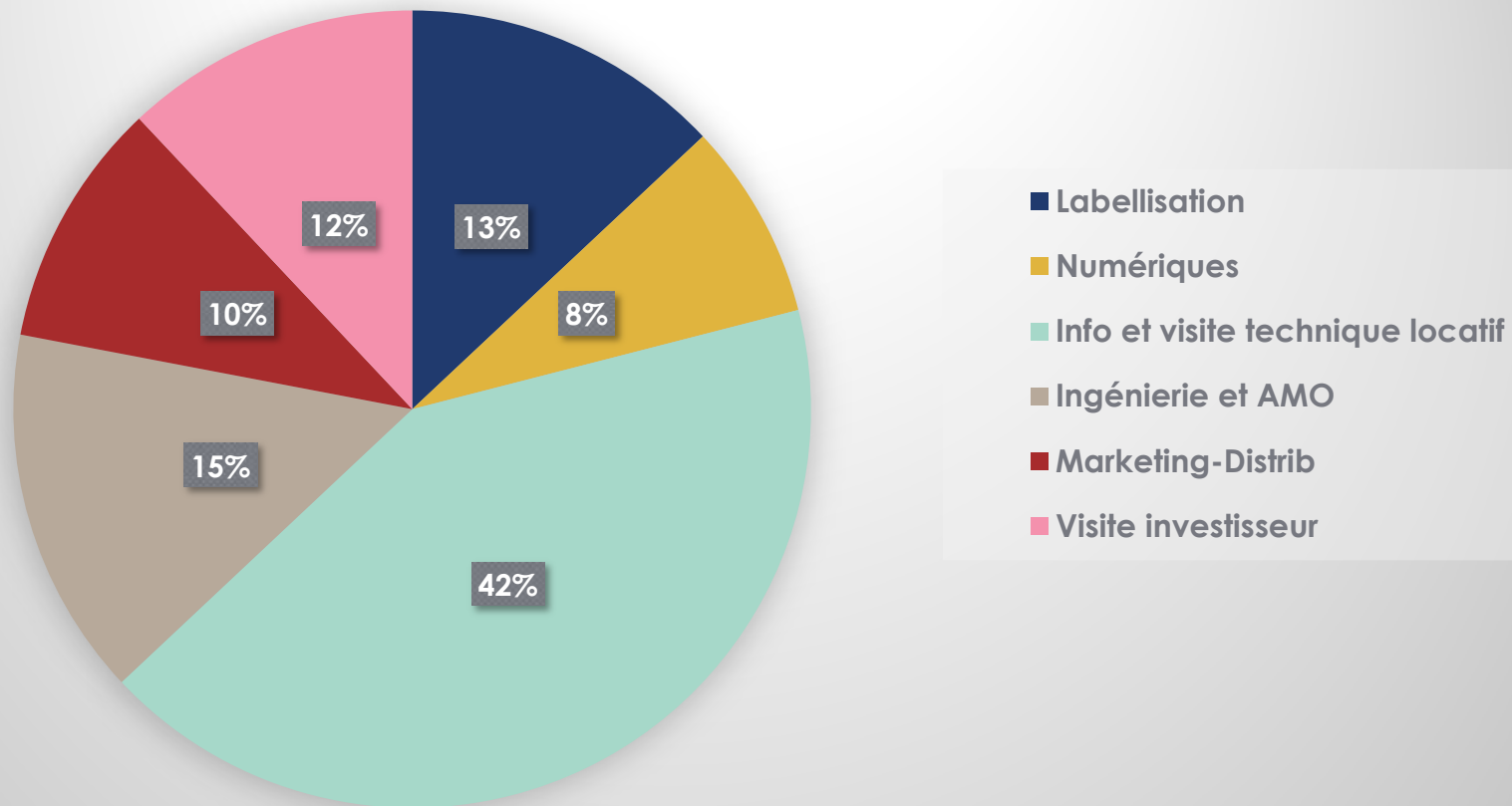
Nbre d'accompagnements (conventionnés)

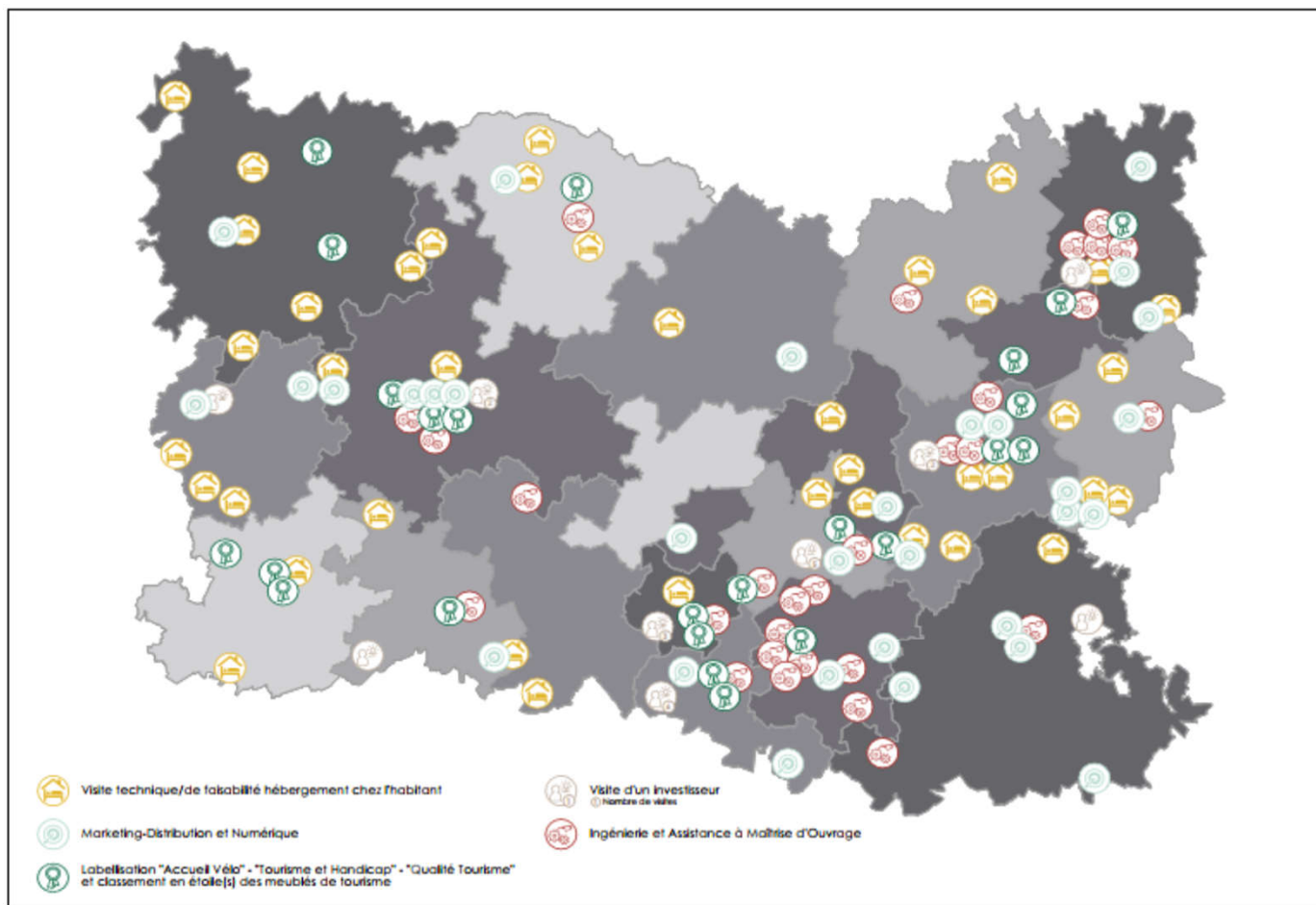


Accompagnements ventilés par type de clients



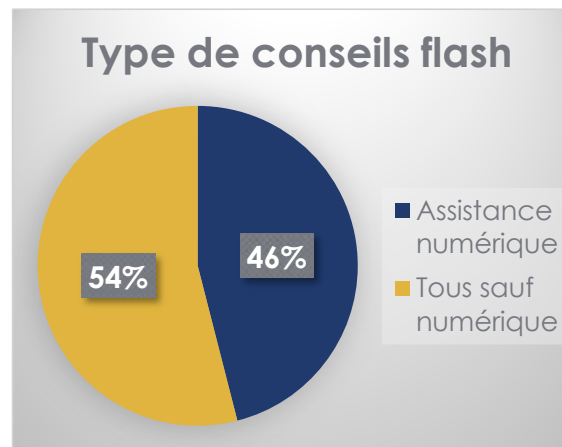
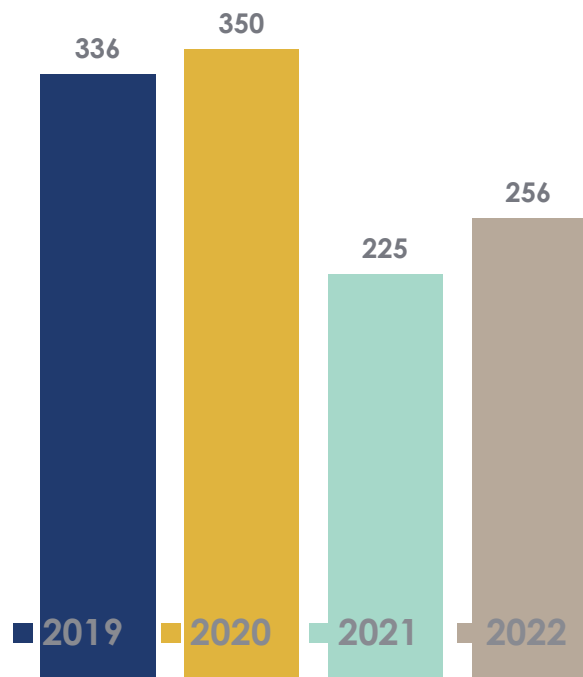
Accompagnements par thèmes





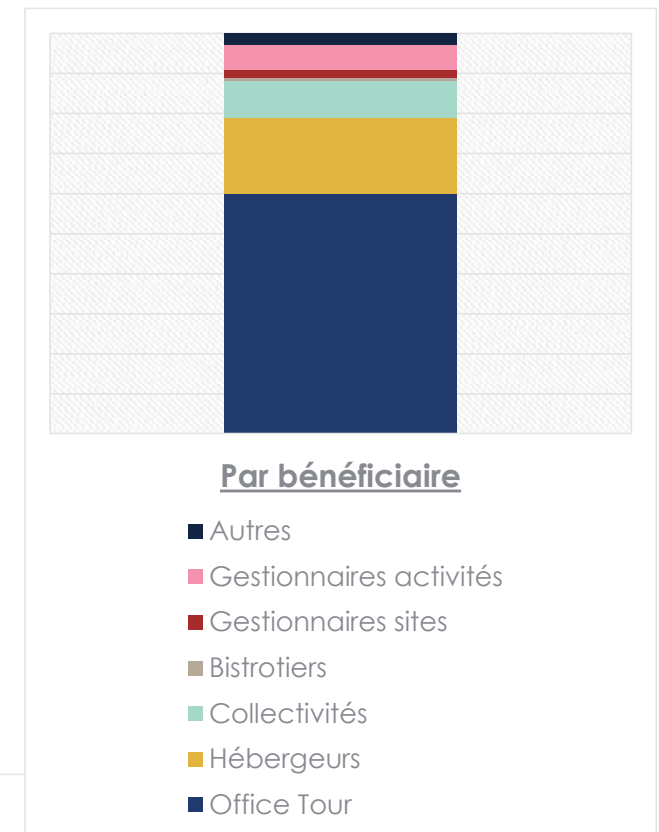
Localisation des Accompagnements

Les conseils « flash » (hors conventions)



82% des conseils flash pour des clients internes (prestataires...).

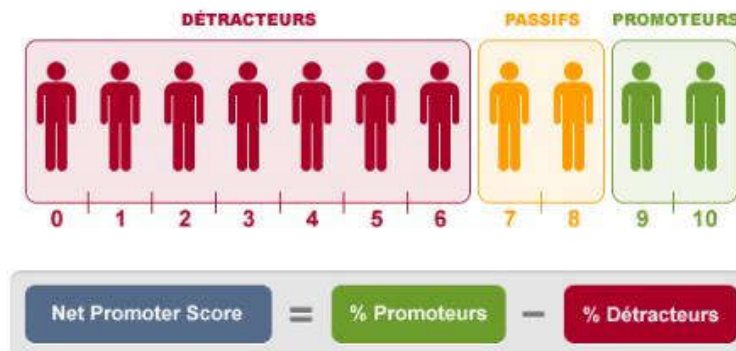
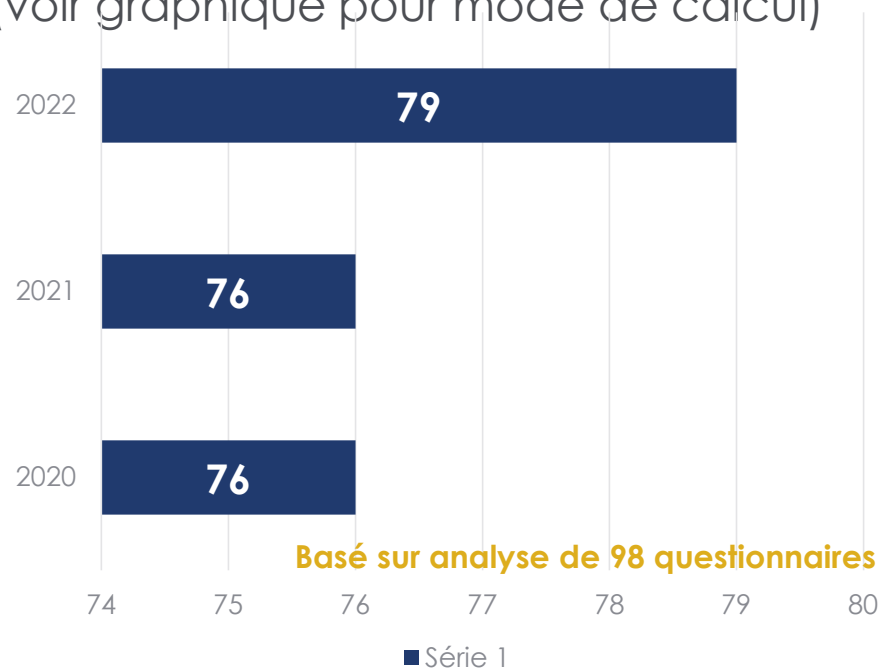
18% pour des clients externes de type bureau d'études, CR HDF, autres ADT...



Niveau de recommandation ?

LE NET PROMOTEUR SCORE

(Niveau de recommandation) -
(voir graphique pour mode de calcul)



L'échelle va de -100 à +100

76 c'est le NPS inscrit dans la politique qualité 2022 de l'Agence.

Niveau d'impact de nos livrables ?

TAUX IMPACT DE NOS ACCOMPAGNEMENTS

(voir graphique pour mode de calcul)



23%

77%

**ATTENTION ! Basé sur
analyse de
seulement 13
questionnaires**



80% c'est le taux inscrit dans la politique qualité 2022 de l'Agence.

ACCOMPAGNER : LES CHANTIERS DE LA FEUILLE DE ROUTE



Objectif : Poursuivre les grands chantiers engagés précédemment : Eurocyclo – Vallée du Thérain – Accompagnement des porteurs de projet locatif...

Les objectifs 2022 du parcours porteurs (CH.9)

- 1) Parcours très consommateur de RH (et générant beaucoup de 'déchets' – abandon des porteurs de projets –), nécessitant de le repenser avec pour objectif de concentrer le temps RH sur les projets à forte contribution pour l'économie touristique.
 - 1) Créer un parcours freemium
 - 2) Créer un parcours premium avec + de services mais payant (nouveau)
- 2) Développer une nouvelle brique de services, autour de la politique tarifaire

REFONTE DU PARCOURS & SERVICE DE POLITIQUE TARIFAIRE

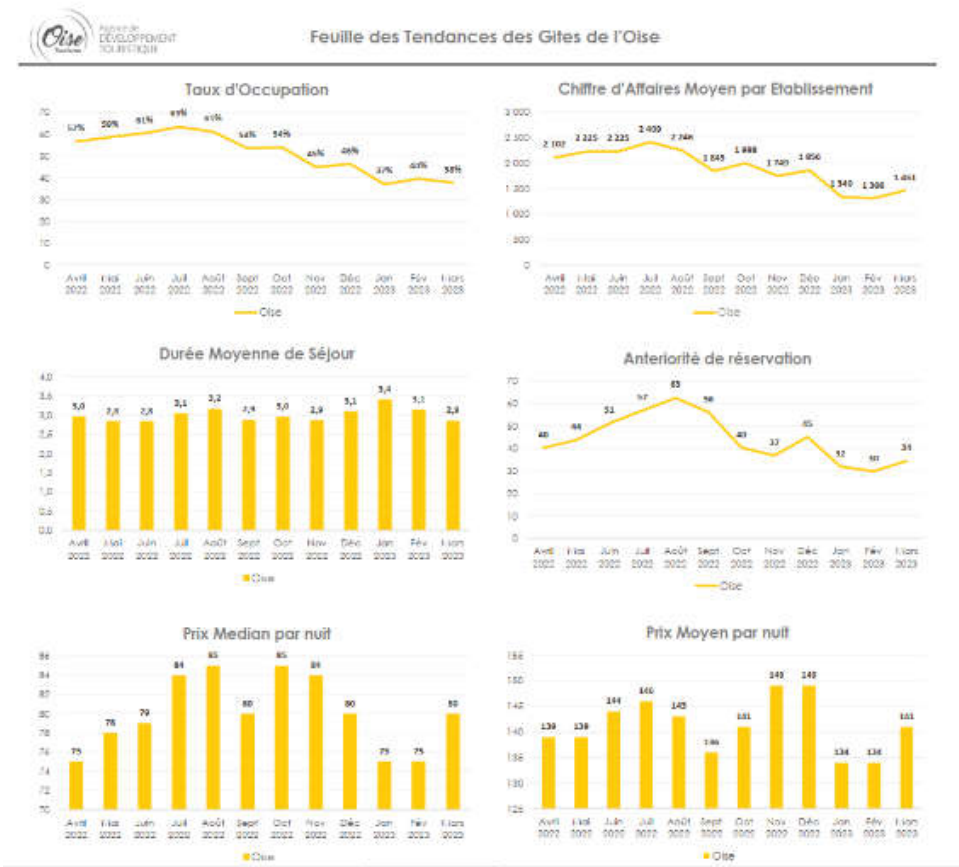
Intégration de données tarifaires
Conception de matrices et d'outils d'aide à la réalisation de « sa » grille tarifaire.

➔ Assistance Guest & Strategy

➔ Données du parc locatif Oise (AirBnb...) avec Likibu

VOIR ILLUSTRATIONS DIAPO SUIVANTE

Service de conseils tarifaires (CH.9)



Oise Agence de Développement Touristique

Matrice de tarification

Reçu de Réservation : Type de logement : Capacité :

COUCHES (WANGEL) 11 COCHES (WANGEL)

Prix selon la durée de séjour	1 nuit	2 nuits	3 nuits	4 nuits	5 nuits	6 nuits	7 nuits
Mars 2022	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €
Avril 2022	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €
Mai 2022	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €
Juin 2022	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €
Juillet 2022	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €
Août 2022	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €
Septembre 2022	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €
Octobre 2022	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €
Novembre 2022	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €
Décembre 2022	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €
Janvier 2023	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €
Février 2023	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €
Mars 2023	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €
Avril 2023	100 €	180 €	260 €	340 €	420 €	500 €	580 €

Exemples de supports remis au porteur de projet

Parcours porteurs de projets locatifs

Actions programmées	Mise en œuvre
↑ CH.9 Revoir la segmentation du parcours locatif	Le parcours a été réécrit (+ nouveau modèle économique payant pour le parcours « premium ») & les supports adaptés. Intégration d'un service de conseils en politique tarifaire (voir diapo 25)
Objectifs quantitatifs VOIR DIAPO SUIVANTE	↑ 60 projets en réunion porteur : Réalisé 77 → 20 projets à fort potentiel suivi : le parcours premium n'a pas été formellement lancé en 2022.

Choisissez votre *parcours d'accompagnement idéal*

	Freemium GRATUIT	Premium 130€
Réunion d'informations en visio (2 heures) et accès aux supports de la réunion	✓	✓
Affiner votre modèle économique : RDV 1 heure avec un fiscaliste	✓	✓
Affiner votre projet : RDV dans les locaux de Oise Tourisme ou en visio (1h30) : présentation de votre projet, accompagnement vers classement/label. Envoi des cahiers des charges, référentiel...	✓	
Visite de faisabilité sur site avec des conseils personnalisés à votre projet, remise des cahiers des charges, référentiel et envoi d'un compte-rendu de préconisations.		✓
Remise du guide d'accompagnement du porteur	✓	✓
Faire connaître mon gîte ou ma chambre d'hôtes : atelier en visio ou en présentiel	✓	✓
Remise d'une feuille des tendances de l'Oise (taux d'occupation et tarifs)	✓	✓
Remise d'une matrice tarifaire selon votre profil (capacité d'accueil, équipements proposés...) avec analyse concurrentielle		✓
Remise d'outil de comparaison financier avec assistance d'utilisation		✓
Aide à la constitution du dossier de subvention (le cas échéant) et suivi	✓	✓

Le parcours enrichi d'un service de conseils en politique tarifaire et qui intègre un déplacement sur le terrain (mission conseils avec rapport écrit) est dorénavant facturé 130€.

Zoom sur le parcours 'locatif – c.hôtes'

	2019	2020	2021	2022
Nombre de projets en réunion « porteurs de projet » (phase 1)	77	100	69	77
Nombre de visites de terrain/faisabilité (phase 2)	63	55	49	40
En 2022, visites réalisées sous ancienne formule				
Nombre de visites de classement en étoile(s) des meublés de tourisme.	25	26	37	35



Nombre d'hébergements mis sur le marché

46

sur 2 ans « en glissant » (cycle moyen pour concevoir son projet)

22% des projets dont l'objet d'une demande de subvention sur le dispositif du Conseil Départemental.

Plateforme des weekends en HDF (CH.10)



Actions programmées	Mise en œuvre
↑ CH.10 Dynamiser le sourcing	15 adresses sourcées – Obj. de 6 7 hébergeurs recrutés (Château Vert – Jeu de Paume – Au Vieux Moulin...)
→ CH.10 Concevoir des offres plus innovantes	2 nouveaux séjours incluant la location de vélo Pas d'offres s'appuyant sur le tourisme créatif/ gastronomique mais création d'un séjour à la ferme en cours. <u>Objectif</u> : + 2 nouvelles offres

Suivi des offres en ligne Oise

- ☐ 77 offres printemps-été
 - ☐ 62 offres automne-hiver
- Pilotées par les marketeurs ADT et OT de l'Oise (voir la carte)*

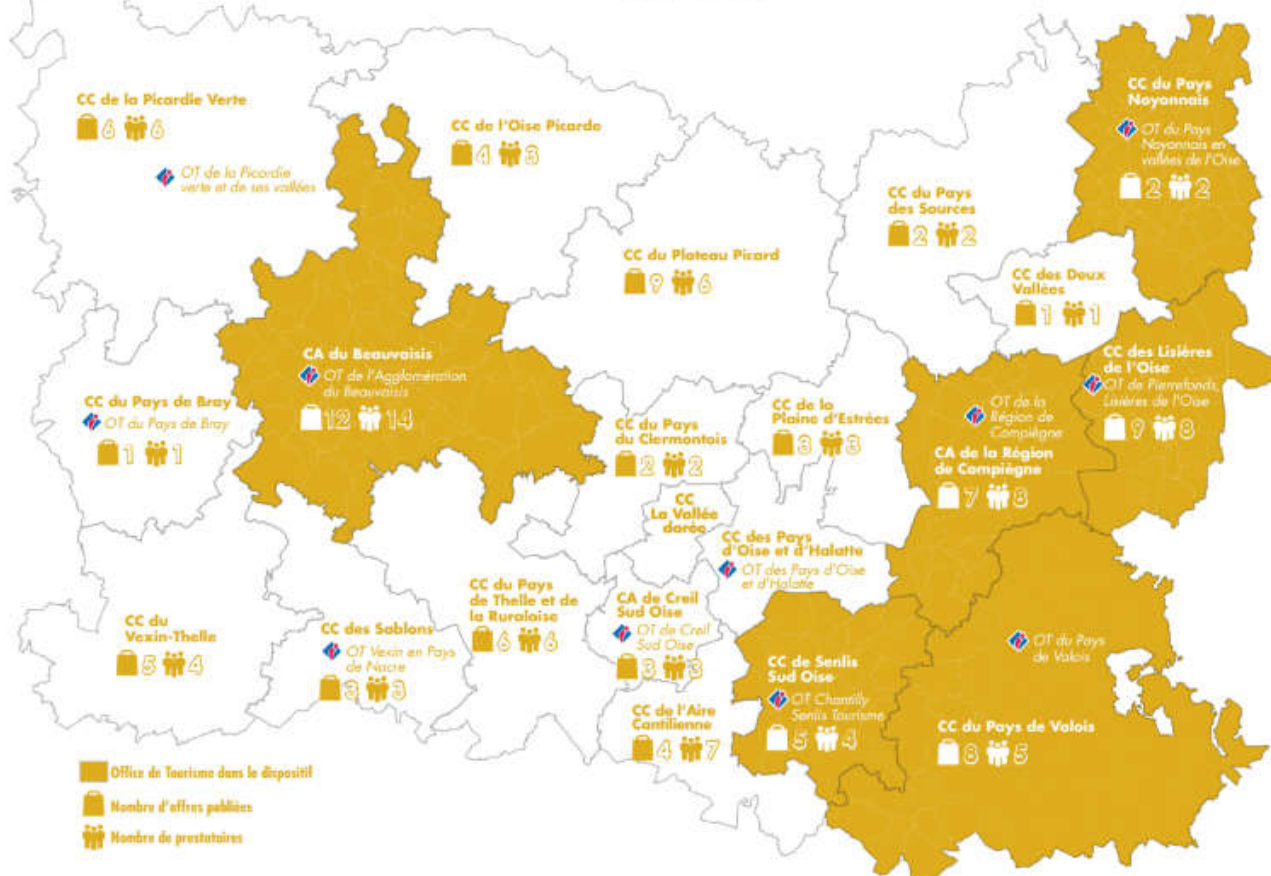
Résultats Oise de la plateforme

Ventes passant par le moteur de réservations

- ☐ 1881 ventes
 - ☐ 442 242 € de CA
- + Rajout des estimations des ventes en direct*
- ☐ 5079 ventes
 - ☐ 1 194 053 €
 - CA+2% (vs 2021)
 - Ventes -4% (vs 2021)

Plateforme des weekends en HDF

Offices de Tourisme ayant intégré le dispositif de marketing des offres "Esprit Hauts-de-France"
(mars 2023)



- En foncé les territoires avec un Office de Tourisme marketant les offres.
 - En blanc, les territoires couverts soit par le CRT HDF ou l'ADT Oise (par carence d'opérateurs locaux).
- Début 2023, la marketrice Oise Tourisme a quitté l'Agence, sans être remplacée.

Développer et dynamiser le réseau des Bistrots de pays (CH.11)

bistrôt
de pays

Actions programmées	Mise en œuvre	Actions programmées	Mise en œuvre
→ Pérenniser et recruter de nouveaux Bistrots de pays	Perte d'un bistrot, totalisant 11 adresses. ↑ Suivi technique du projet de Bistrot de Pays à Blacourt. Accompagnement du projet d'Auchy-la-Montagne Réalisation de 10 pré-diagnostics Qualité Tourisme & organisation de 5 audits normalisés 1 webinaire 'créer un BDP' adapté aux collectivités (7 communes participantes). 2 conventions de transition gérées (changement de « gérance ») + 1 non aboutie	➔ Animer le réseau départemental	2 rando'bistrot organisées Pas de mise en place d'une animation technique. Mise à jour des pages des BDP sur le site national 2335 abonnés sur Facebook – <u>Obj.</u> de 2300

Développer et dynamiser le réseau des Bistrots de pays (CH.11)

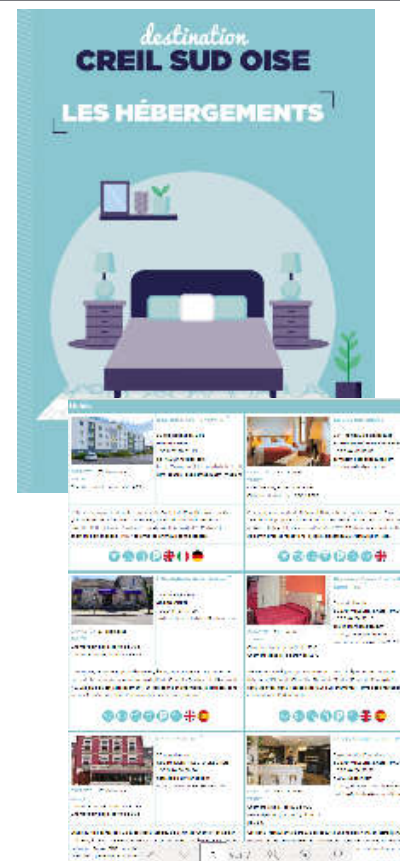


L'Agence a décliné la nouvelle identité graphique sur ses nouveaux supports de communication.

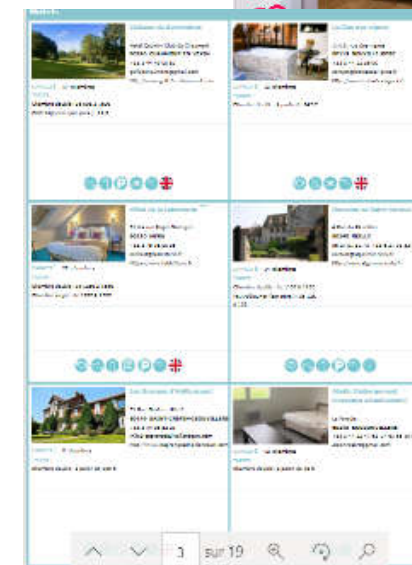
Repenser le processus d'information personnalisée du visiteur (CH. 12)



Actions programmées	Mise en œuvre
➔ Mettre en place des outils supports du conseil personnalisé	1 modèle créé et 5 OT formés sur un <u>Obj.</u> de 8 structures
➔ Etudier le besoin des visiteurs pour mettre en harmonie les supports et dispositifs d'accueil.	Passé d'une logique questionnaire à entretiens semi-directifs : De 15 entretiens vs. <u>Objectif</u> de 100 répondants. OT formés pour organiser cette mission et bien manager les entretiens (mission menée par le cabinet Jean-Luc Boulain)



Exemples de e-brochure conçue avec l'application



Repenser le processus d'information personnalisée du visiteur (CH. 12)



Actions programmées	Mise en œuvre
👉 Adapter les contenus des supports aux attentes des visiteurs	Journée de restitution qui n'a pas produit de résultats (mais à fait remonter des problématiques conflictuelles entre ADT et OT) ; ce qui a été d'une manière très utile pour refonder les assises d'un partenariat « gagnant-gagnant ». ➔ Prise de conscience de la nécessité de modifier le partenariat ADT/OT's
.	

Poursuivre le développement du tourisme fluvial et fluvestre sur l'Oise (CH 13)



Actions programmées	Mise en œuvre
↑ CH.13 Créer les conditions d'un partenariat opérationnel entre ADT 60 et 95	Un REX a été fait le 23/11 avec toutes les structures impliquées (sur le bateau My Lucy). Avenant 2022 signé – Actions et budgets mutualisés autour de Slow 2022.



Objet de la dépense	Description de la dépense	Dépenses collectives	Dépenses propres Oise Tourisme	Dépenses propres val d'Oise Tourisme
RNTF 2022	Réservation et décoration du stand, prise de rdv, logistique, goodies	15 000,00 €		
Conception de dispositifs d'émergence d'une image globale	Déclinaison visuelle du positionnement de la Vallée et de supports évolutifs pouvant servir en BtoB et en BtoC	15 000,00 €		
Outils et supports de prospection	Editions BtoB et Eductours	5 000,00 €		
Création d'outils d'aide à la commercialisation de deux circuits boat and bike dans l'Oise	Supports de communication, roadbook plus détaillé, reportage photos et/ou vidéo		2 000,00 €	
Consulting Compagnie des Canotiers	Conseils opérationnels sur la V2 des circuits Boat and Bike		3 000,00 €	
Conception d'un business plan sur le tronçon Pontoise - L'Isle Adam	Business plan opérationnel et réaliste en vue d'un AAP			5 000,00 €
		35 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €

La convention et plan d'actions 2022 était très tourné vers la participation du collectif au salon B2B SLOWW (et à ses préparatifs)

Poursuivre le développement du tourisme fluvial et fluvestre sur l'Oise (CH 13)



Actions programmées	Mise en œuvre
➔ CH.13 Développer et mettre en marché l'offre boat and bike « à la journée »	⬇ Un 2^e circuit (Compiègne/Rethondes) n'a pas pu être développé (pas de volonté de la CCLO de créer un appontement). L'exploitation d'une nouvelle saison B&B Compiègne/Pont Ste Maxence a été réalisée. Intégration d'un Rando' Jeu pour agrémenter la croisière. ➔ 4 dates programmées, une annulée Taux occupation sur les 6 aller-retour : 100%-100%/90%-32%/100%-100% - Soit 125 pax dont 115 adultes ⬆ Satisfaction de : 9,4/10 <u>Obj 22</u> de 85% d'occupation moyenne et 8,8/10 de satisfaction

La satisfaction client

Comme l'année dernière², il y a un **très bon retour des clients** con note de satisfaction générale atteint :

9,14 /10 - **Très bon**

Cette étude a permis de constater que la clientèle était majoritairement local, avec une taille de groupe de 3,15 personne. Activité qualifiée de « dépaysante », « concept intéressant ».

Poursuivre le développement du tourisme fluvial et fluvestre sur l'Oise (CH 13)



Actions programmées	Mise en œuvre
↑ CH.13 Structurer l'offre de boat and bike en séjour itinérant (péniches hôtels)  	Une offre Paris/Péronne a été conçue et valorisée dans un support de prospection, et de l'opération Sloww. Une action de relance téléphonique a permis d'accrocher deux opérateurs : • CroisiEurope (qui a lancé un circuit Paris/Pont l'Evêque à partir de mai 2023) • European Waterways, qui s'est déclarée intéressée pour étudier le potentiel de la vallée de l'Oise.



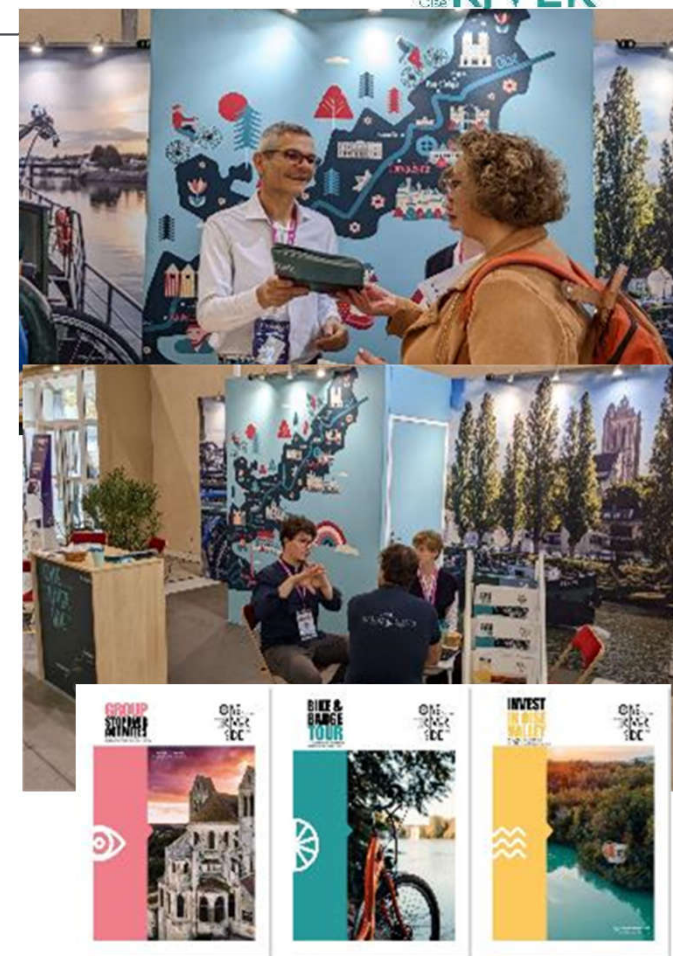
OISE Compiègne
Auvers
sur
Oise
RIVER
SIDE Paris



Poursuivre le développement du tourisme fluvial et fluvestre sur l'Oise (CH 13)



Actions programmées	Mise en œuvre
↑ CH.13 Préparer, organiser et participer au salon professionnel SLOWW	Création de 3 supports et pochette de prospection – Ainsi que d'un stand de 18m² 22 rendez-vous d'affaire – <u>Obj</u> de 15 Mise à jour de la base de prospects pour organiser le suivi des contacts



Budget de l'opération : Env. **20K€** (50% Oise Tourisme)

Postes de dépenses :

- 6700€ pour les supports « print »
- 2500€ pour l'iconographie et vidéo
- 1000€ pour les goodies et produits de dégustation
- 8500 € pour le stand (location et habillages)
- 1000€ pour le transport

Accompagner les OT visites du chantier CSNE (CH13)

Actions programmées	Mise en œuvre
↑ CH.13 Assurer les travaux préparatoires avec la SCSNE et les OT pour la visite du chantier	Travail de benchmark permettant d'identifier les bonnes pratiques effectué. Conception du parcours client « visite de chantiers » Définition de l'ossature d'un produit de visite. <u>REACTIVATION EN SEPT 2023</u> (suite à l'attribution des marchés pour écluse de Montmacq) – ➔ Voir Action A6 de la FDR 23

Avant la visite							Jours			
1. Accueil et orientation	2. Présentation du chantier	3. Visite des installations	4. Visite des équipements	5. Visite des ouvrages	6. Visite des services	7. Visite des locaux	8. Visite des locaux	9. Visite des locaux	10. Visite des locaux	11. Visite des locaux
12. Visite des locaux	13. Visite des locaux	14. Visite des locaux	15. Visite des locaux	16. Visite des locaux	17. Visite des locaux	18. Visite des locaux	19. Visite des locaux	20. Visite des locaux	21. Visite des locaux	22. Visite des locaux

Le parcours client permet de se mettre "dans la peau" d'un client intéressé par la visite du chantier depuis sa découverte du produit jusqu'à son retour chez lui.

Action délaissé Canal du Nord

Actions programmées	Mise en œuvre
↑ Finaliser le préprojet et le présenter aux parties prenantes afin d'ouvrir la phase de faisabilité-opportunité	Préprojet présenté aux élus de la CCPN pour adhésion. Amendement du projet (volet loisirs avec projet d'une 'base'). Rédaction de la fiche du CTD (pour financements de la mission d'étude). Rédaction de la V1 du CCTP

Le marché visant à étudier la faisabilité et opportunité de créer une destination de slow tourisme sur une partie du délaissé du canal a été lancé le 28 mars 2023.



Contrat territorial de développement
Fiche projet

Fiche n°14
Version du 29/07/22

priorisation	secteur CSNE	Thème :	ACTIVITÉS DE LOISIRS ET TOURISTIQUES	S/Thème :	Compétence d'habitat touristique & 11 loisirs
Localisation :	du Port d'Évigne à Somain	PC CSNE :		PC APSM :	
Intitulé du projet :	Réalisation d'une étude d'opportunité-faisabilité d'un projet visant à concevoir un espace tourisme-loisirs sur les délaissés du Canal du Nord				
Description de la demande :	Contrat à des aspects de l'ingénierie touristique, sociale, économique et patrimoniale. Proposition de développer le projet d'habitat touristique global à l'échelle 2040				

Localisation de la demande



Cahier des Charges Technique Partie
MARCHÉ DE SERVICES

VERSION DE TRAVAIL V1.0

Réalisation d'une étude d'opportunité d'un projet visant à concevoir un espace tourisme-loisirs sur les futurs délaissés du Canal du Nord

Date et heure limites de réception des offres
Jeu 30 mars 2023 à 17H00

Pouvoir Adjudicateur :


Communauté des Communes du Pays Noyonnais
Campus Economique Inovia
1431 Boulevard Charbonneux - Bâtiment B
60 400 NOYON Tél : 03 44 05 60 40

Le responsable de la consultation est Madame Sandrine GAUCHELLE, Présidente de la Communauté des Communes.

Procédure de passation et forme du marché
Marché à procédure adaptée en application de l'article L2123-1 du code de commande publique.

Personnes à contacter :

- Sylvie Vismont - Chef de pôle Urbanisme - Direction du Développement Territorial Communauté des communes du Pays Noyonnais - sylvie.vismont@ccpnnoyons.com ou 03 44 05 62 71 pour les aspects administratifs et techniques.
- Stéphane Roussel - stephane.roussel@oisetourisme.com - 07 00 16 27 25 pour les aspects techniques.

Page 1 sur 31

Cahier des Charges Techniques Partielles (CCTP)

Fichier :

Rédaction de la fiche du CTD et de la V1 du CCTP dans le cadre de la convention d'AMO signée avec la CCPN

Poursuivre la mise en tourisme de la vallée du Thérain pour en faire une destination forte de slowtourisme(CH.14)

Actions programmées	Mise en œuvre
➔ CH 14 – Structurer et équiper la rivière & les clubs	➔ Organisation d'une réunion Mission Thérain (fédérer et faire le point) ➡ Conception d'une charte graphique & éditoriale ➡ Lancement chantier signalisation règlementaire (fourniture d'un kit permettant de faire réaliser et poser les panneaux. ➔ Assistance au Beauvaisis pour la conception d'un circuit nautique. ➡ Assistance à la conception d'un embarcadère sur Songeons, pour le compte de la CCPV. ➡ Pas d'évolution en matière de structuration des clubs de Canoë
➔ Poursuivre la mise en marché des activités	Mêmes produits programmés qu'en saison 2022 avec 3 structures : camping de la Trye, Canoë club de Montataire et de Hermes. Ecoute clients réalisée (78 répondants – Satisfaction de 9,1/10)

Poursuivre la mise en tourisme de la vallée du Thérain pour en faire une destination forte de slowtourisme(CH.14)



Afin de donner une identité à la vallée du Thérain, une identité globale et collective a été réalisée



Signalétique à mettre en place au moulin de Blon : interdiction vers le bras de gauche (ajouter un cartouche « Danger »), et placer l'indication de la glissade au milieu de l'ouvrage. Parcelle F232.

Exemple d'outil de facilitation à la pose de la signalétique règlementaire

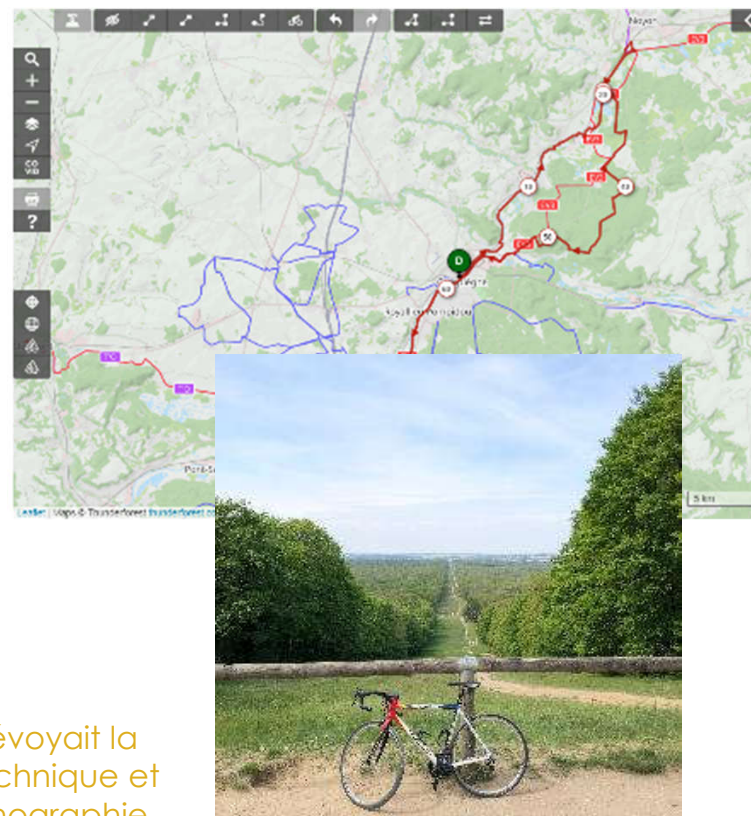


Pose de la signalétique règlementaire

Mener les premières actions tests de l'opération « l'Oise sans ma voiture » (CH.15)

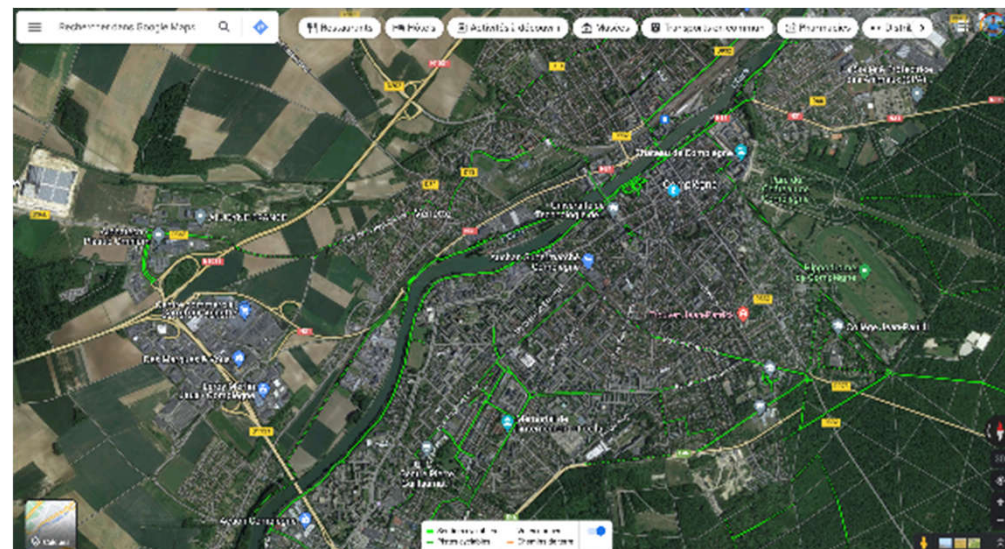
Actions programmées	Mise en œuvre
👉 CH. 15 Mener des premières actions « l'Oise sans ma voiture »	👆 Collection d'un jeu de 7 itinéraires à vélo spécialement conçus par un journaliste spécialiste du vélo Claude Droussent. <u>Obj. de 4</u> <u>S'appuyer sur des carrefours d'audience :</u> 👇 Lancement d'un partenariat avec la plateforme Komoot, application de planification et de guidage d'itinéraires.

La mission confiée à Claude Droussent prévoyait la conception de l'itinéraire, sa description technique et touristique, sa géolocalisation GPX et l'iconographie



RandoView : Poursuivre et assurer la digitalisation des plus beaux itinéraires. (CH.16)

Actions programmées	Mise en œuvre
➔ CH 16 Poursuivre et assurer la digitalisation des plus beaux itinéraires	132 km digitalisés représentant 21 tracés/circuits à vélo ou de randonnée pédestre.
☒ Analyser l'opportunité interface Google Transit ☒ Promouvoir les « traces vertes » via dispositif numérique pour les prestataires/hébergeurs	X



Un des objectifs de la mission est de pouvoir inscrire les circuits sur Google Maps en traces vertes.

Digitaliser le processus de réservation et de paiement des activités (CH.17)

Actions programmées	Mise en œuvre
↑ CH.17 Identifier la solution la plus adaptée et contractualiser 👉 Déployer le dispositif choisi  A l'image Les Secrets de Pierrefonds, qui a intégré dans son site web le moteur de réservation	La procédure de mise en concurrence a abouti à sélectionner la solution REGIONDO. 1 Webinaire de présentation à destination des Offices de tourisme de l'Oise organisé le 5/07. 7 participants. 1 territoire a adopté l'outil (OT de Beauvais) pour développer une place de marché 1 Webinaire de présentation de la place de marché de l'OT de Beauvais à destination des prestataires du territoire organisé le 1/12. 15 inscrits, 1 seul contact qualifié (MTVS) mais qui ne souhaite pas souscrire après la démonstration de l'outil 2 prestataires accompagnés via le parcours d'accompagnement de Oise Tourisme à la digitalisation ont adopté Regiondo : travail sur l'optimisation du site web pour Frédéric Derouet moniteur de pêche, création d'un site web pour les Secrets de Pierrefonds. 10 démonstrations de l'outil organisées avec Regiondo sur 2022

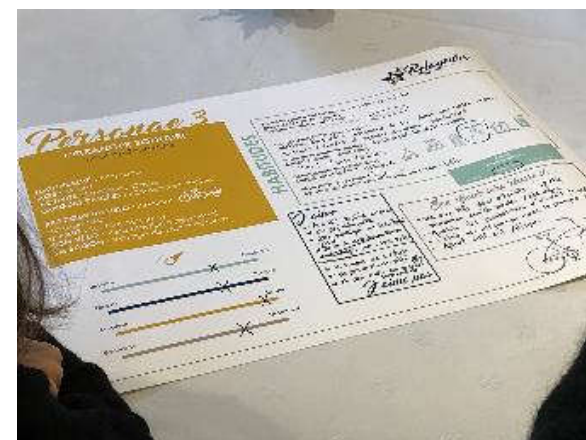
Interreg
France-Wallonie-Vlaanderen

Eurocyclo

Avec le soutien du Fonds européen de développement régional
MAG (Maison de l'Aménagement du Grand Arrondissement de la Région de la Capitale)

[illegible]

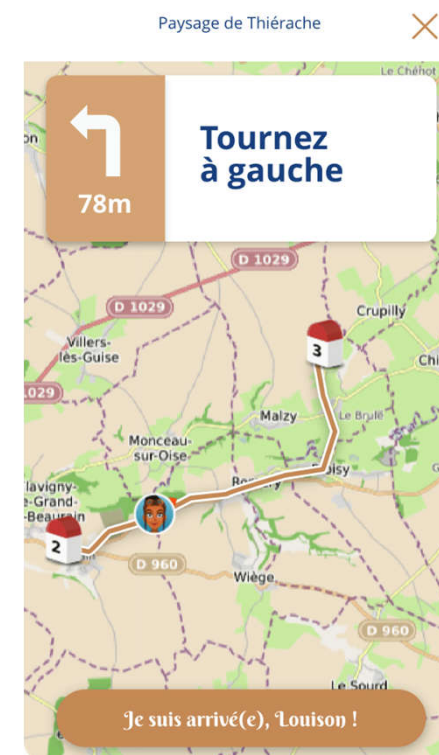
La communauté Les Relayeurs



Déployer l'opération de ludification de l'EV3, à la suite de la passation du marché (CH.19)



Actions programmées	Mise en œuvre
➔ CH.19 Déployer le dispositif	➡ En partenariat avec Aisne Tourisme, conception de parcours de randonnées à vélo en géocaching. ➡ Conception du scénario (Louison Pignon) Conception de 3 aventures (1 Oise sur Senlis – 1 Oise-Aisne – 1 Aisne). ➡ Dispositif de communication : application, site web, Facebook Lancement d'un projet de 3 nouvelles aventures (Noyon – Pont l'Evêque – Compiègne). ⬇ Problématiques de maintenance et de gestion pas anticipées



Autres action EUROCYCLO

- ❑ Création d'un guide de voyages multilingue « Voyage à vélo sur l'Eurovélo 3 »
- ❑ Création d'un produit Bières et Fromages, de l'Oise au Pays des Lacs à Vélo.
- ❑ Finalisation d'une étude économique permettant de qualifier le trafic sur l'EV3 et d'évaluer les retombées.



ACCOMPAGNER : ZOOM SUR LA MISSION INVESTISSEURS (CH 20)



Objectif : favoriser l'implantation de projets touristiques structurants dans l'Oise.

Elargir notre catalogue d'opportunités foncières pour attirer de nouveaux investisseurs

- ❑ Conception d'un support pour sensibiliser les élus locaux sur notre recherche de fonciers (quels types).

Actions programmées	Mise en œuvre
👉 CH.20 Mettre en place des actions ciblées pour identifier des fonciers à forte valeur ajoutée	📈 Traçabilité des nouveaux fonciers insérés dans le catalogue. 📉 Pas d'offres foncières dans le Compiégnois (secteur des ballastières). 👉 Pas d'offres foncières autour de la Vallée du Thérain (mais un projet suivi Bailleul-sur-Thérain). ➡ Lancement d'une action collective de prospection avec Un Lit au Prés



Elargir notre catalogue d'opportunités foncières pour attirer de nouveaux investisseurs

Actions programmées	Mise en œuvre
↑ CH.20 Maintenir la dynamique de mise en relation entre vendeurs et investisseurs par l'accueil d'opérateurs	63 cahiers des charges reçus 146 propositions faites 22 visites de terrain réalisées – <u>Obj</u> de 20 visites + Participation (visiteur prospecteur) aux salons suivants : • SIMI (immobilier entreprise) • IFTM Top Résa • Equip'Hôtel

- Oise Tourisme a contractualisé avec le prospecteur ANCORIS (coût de 30K€ TTC annuel) pour nous apporter des contacts qualifiés.



Liste des contacts concrétisés

Actions programmées	Mise en œuvre
→ CH 20 : 20 visites générant 2 implantations	1 arrivée : Groupe Alfred'Hôtel qui a repris un établissement sur Compiègne. <u>Obj.</u> 2022 + 2

Nouvelle enseigne moyen de gamme : Alfred Hotels



Après le co-living en avril 2021 aux côtés de OpenHouse, l'investisseur créé en 2016 se lance dans l'hôtellerie. Braxton Asset management déploie une joint-venture avec 3 professionnels du secteur appuyée sur une nouvelle marque hôtelière.

C'est notre prospecteur, la société ANCORIS qui nous a apporté ce contact qualifié

Accompagnement du Groupe ALFRED HOTEL

<https://hospitality-on.com/fr/finance/nouvelle-enseigne-moyen-de-gamme-alfred-hotels>

Pour la reprise de l'Hôtel des Arts à Compiègne.

ANCORIS

**PÔLE IMPLANTATION
TOURISME**

Projet ALFRED HOTELS – CDC_0222.076_TM

Cahier des charges

Projet suivi par : THARAUD Marjolaine
Date de la demande : 16/02/2022
Date de qualification : 17/02/2022

Critères de recherche validés par retour de mail par l'investisseur

Synthèse du projet :

Monsieur Duport, professionnel reconnu du secteur hôtelier depuis plus de 25 ans ayant occupé les postes de Directeur des 60000 Bédouais

oisetourisme-pro.com

Liste des contacts (préprojets) avancés

- ❑ (Avant 2021) - Un opérateur ayant racheté un château dans le Pays de Bray pour en faire un 'resort' touristique
- ❑ (2021-2022) Un opérateur visant à installer des hébergements flottants



Opérations spéciales

- Avec VNF pour imaginer le devenir d'un site technique sur l'Oise (Ecluse de Sarron).
➔ AMI ou AAP autour de 2026/2028
- Avec un camping de l'Oise pour évaluer son potentiel de mise en vente.
➔ Potentiel de recherche d'investisseurs autour de 2024



Oise Tourisme a fait expertiser la valeur d'un camping pour en faciliter demain sa revente

[illegible]

Catégorie d'usage commercial	Superficie	CA moyen	CA théorique
Emploi commercial	29	805 €	25 605 €
Mélanges commerciaux	24	5 957 €	143 208 €
Residential	7	1 057 €	11 599 €
TOTAL CA THEORIQUE HT			180 413 €
TOTAL CA THEORIQUE TTC			208 530 €

Opération spéciale : CSNE



- ❑ Mission d'AMO pour le compte de la CC Pays Noyonnais permettant d'explorer l'opportunité et la faisabilité de mutation du futur délaissé du Canal du Nord en espace loisirs-tourisme :

- ❑ Travaux préparatoires avec les élus et EPCI
- ❑ Rédaction de la fiche projet des contrats CTD
- ❑ Rédaction du CCTP
- ❑ Sourcing



Contrat territorial de développement
Fiche projet

Fiche n°14 Version du 29/07/22		Intitulé du projet : Réalisation d'une étude d'opportunité-faisabilité d'un projet visant à concevoir un espace loisirs-tourisme sur les futurs délaissés du Canal du Nord	
priorisation SCSNE	secteur CSNE	Thème : ACTIVITES DE LOISIRS ET TOURISTIQUES	3/Thème : Complexe d'hébergement touristique R. base de loisirs
Localisation : de Pont l'Évêque à Sormalis		PK CSNE :	PK APSM :
-veteur CTD		Demandeur : CCTP avec assistance Oise Tourisme	Rd CTD :
Description de la demande :		Confiner à des aspects de l'ingénierie touristique, fluviale, paysagère ou patrimoniale une mission d'opportunité-faisabilité d'un projet touristique global à horizon 2032-2035.	

Localisation de la demande



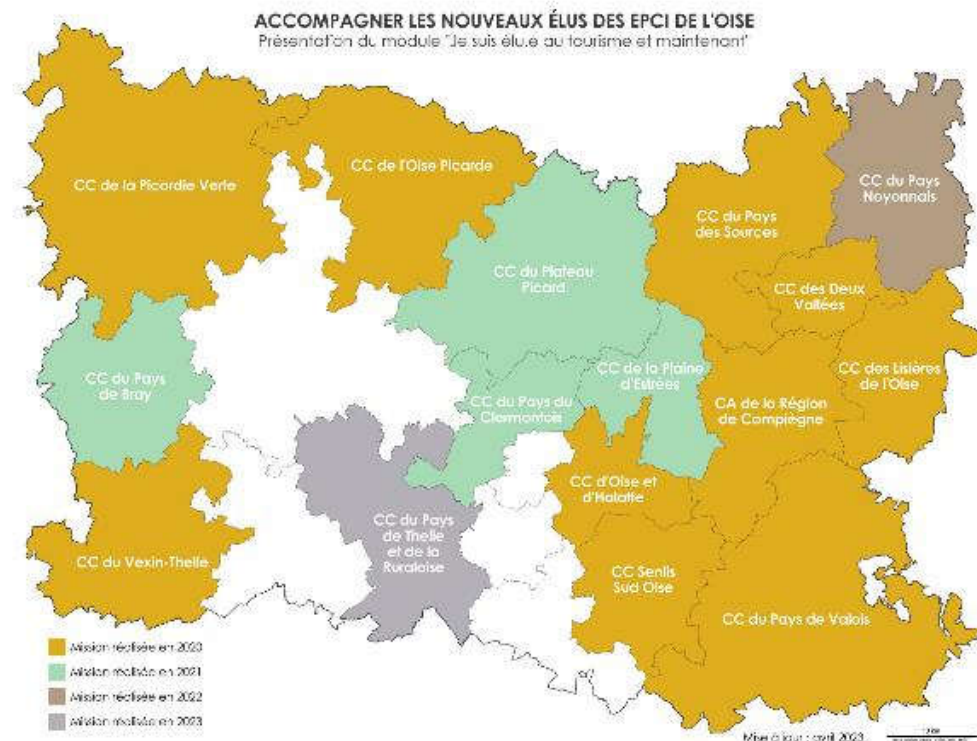
Oise Tourisme a rédigé la fiche du CTD pour avoir accès aux financements Etat-Région.

ACCOMPAGNER : LES OPERATIONS NON INSCRITES DANS LA FEUILLE DE ROUTE (MAIS MENTIONNEES DANS LE PLAN D'ACTIONS)

Vers les collectivités

□ Poursuivre le déploiement du module « je suis élu.e au tourisme et maintenant ! » qui permet de renforcer la visibilité et lisibilité de l'Agence auprès de cette cible.

□ 1 action vers **la CC du Pays Noyonnais**



Accompagnements collectivités

Accompagnement	Point de situation à fin 2022
Commune de Senlis : Parcours 'au temps des rois de France'	Aucune action en 2022, le projet est au stade du programme. La collectivité souhaite phaser la phase de conception.
Commune de Gerberoy : petit musée dans l'ancienne mairie	Oise Tourisme n'a pas été sollicité en phase de réalisation du projet. Le projet est en cours.
CC Picardie Verte : devenir de la ferme d'Hétomesnil	Participation au Copil du projet – Potentiel du site testé auprès d'opérateurs (pas de retours favorables à ce stade).
Commune de Clermont et CC Clermontois : tiers lieu ou 'musée' dédié à la psychiatrie. (Convention €)	Assistance à la rédaction du CCTP et à la phase de sélection des candidatures et des offres. Participation au Copil du projet.

Réaménager les bases de loisirs

- ❑ **Accompagnement du Parc Chédeville**
 - ❑ Approfondissement du scénario retenu
 - ❑ Accompagnement soldé (2256€)
- ❑ **Accompagnement de la base de Saint-Leu d'Esserent**
 - ❑ Conventionnement avec le SIBL (3200€)
 - ❑ Rédaction du cahier des charges
 - ❑ Assistance à la démarche de sélection du bureau d'études (expertises tourisme, urbanisme et paysagement)



Mission de développement du parc
Chédeville, espace de loisirs
Rapport de la mission

Cabinet Alliances

ZA de Parache 63114 Coudes
Tél. 04.73.96.96.96



A ciel ouvert

ZA de Parache 63114 Coudes
Tél. 04.73.96.96.96



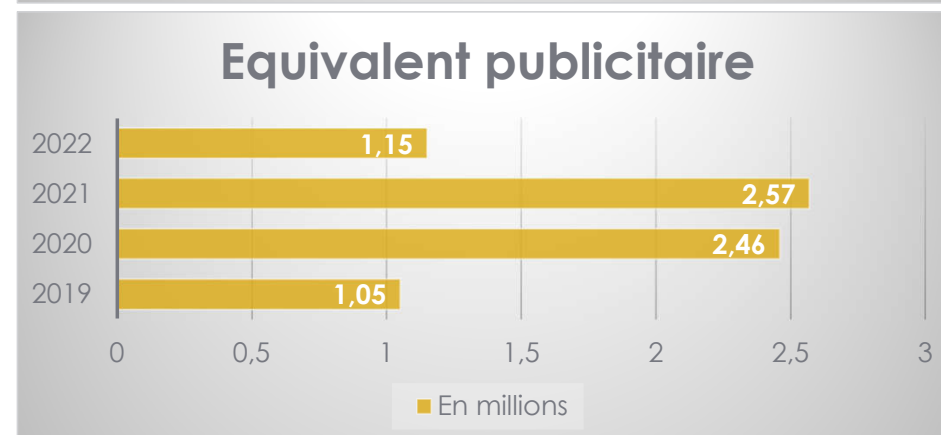
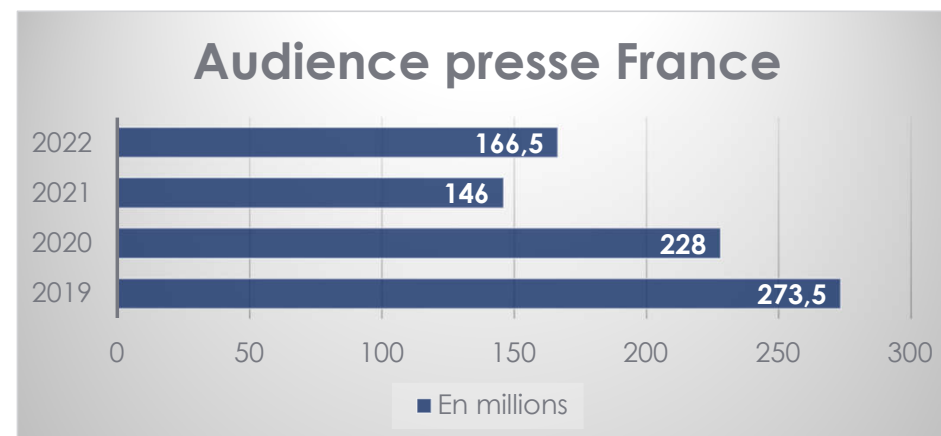
PROMOUVOIR ET COMMUNIQUER



Objectifs : développer la visibilité de l'Oise au travers des médias et réseaux sociaux.

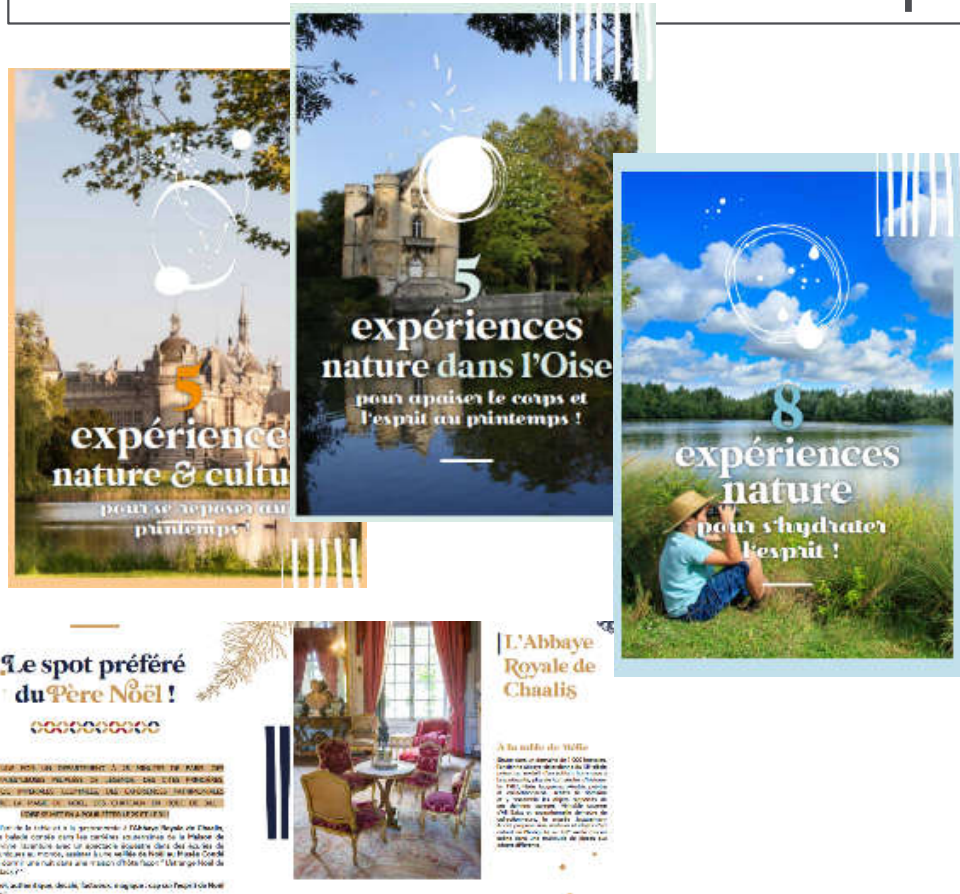
Actions et retombées presse France (CH.21)

Actions programmées	Mise en œuvre
➔CH.21 Développer les retombées presse <u>FRANCE</u>	45 parutions (Obj. 60) Audience cumulée de 166,5 Millions (Obj. 200M) Equivalent contre valeur publicitaire : 1,15M€ (Obj. 2,2M)
🕒CH.21 Valoriser le tournage de la carte aux trésors (juniors)	Oise Tourisme s'est tournée vers la version pilote « Juniors ». Le tournage de l'émission a été réalisé en automne 2022. La date de diffusion est en mai 2023 (bilan sur exercice 2023)



Zoom sur les outils presse France

- ❑ 6 communiqués de presse pour garder un lien fort avec les journalistes :
- ❑ De village en village
- ❑ 5 expériences nature
- ❑ Sur les pas du Duc d'Aumale (Chantilly)
- ❑ 5 expérience 'eaux'
- ❑ Noël 2022
- ❑ L'Oise des savoir-faire



La carte aux trésors juniors (18/19-06 – 23)



La carte aux trésors juniors

La course d'orientation culturelle et sportive pour les jeunes !

Les 18 et 19 mai à 18.00 sur France 4



1^{er} numéro : à la découverte de Chantilly

Dans la 1^{re} émission, la zone de jeu se situe sur la commune de Chantilly, dans le département de l'Oise.

Les enfants découvrent le domaine de Chantilly avec son château, son parc et ses grandes écuries. Ils partent à la recherche d'un vieux grimoire dans la bibliothèque très british du château et doivent faire faire la révérence à un cheval pour trouver un indice précieux. Hors domaine, ils doivent actionner les incroyables pompes à eau du pavillon de Manse et plongent dans l'univers d'Alice au pays des merveilles dans le fantastique potager des Princes.

2^e émission : direction Compiègne

Le deuxième numéro se déroule au château de Compiègne, également dans le département de l'Oise. Dans ce second épisode, les enfants découvrent les originalités et les petits secrets du château aménagé par Napoléon III, naviguent sur l'Oise en aviron avec le concours des champions français du Club d'aviron de Compiègne et doivent retrouver leur chemin dans l'immense, dense et mystérieuse forêt domaniale, la troisième plus grande de France.



Valoriser l'Oise dans des blogs ciblés

Actions programmées	Mise en œuvre
↗CH.21Développer les retombées bloggeurs <u>FRANCE</u>	11 « blogs » accueillis dont 6 avec une communauté supérieure à 10K (<u>Obj.</u> 10 avec communauté sup. 10K)
↗CH.21Développer les retombées bloggeurs <u>FRANCE</u>	14 articles diffusés (<u>Obj.</u> 10) 3 vidéos YouTube 141 stories 10 posts (<u>Obj.</u> 10) 9 Réels

Vous êtes ici >>

Thématiques - Outdoor -

Balade à vélo dans la forêt de Compiègne de château en château



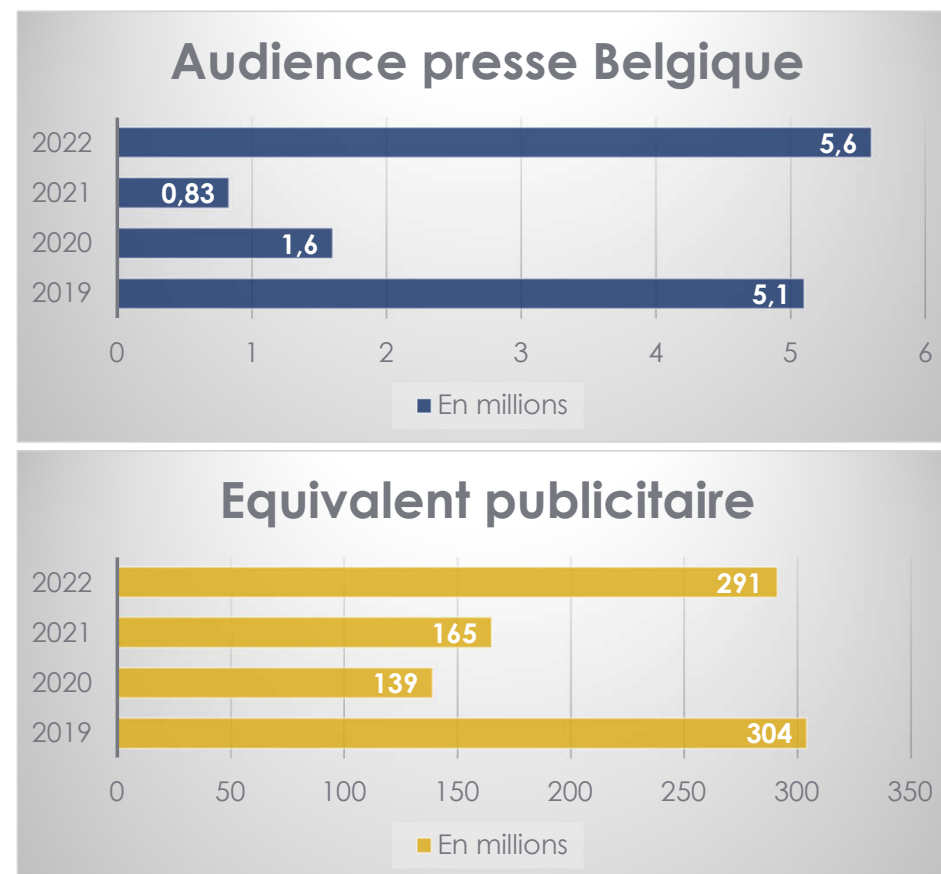
BALADE À VÉLO DANS LA FORÊT DE COMPIÈGNE DE CHÂTEAU EN CHÂTEAU

18 août 2022 | Carnets de voyage, Culture, Hauts-de-France, Nature, Outdoor | par Grégory ROHART |

Actions et retombées presse Belgique

Actions programmées	Mise en œuvre
↑CH.21 Développer les retombées presse <u>BELGIQUE</u>	30 parutions (Obj. 10+4) presse & influenceurs • 50% presse francophone • 50% presse néerlandophone Audience cumulée de 5,6 Millions (Obj. 1,5) Equivalent contre valeur publicitaire : 291K€ (Obj. 160K€)

2020, 2021, le contrat avec l'Agence de presse Walkie talkie a temporairement suspendu pour raisons de crise sanitaire.





@give_me_some_magic



@au_fil_de_nos_decouvertes

Opération communication Belgique

Actions programmées	Mise en œuvre
🕒 CH.21 Mener une opération de communication spécifique presse et web avec VACANCES WEB	Cette opération étant à cheval de l'automne 2022 à l'été 2023, celle-ci sera évaluée dans la FDR 2023 (Action N°A11)

Exemple de parutions numériques sites web de presse belge en 2022.



L'Oise si proche et si méconnue : mais quelle découverte !

Il y a des petites escapades qui permettent une grande évasion : l'Oise en fait partie ! Choisir ce département de la région Hauts-de-France, c'est s'offrir un kaléidoscope de jolies choses à vivre : que vous soyez en quête des belles pierres, de nature de savoir-faire inédits, c'est à moins ...

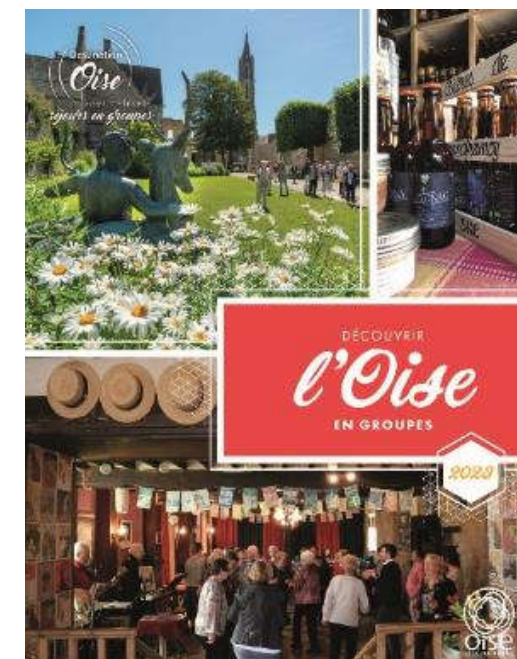


7 balades incontournables dans l'Oise !

L'Oise est le département des Hauts-de-France qui propose probablement les plus belles escapades au vert. A seulement 200 km de Bruxelles, c'est

Précommercialiser l'Oise auprès des prescripteurs de voyages de groupes (CH.22)

Actions programmées	Mise en œuvre
➔ CH 22 Favoriser la commercialisation de l'Oise auprès de la cible classique du 3^e et 4^e âge	Mission de phoning : 60 autocaristes touchés – 46 brochures ré-envoyées – 47 contacts fiables (nettoyage fichier). Obj. 80 Attribution d'une mission commerciale à un agent commercial : 3 jours de prospection (11 RDV physiques et 21 brochures diffusées ultérieurement par ce contact). Tournée de 3 jours marché Belgique : 8 RDV physiques effectués.
☒ Etudier l'opportunité d'aller sur le marché des clubs de voitures anciennes	Pour des raisons commerciales, cette niche a été abandonnée: Côté offre de l'Oise, peu de sites touristiques sont en fait en mesure d'accueillir un nombre certain de voitures de collection qui nécessitent – au-delà de l'espace nécessaire pour le stationnement – des conditions de sécurité importantes Côté marché, nous avons enquêté auprès de plusieurs clubs et auprès du magazine GAZOLINE – il en ressort que ces clients sont très indépendants et passent donc très peu par des intermédiaires (mis à part pour des grands groupes) ; ils ne recherchent pas des produits touristiques mais seulement des road-books.



La brochure a été adressée à 6500 prescripteurs de voyages de groupes (associations, COS, CCAS, autocaristes...) à partir du fichier ADN Groupes (membres ADT 60 et 9 OT habilités à commercialiser)

Promotion sur les canaux digitaux

Actions programmées	Mise en œuvre
➔ CH.23 Poursuivre la visibilité de l'Oise sur les réseaux sociaux	<u>Promotion via le réseau Facebook</u>  ↑ 56829 abonnés (gain de +2705 vs 2021 <u>Obj.</u> de +960). ↑ 7% de taux d'engagement (gain de +2,20% vs 21 – <u>Obj.</u> de 5%) <u>Promotion via le réseau Instagram</u>  ➔ 15433 abonnés (gain de +1186 vs 2021 <u>Obj.</u> de +2400). ↑ 9,98% de taux d'engagement (gain de +2,22% vs 21 – <u>Obj.</u> de 7%)

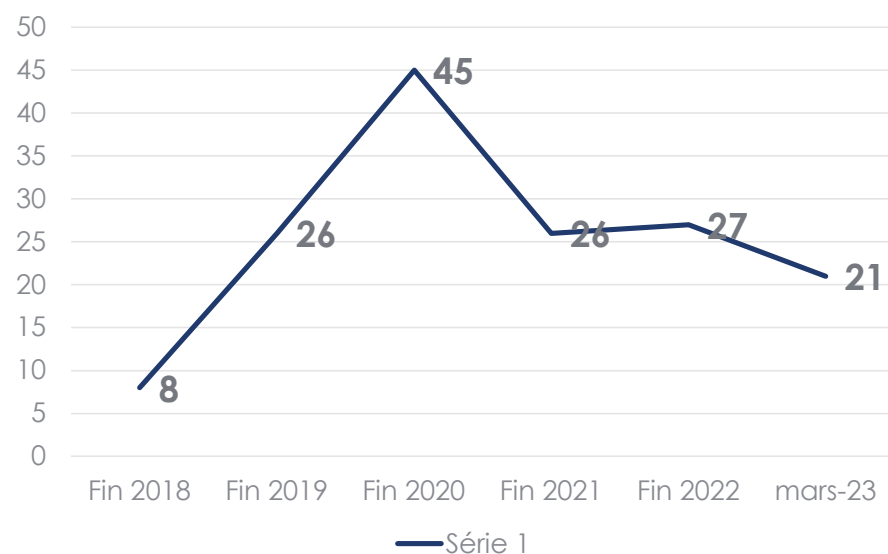
En 2022 – Mise en ligne d'une nouvelle version du site web OiseTourisme



Le site web a totalisé **302 660 visiteurs uniques** (en baisse de 6%), mais une baisse provisoire s'avère normale lorsque le site opère une mutation.
 A VOIR STATISTIQUES 2023

Baromètre We Like Travel

Classement réseaux sociaux WE LIKE TRAVEL –
Classement départemental -83 Agences-
basé sur la puissance et efficacité de FCBK-
INSTA-TWITTER* (*)Oise Tourisme n'anime pas
ce réseau – La place n°1 est la plus
performante



Repenser les éditions B2C (à destination visiteurs)

Actions programmées	Mise en œuvre
↑ CH.24 Concevoir une nouvelle carte touristique de l'Oise	Une nouvelle carte a été réalisée, plus en ligne avec la future plus moderne et plus en adéquation avec la nouvelle stratégie.
☒ CH.24 Redéfinir les éditions relatives à la promenades et activités de pleine nature	Le chantier a été abandonné. Un nouveau projet est programmé sur la FDR 2023 (CH.9 – Dispositif numérique mobile pour renseigner les marcheurs et géolocaliser les circuits.



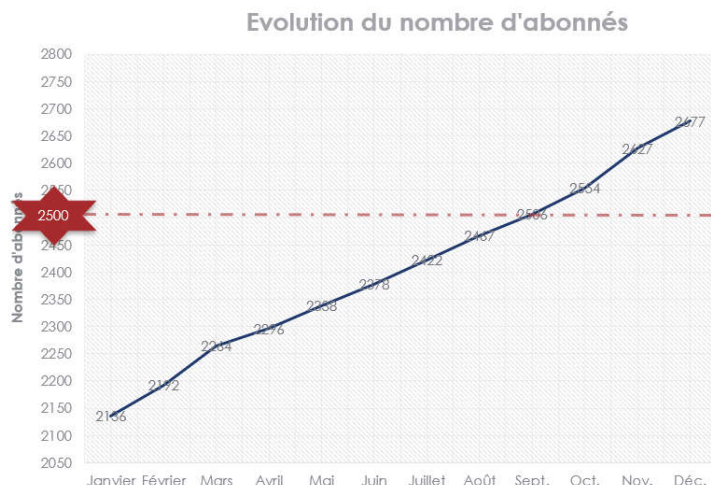
La nouvelle carte touristique a été imprimée à 10000 exemplaires –

COMMUNICATION B&B



Objectifs : Pousser nos services d'accompagnement vers des cibles de prestataires, valoriser l'Agence et ses équipes pour développer son attractivité

Développer notre réseau professionnels sur LINKED'IN



Le rôle de ce réseau :

- Valoriser les actions de l'Agence – Donner une image positive pour attirer des talents.
- Valoriser les collaborateurs
- Suivre l'actualité de la profession
- Publicité sur les marchés lancés par l'Agence et ses partenaires
- Faire du sourcing prestataires

Actions programmées	Mise en œuvre
↗ Développer la communication 'entreprise' et interne via Linked'In	↗ 2677 abonnés (+597 vs 2021) sur un <u>Obj.</u> de 2500. ↗ 12% de taux d'engagement (+3 pts VS 2021). <u>Obj.</u> de 9,5% ➔ 54 publications (-22) pour 86550 impressions. <u>Obj.</u> de 130K

Animer et développer le site web pro

 **3 253**  visiteurs uniques
(-4 754 /2021)

 **11,59%**  taux de rebond
(16,56% /2021)

 **03:26 min**  durée moy. de visite
(03:16 min /2021)

 **3,76**  pages vues
(2,92 /2020)



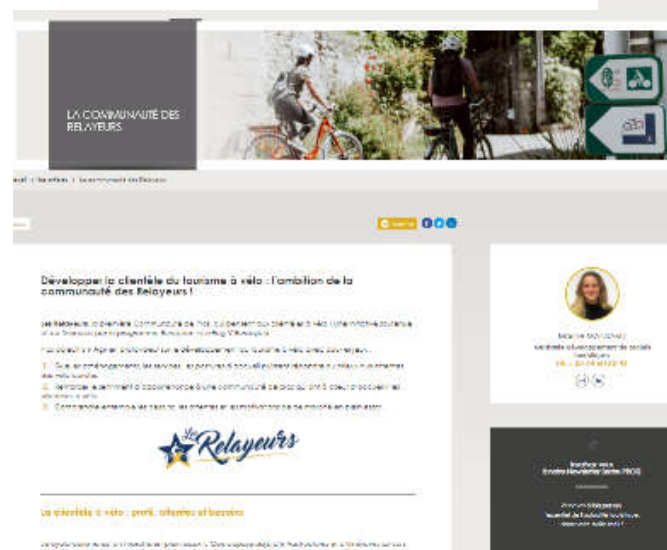
oisetourisme-pro.com

*A noter : changement d'hébergement +
création nouvelle rubrique Observatoire*

Déployer la newsletter pro. pour faire connaître nos services

 **571**
abonnés

+204
par rapport
à 2021



Exemples de gabarit et d'article
types de la newsletter pro – 100%
en opt'in.

[entre PROS] #10 avril 2023
LA NEWSLETTER DE OISE TOURISME

Maintenant, vous savez-tout...

... sur la nouvelle stratégie touristique de l'Oise 2023-2027
« La bataille des activités » ! Retour sur l'édition 2023 des
Rencontres des professionnels du tourisme de l'Oise,
qui a accueilli près de **150** participants !

EN SAVOIR +

*Nouvel itinéraire à vélo
«Bières & fromages»*

Un parcours gourmand, frais et
enivrant sur l'EuroVelo3 - La
Scandibérique !

VOIR LE PARCOURS

*«Mon musée seul n'est
pas rentable.»*

Quel est le produit tendance que
Guillaume propose aux
visiteurs, pour booster son musée
« Les Secrets de Pierrefonds » ?

DÉCOUVRIR

*Ça bouge dans les
sites culturels !*

5 nouveaux projets en cours dans
l'Oise. Découvrez lesquels
et en quoi il est important de
renouveler son parcours de visite !

ÇA M'INTÉRESSE !

*« Notre objectif est d'atteindre
450 000 visiteurs d'ici 2026 ! »*

Pour ses 60 ans, la Mer de Sable compte bien **dépoussiérer
son image...** L'occasion de faire le point sur le poids des
parcs à thème dans l'économie touristique de l'Oise.

+ D'INFOS



L'Agence Oise Tourisme
22, place de la Préfecture
60000 Beauvais cedex



Bilan d'exécution de la feuille de route 2022

Reproduction interdite sans l'accord express de Oise Tourisme

88

MERCI À TOUS

BILAN D'EXECUTION DE L'EXERCICE 2022



L'Agence **Oise Tourisme**

22, place de la Préfecture
60000 Beauvais

oisetourisme-pro.com

YouTube

in

Oise Tourisme est un opérateur
du Conseil départemental
de l'Oise

