

# CHIFFRES CLÉS

OFFICE DE TOURISME  
CREIL SUD OISE

COMPARATIF : 2018

## SOMMAIRE

- > Activité globale p. 4
- > Promouvoir et valoriser p. 5
- > Commercialiser p. 10
- > Accueillir p. 12
- > Animer les réseaux des partenaires p. 12
- > Gérer un équipement p. 14

Explorez   
CreilSudOise TOURISME



# 2019, L'ANNÉE D'AMORCE D'ÉCONOMIE TOURISTIQUE

2018, 1<sup>ère</sup> année de création de l'Office de Tourisme, a été une année de mise en route complexe avec différents écueils administratifs rencontrés. On estime généralement à 2 ans la mise en place administrative effective d'un EPIC.

## 2019, L'ANNÉE D'UNE ÉQUIPE RENOUVELÉE

En février 2018, l'effectif était constitué de 7 personnes pour être réduit à 3 personnes 9 mois plus tard, en novembre 2018. Ces 3 personnes étaient réparties sur 2 sites : l'Office de Tourisme (OT) à Saint-Leu-d'Esserent et le Bureau d'Informations Touristiques (BIT) à Creil.

La 1<sup>ère</sup> moitié de l'année 2019 a été marquée par l'embauche de 3 personnes, remontant l'effectif à 6.

L'équipe, nouvellement formée, a su développer une cohésion forte et a pu profiter de toutes les qualités et savoir-faire de ses membres, qui, chacun dans son propre domaine, a apporté sa pierre à l'édifice pour faire de 2019 l'année du développement.

De tels résultats de développement n'auraient pu être obtenus sans la contribution des services de l'Agglomération Creil Sud Oise.

## 2019, L'ANNÉE DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

2019 a été l'année de l'amorce de développement et de mise en tourisme de la destination de Creil Sud Oise tant au niveau d'une clientèle groupe que d'une clientèle individuelle.

Le chiffre d'affaires 2018 est passé de 33 670€ (boutique + groupes + individuels), à un chiffre d'affaires prévisionnel 2019 de 85 050 €. Pour mémoire le budget primitif prévoyait 57 360 €.

L'augmentation du chiffre d'affaires est de +152% par rapport au chiffre d'affaires réalisé en 2018.

Les prévisions 2019 et les résultats des années précédentes des deux entités de l'Office de Tourisme Pierre Sud Oise (OT PSO) et Maison du Tourisme Communauté d'Agglomération Creilloise (MDT CAC) ont été dépassés.

Les partenaires (musées, restaurateurs, hôteliers...) ont pu réellement profiter de cette montée en puissance de l'Office de Tourisme. Le rapport annuel de l'activité 2019 le prouve amplement. L'OT est en plein développement d'économie touristique sur le territoire Creil Sud Oise.

De plus, les projets de développement ne peuvent pas s'appréhender uniquement à l'échelle de Creil

Sud Oise et supposent une vision trans-territoriale avec une collaboration accrue entre les territoires environnants et les structures institutionnelles départementales et régionales. Les liens entre l'ACSO, les Offices de Tourisme et les acteurs du Tourisme tel Oise Tourisme sont essentiels.

Et enfin, un dossier de candidature d'Appel à Manifestation d'Intérêt pour créer en Hauts-de-France des espaces de rayonnement touristique contribuant à l'attractivité régionale a été déposé pour la Communauté de Communes du Pays d'Oise et d'Halatte et de l'Agglomération Creil Sud Oise. Un avis favorable a été obtenu.

## 2019, L'ANNÉE DE LA MISE EN PRATIQUE DE LA STRATÉGIE MARKETING

Toutes les actions réalisées en 2019 par l'OT sont conformes aux choix stratégiques de développement marketing ayant pour filières prioritaires le patrimoine, le savoir-faire et la nature et pour cibles les individuels (habitants de l'ACSO et habitants des alentours, à 1h voire 2h de route de l'ACSO) et les groupes.

Ainsi, de nombreux contenus visuels et vidéos (au total, plus de 60 reportages vidéos et photos) ont été créés et contribuent grandement à la promotion des 11 communes auprès des cibles d'individuels.

L'année 2019, c'est aussi un nouvel élan avec le lancement de la 1<sup>ère</sup> Rencontre des Explorateurs, réunion pour animer et fédérer les partenaires. Cette initiative, totalement inédite puisque c'est la 1<sup>ère</sup> fois qu'elle est menée sur le territoire, a été un franc succès.

La 2<sup>ème</sup> Rencontre des Explorateurs est en cours d'élaboration pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2020.

Parallèlement, un travail préparatoire pour la création d'un nouveau site Internet a été élaboré à travers la rédaction par l'Office de Tourisme, épaulé par les services de l'ACSO et Oise Tourisme, d'un cahier des charges complexe ainsi que la recherche d'un logiciel de caisse et de réservation de visites guidées en ligne.

Pour anticiper le futur déménagement de l'Office de Tourisme à Creil, un cahier des charges sur l'aménagement de l'accueil et la création de décoration et carte a également été réalisé en interne.

## 2019, L'ANNÉE DE L'INTÉGRATION DE LA MAISON DE LA PIERRE

Alors que l'Office de Tourisme était encore en cours de structuration administrative (juridique et ressources humaines), il a fallu mener de front un nouveau projet : l'intégration de l'association la Maison de la Pierre (Saint-Maximin) au sein de l'EPIC.

Cette intégration effective au 1<sup>er</sup> octobre a pris beaucoup d'énergie sur l'année 2019 avec la mise en place juridique et administrative, et la compréhension de son fonctionnement.

Ce fut un nouveau challenge mené à bien.

## NOS CHALLENGES EN 2019...

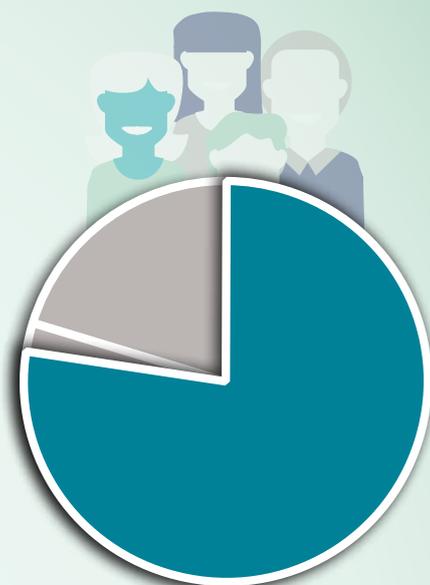


# ACTIVITÉ GLOBALE

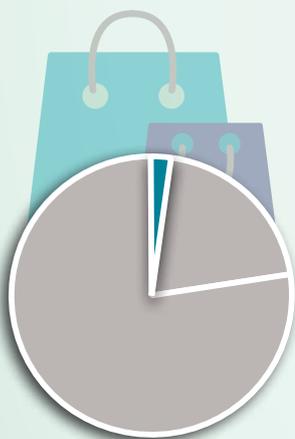
## CHIFFRE D'AFFAIRES



**85 050 €**  
2019 ↗ 152%  
33 670 €  
2018



**66 430 €**  
2019 ↗ 175%  
24 100 €  
2018



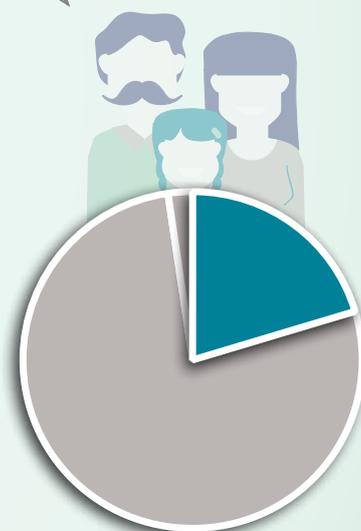
**1 150 €**  
2019 ↘ -6%  
1 230 €  
2018 2 points de vente (OT + BIT)



### À noter

Retombées économiques chez nos prestataires

**65 700 €**  
Avec forte satisfaction client



**17 470 €**  
2019 ↗ 109%  
8 340 €  
2018

### Répartition du CA Individuels



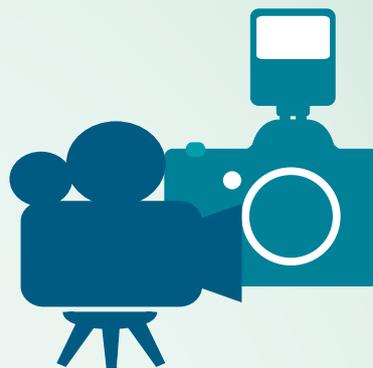
# PROMOUVOIR ET VALORISER

## CRÉATION DE CONTENUS



**1**  
brochure pour les groupes  
*Explorez Creil Sud Oise en groupes*

1 500 ex



**30**

reportages vidéos sur le territoire (démarches administratives - *planning* et *autorisations* : *drône* et *droits d'image* -, tournage, montage, publication)

**31**

reportages photos sur le territoire (idem)

Guide accompagnant les prestataires souhaitant apparaître dans les RDV, envoyé lors des appels à projets

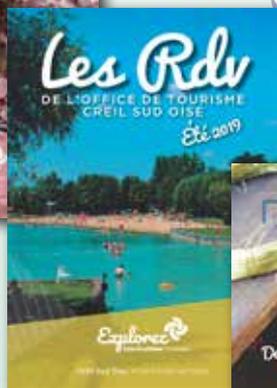


**3**

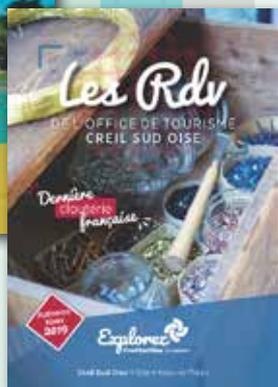
brochures pour les individuels  
*Les RDV de l'Office de Tourisme Creil Sud Oise*



8 000 ex



8 000 ex



4 000 ex

Distribuées dans près de 150 sites (boulangeries, bibliothèques, médecins...) de l'ACSO et alentours



**nouveau**

**Les RDV Secrets**

Chaque mois, organisation d'une visite insolite, d'une animation hors du commun, ouverture d'un site rarement voire jamais accessible au public.

# PLAN DE COMMUNICATION

**FOCUS :**  
**LES BALADES FLUVIALES**

**2019**  
↗ 92%

**885**

abonnés à la Newsletter  
Individuels (12 envois/an)

**37%** taux d'ouverture

Moyenne mondiale Tourisme : 25%

[source : 2019 Email Marketing Metrics Benchmark Study par IBM]

**460** **2018**



**1398** **nouveau**

abonnés à la Newsletter  
Groupes (3 envois/an)

**30%** taux d'ouverture



**7**

campagnes  
publicitaires  
dans la presse  
régionale  
quotidienne



**4**

jeux concours grâce à un nouveau  
partenariat avec un centre  
commercial  
(zone Saint-Maximin)

Gains : places pour des balades  
fluviales ou des visites guidées

**140**

participants par jeu (moyenne)



**1**

campagne  
publicitaire à la radio  
locale (Evasion)



**3**

mailings papier  
(brochure groupes, **700 envois** et  
balades fluviales, **200 envois**)

**4**

e-mailings  
(brochure groupes, **1 400 contacts**,  
brochures RDV et balades fluviales,  
**+2 600 contacts**)



**1**

campagne  
publicitaire en arrière  
de bus à l'ACSO

# PLAN DE COMMUNICATION

PROMOUVOIR  
ET VALORISER



## Retombées Communiqués de presse

**97**

articles de presse sur le tourisme à l'ACSO recencés + Articles dans Le Petit Futé, Oise Hebdo l'Eté dans l'Oise, CP de Oise Tourisme... (relecture)

**43**

communiqués de presse (CP)  
sur les brochures RDV

**2**

**nouveau**

CP à destination des mairies  
de l'ACSO (spécial RDV)

**1**

**nouveau**

CP sur le lancement  
de la brochure groupes

**5**

**nouveau**

CP sur les évènements  
(JEP, #FillTheBottle, balades fluviales,  
Rencontres des explorateurs,  
Journées des plantes)

## Harmonisation attractive des documents de vente

**DEVIS  
Groupes**



**3**

articles de qualité et reportages photos sur des sites  
touristiques ayant un lien avec la pierre à l'ACSO

**9 pages**

**nouveau**

Festival Danses et musiques du monde  
VISITEURS RENSEIGNÉS

47 (1 jour)

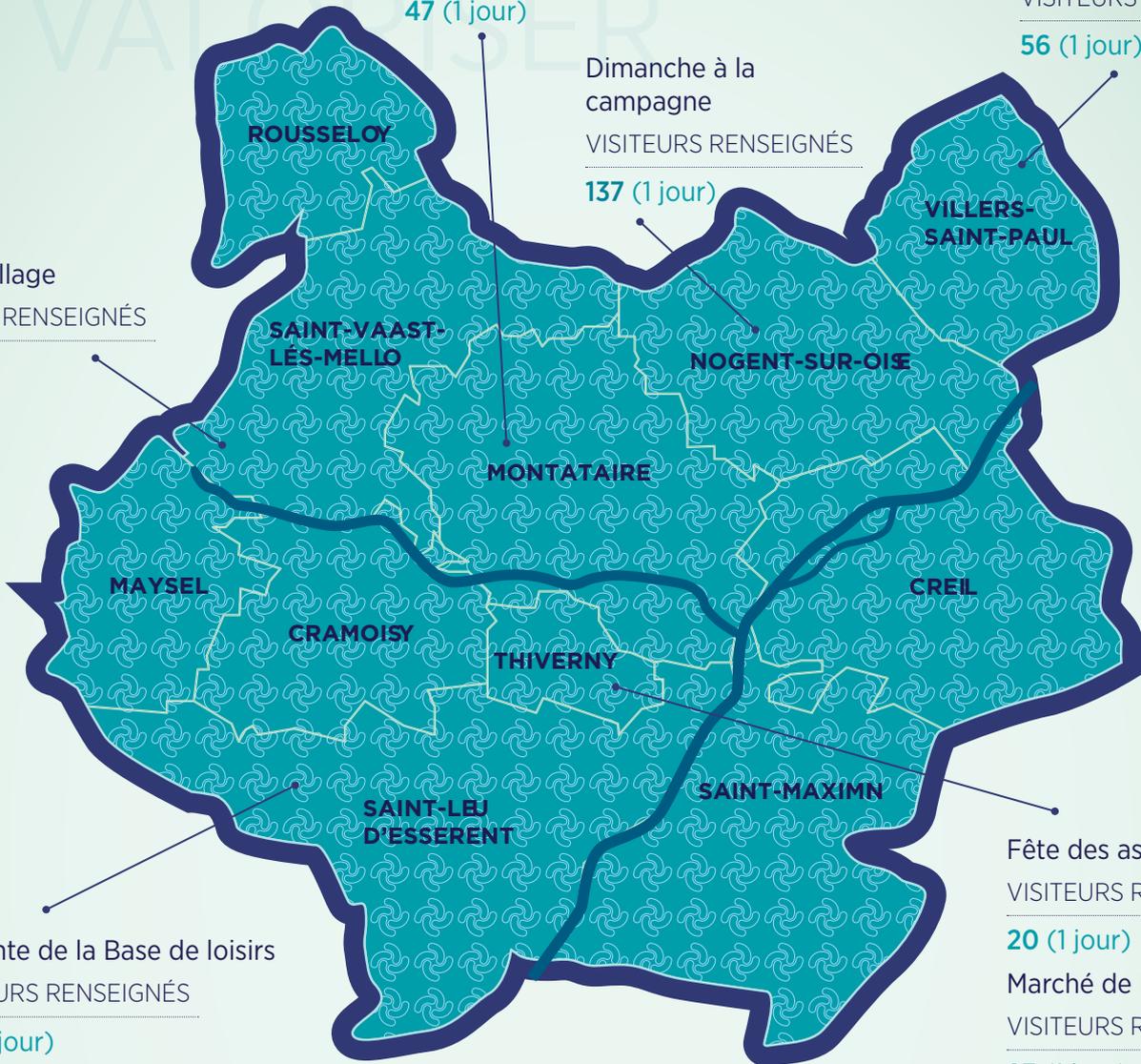
Fête des associations  
VISITEURS RENSEIGNÉS

56 (1 jour)

Dimanche à la campagne  
VISITEURS RENSEIGNÉS

137 (1 jour)

Fête du village  
VISITEURS RENSEIGNÉS  
14 (1 jour)



Brocante de la Base de loisirs  
VISITEURS RENSEIGNÉS  
158 (1 jour)

Marché 100% Picard (St-Leu + St-Maximin)  
VISITEURS RENSEIGNÉS  
212 (1 jour)

Journées du patrimoine  
VISITEURS RENSEIGNÉS  
76 (1 jour)

Fête des associations  
VISITEURS RENSEIGNÉS  
20 (1 jour)

Marché de Noël  
VISITEURS RENSEIGNÉS  
23 (1 jour)

**TOTAL OPÉRATIONS  
HORS LES MURS  
VISITEURS RENSEIGNÉS**

**1 040 (16 JOURS)**

**OPÉRATIONS  
SÉDUCTION  
HORS LES MURS  
À LA RENCONTRE  
DES HABITANTS  
ET DES VISITEURS**

**Opérations séduction**

Accueil dans les 3 campings (Abbatiale, Campix, Pré des moines) et à la Base de loisirs (total : 4 jours)

Tenue de stand lors des Journées des Plantes à Chantilly (3 jours)

VISITEURS RENSEIGNÉS (TOUTES OPÉRATIONS)

**+300**

# RÉSEAUX SOCIAUX

800  
publications



5 200 **2019** ↗ 30%

fans Facebook

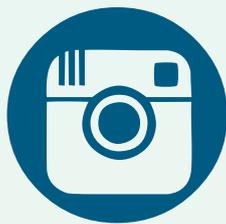
3 990 **2018**

4,7% taux d'engagement

Moyenne nationale : 4,08%

[source : Baromètre Hootsuite 2018 France]

70  
publications

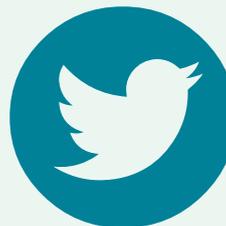


860 **2019** ↗ 273%

abonnés Instagram

230 **2018**

90  
Tweets



115 **2019** ↗ 475%

followers Twitter

20 **2018**

25  
publications



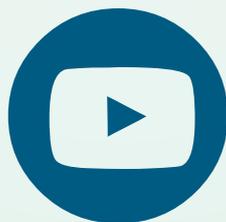
110

abonnés LinkedIn

↗ 520% **2019** 31

vidéos en ligne

**2018** 5



# COMMERCIALISER GROUPES

CA Groupes

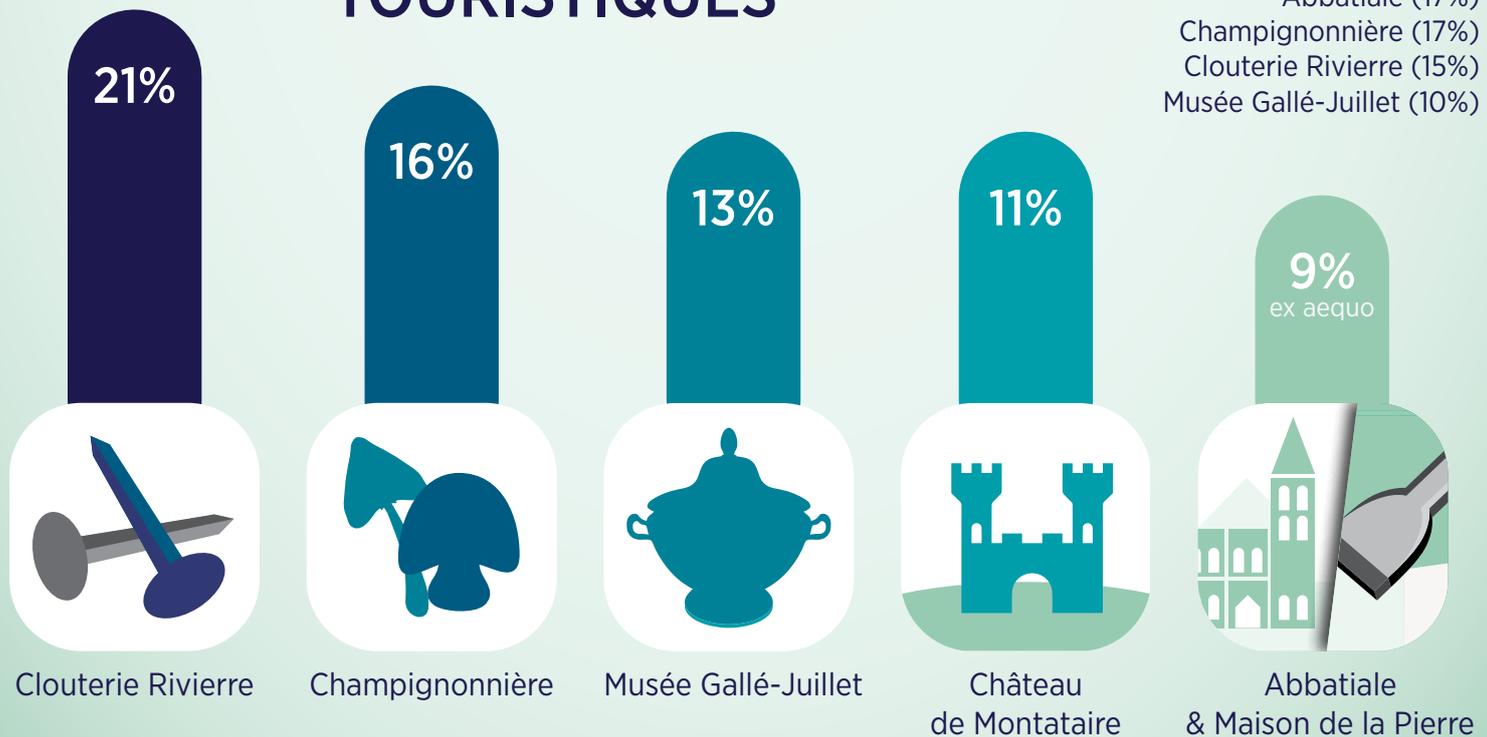
66 430 €

## FRÉQUENTATION ET PROVENANCE



Données sur la provenance similaires **en 2018**

## FRÉQUENTATION Top 5 2019 DES SITES TOURISTIQUES



## Top 5 2018

- Balades fluviales (27%)
- ↳ Bateau Isara à disposition pour les groupes en 2018
- Abbatale (17%)
- Champignonnière (17%)
- Clouterie Rivierre (15%)
- Musée Gallé-Juillet (10%)

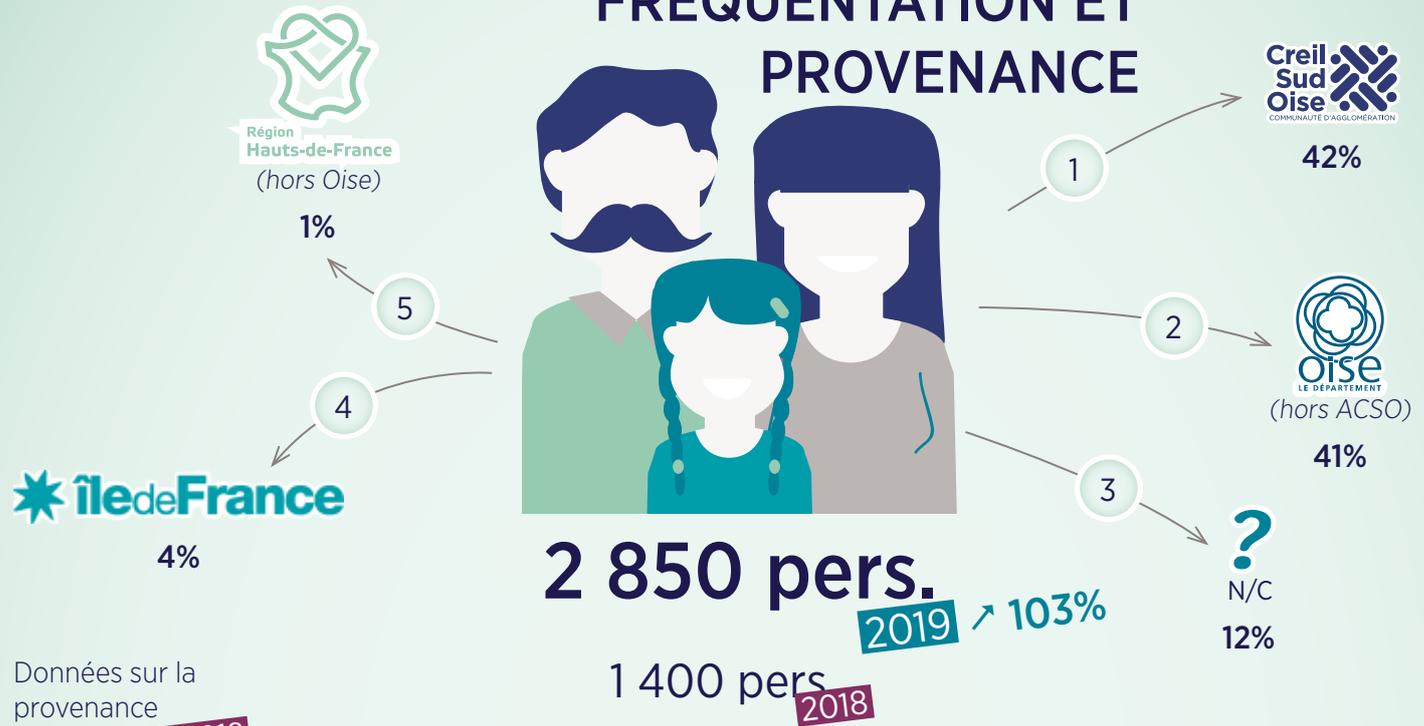
# COMMERCIALISER

## INDIVIDUELS

CA Individuels

17 470 €

### FRÉQUENTATION ET PROVENANCE



Données sur la provenance similaires en 2018

### FRÉQUENTATION DES SITES TOURISTIQUES

Top 5 2018

- Balades fluviales (31%)
- Champignonnière (13%)
- Château de Montataire (9%)
- Cueillette de champignons (3%)
- Nuit des étoiles (3%)



Balades fluviales inclus : 4 groupes (2 adultes, 2 Jeunes publics)

# ACCUEILLIR

## FRÉQUENTATION ET MODES DE CONTACT



1 250

2019

-18%

personnes renseignées

1 520

2018 2 points d'accueil (OT + BIT)



660

par téléphone



280

au guichet



230

en ligne

(Messenger Facebook  
et e-mail)



80

par courrier

# ANIMER LES RÉSEAUX DES PARTENAIRES

## 1<sup>ÈRE</sup> RENCONTRE DES EXPLORATEURS

samedi 16 mars 2019

au restaurant Sésou (Nogent-sur-Oise)



40

participants



1/2 journée  
consacrée aux  
rencontres



1/2 journée  
consacrée aux  
échanges de  
bonnes adresses

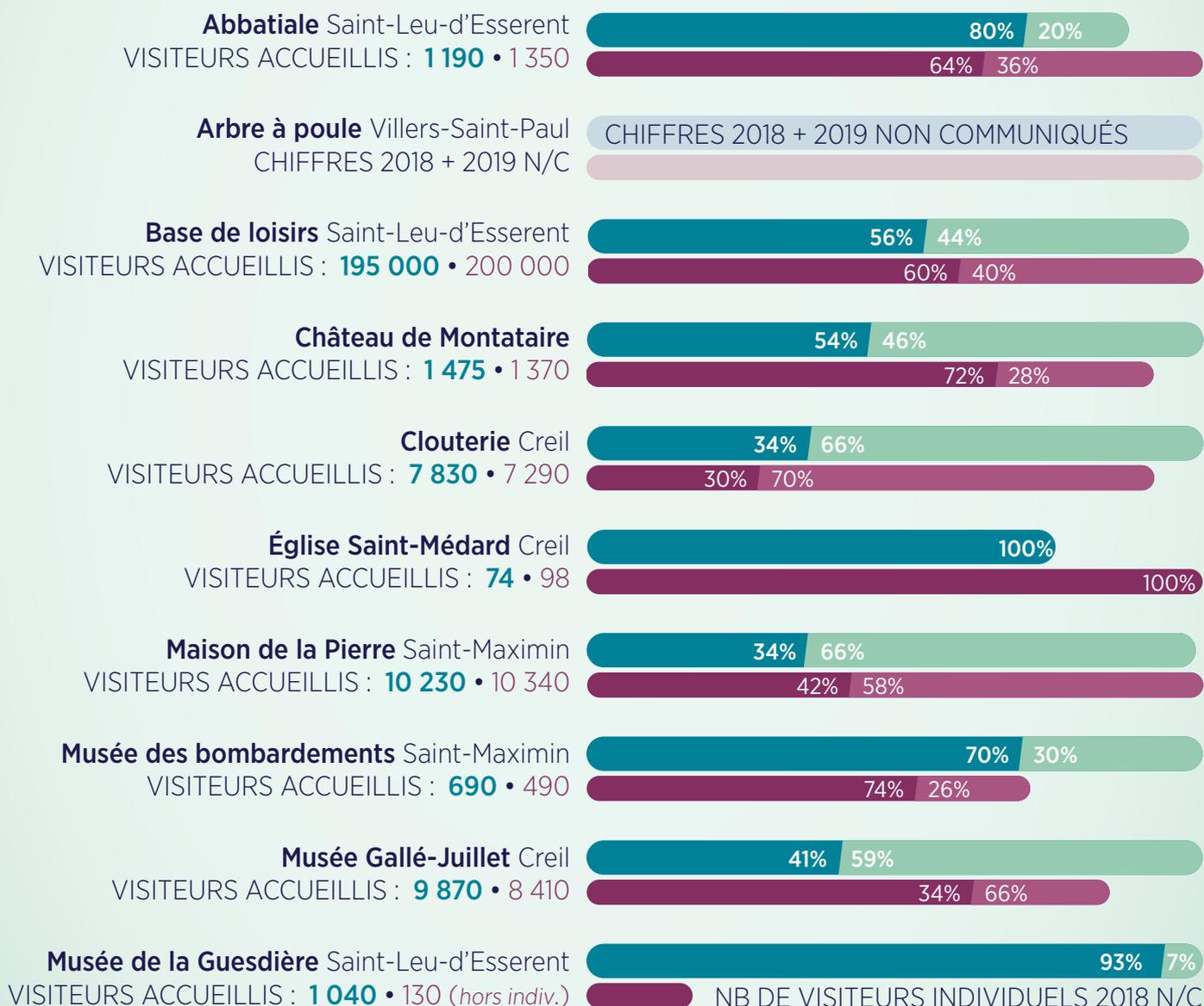
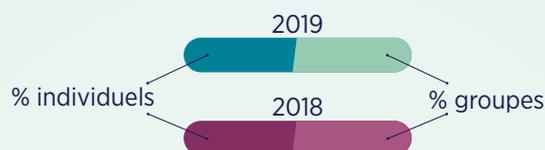


### Objectifs atteints

création de liens entre les partenaires présents  
et récolte de près de 100 lieux connus ou méconnus  
du territoire Creil Sud Oise qui seront utilisés dans les supports de  
communication de l'Office de Tourisme (site Internet...)



# FRÉQUENTATION DES INCONTOURNABLES



[sources : Chiffres communiqués par les sites, dans l'ordre d'apparition : Héritage Lupovicien et service patrimoine de la mairie de Saint-Leu-d'Esserent, Base de Loisirs, Château de Montataire, Clouterie Rivière, Les Amis de Saint-Médard, Maison de la Pierre, Association du Musée des bombardements, Musée Gallé-Juillet, service patrimoine de la mairie de Saint-Leu-d'Esserent]

# GÉRER UN ÉQUIPEMENT



MAISON DE LA PIERRE  
Sud de l'Oise

1<sup>er</sup> octobre 2019

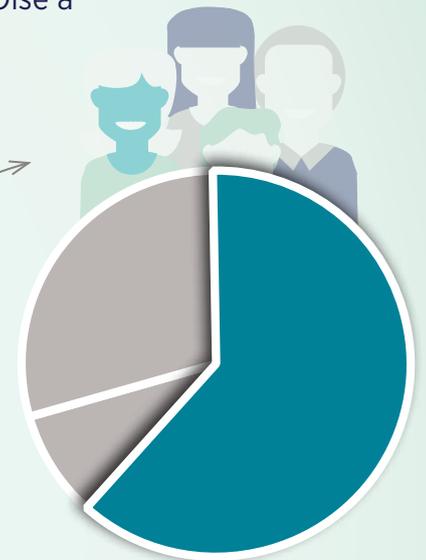
Intégration de la Maison de la Pierre du Sud de l'Oise à  
Creil Sud Oise Tourisme (EPIC)

CHIFFRE  
D'AFFAIRES

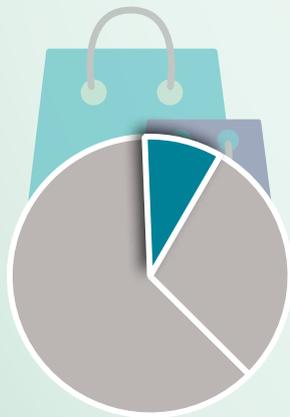


76 740 €  
2019 ↘ -18%

93 690 €  
2018



Groupes  
47 530 €  
2019 ↘ -5%  
50 300 €  
2018



Boutique  
6 860 €  
2019 ↘ -37%  
10 940 €  
2018

## À noter

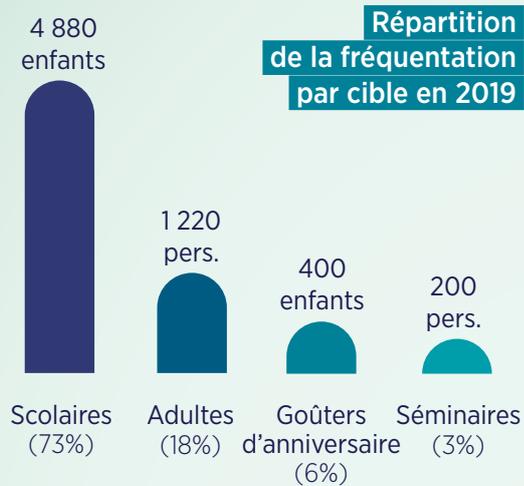
2019, année de transition due au **changement de gouvernance** et à la **réorganisation** et **fermeture au public de la carrière souterraine** à partir d'octobre (maintenance).

L'annulation des groupes programmés durant cette période représente un CA non réalisé de 3 150 € (2 groupes d'adultes et 17 groupes scolaires). Non mesurable pour les individuels et la boutique.

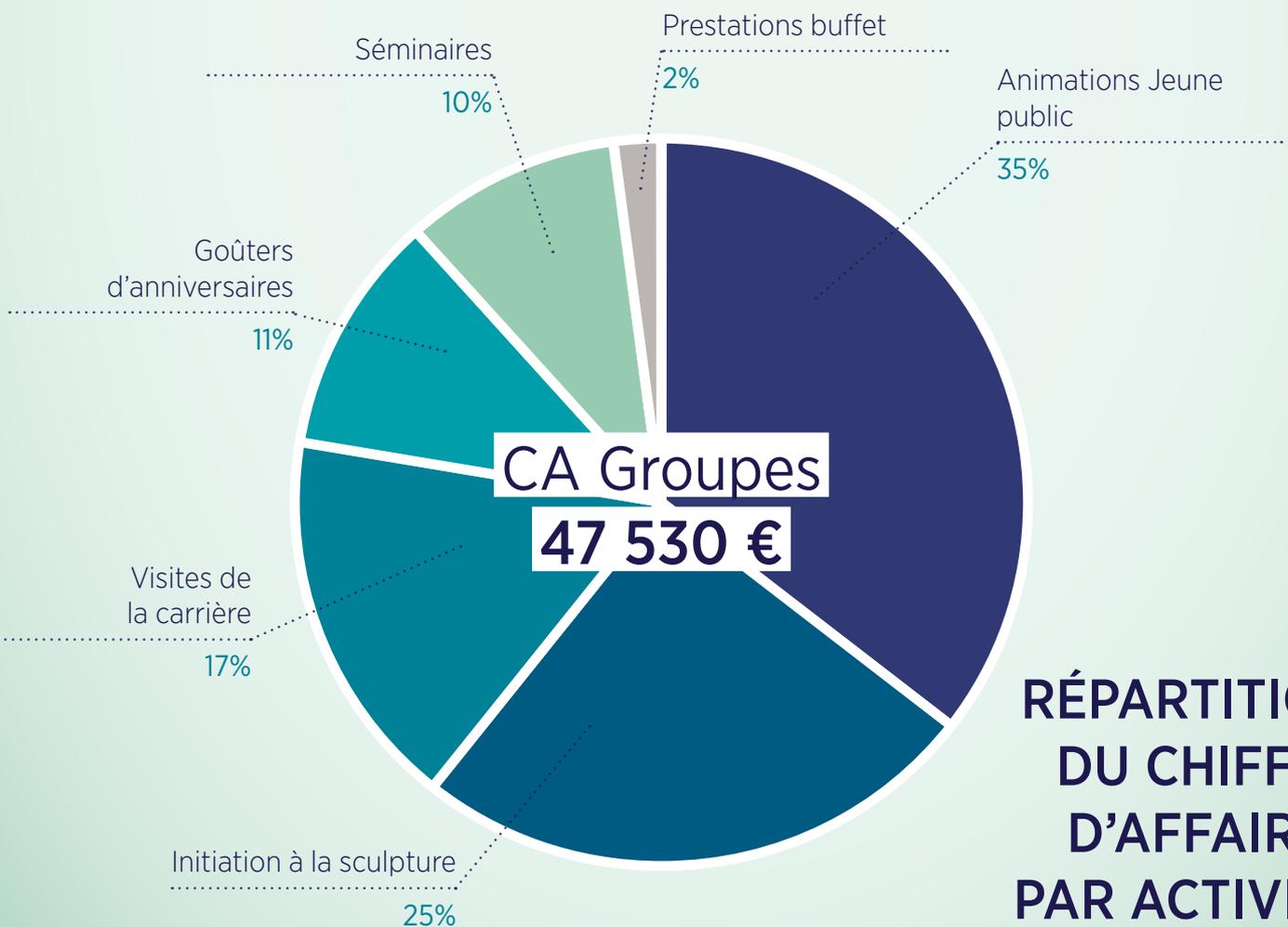


Individuels  
22 350 €  
2019 ↘ -31%  
32 450 €  
2018

## FRÉQUENTATION



**6 700 pers.**  
 139 groupes **2019** ↑ 12%  
 6 000 pers **2018**  
 158 groupes

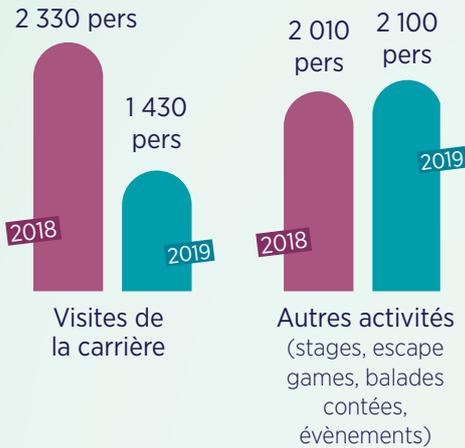


## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITÉ

## FRÉQUENTATION

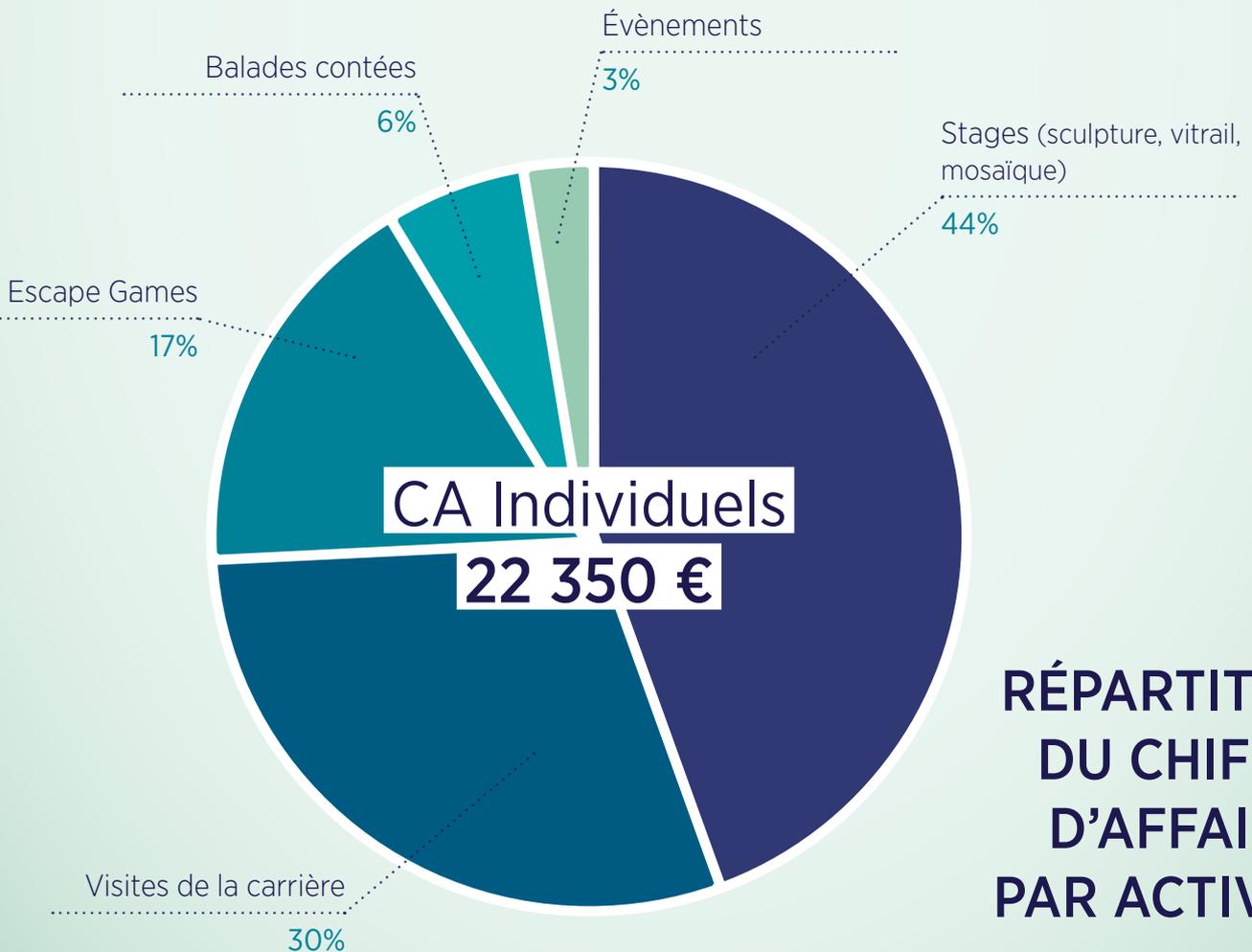


### Répartition de la fréquentation

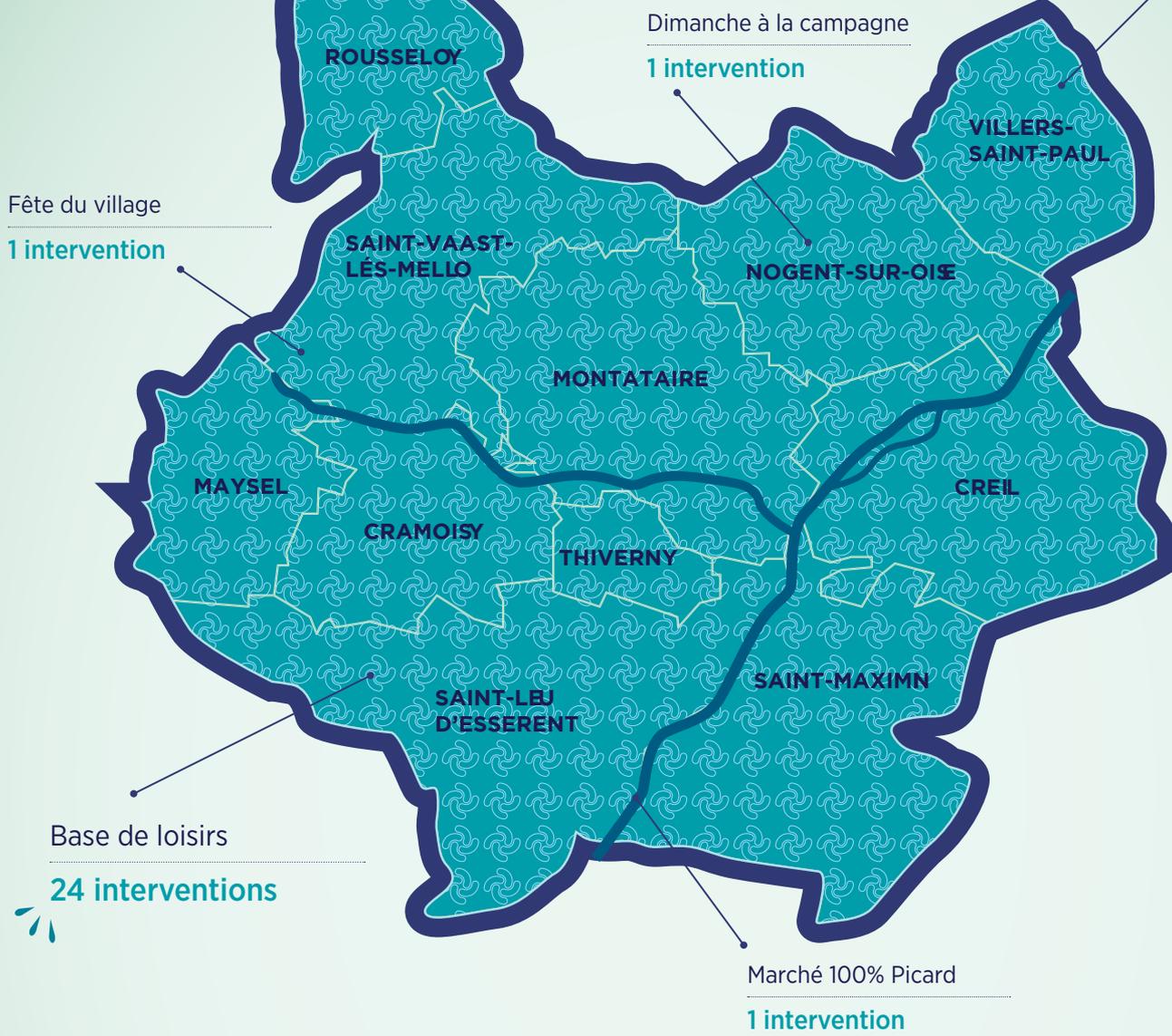


**3 530 pers.** 2019 ↘ 18%

4 340 pers 2018



## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITÉ



- 1 intervention auprès d'une école maternelle de **Monchy-Saint-Eloi**
- 1 intervention auprès de la Mairie de **Lamorlaye**
- 3 jours d'initiation à la sculpture lors des **Journées des plantes de Chantilly**



- 1 intervention lors des Journées de la sculpture sur pierre à **Giverny**

**TOTAL HORS LES MURS INTERVENTIONS**

**35 interventions**

**OPÉRATIONS SÉDUCTION**

**HORS LES MURS À LA RENCONTRE DES HABITANTS ET DES VISITEURS**