

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2023

CREIL SUD OISE TOURISME
OFFICE DE TOURISME +
MAISON DE LA PIERRE



Explorez 
CreilSudOise TOURISME



ÉDITO

2023 a été l'année de la consolidation et de la montée en puissance de la destination Creil Sud Oise.

Notre fil conducteur demeure la captation de notre première clientèle, à savoir les habitants, véritables ambassadeurs touristiques de notre territoire, tout en élargissant notre rayon d'action aux visiteurs voisins situés à 1 à 2 heures de route de Creil Sud Oise. Notre impératif demeure inchangé : inciter ces résidents à quitter leur chez-soi pour dynamiser l'économie touristique.

Dans la mise en œuvre de cette ambition, nous nous sommes appuyés sur trois axes de développement que nous rappelons ci-dessous :

Axe 1 Contrat de Rayonnement Touristique entre ACSO (Agglomération Creil Sud Oise), CCPOH (Communauté de Communes de la Pays d'Oise et d'Halatte), et de Creil Sud Oise Tourisme, nommé « Vallée de l'Oise et de la Pierre ».

Axe 2 Montée en puissance de la destination Creil Sud Oise Tourisme

Axe 3 Développer l'activité de la Maison de la Pierre

La collaboration, la créativité et l'implication de chacune et chacun a permis d'atteindre les objectifs fixés.

Voici de manière concise les principales réalisations de 2023 :

Stratégie accueil de tournage

- Mise en place de la stratégie tournage avec un début de recensement des décors naturels des 11 communes et création d'outils et conventions pour les communes partenaires avec projet d'un « bureau d'accueil

des tournages »,

- Une journée de sensibilisation auprès des communes partenaires,
- Début d'activité de réceptif pour l'accueil des tournages.

Communication

- Réorganisation, marquée par la création d'un service communication Office de Tourisme, sous la direction d'une responsable dédiée,
- Renforcement du référencement naturel du site internet de l'Office de Tourisme et optimisation de sa base de données le Système d'Information Marketing (SIM),
- Mise en place d'une stratégie et d'un plan de communication annuel sur les réseaux sociaux, travail de référencement des vidéos YouTube de l'Office de Tourisme,
- Création du 1^{er} magazine de destination 2024,
- Sortie d'éditions de la Maison de la Pierre : un livret pédagogique « Marcel le fossile » et une brochure commerciale destinée aux adultes 2023-2024, plaquette promotionnelle des séminaires,
- Création du nouveau site internet de la Maison de la Pierre.

Animation des partenaires

- Animations très régulières tout au long de l'année des partenaires et organisation de la « Rencontre des Explorateurs »,
- Mise en place de nombreux partenariats avec des sites d'activités, de loisirs et des restaurateurs avec des animations jeux Facebook,
- Instauration d'échanges fluides avec chaque service communication des 11 communes en allant à leur rencontre,
- Lancement du 1^{er} conseil scientifique de la Maison de la Pierre.

Commercialisation

- Renforcement, fidélisation des clients pour la commercialisation destinée aux groupes par l'Office de Tourisme,
- Accueil du croisiériste CroisiEurope d'avril à octobre

avec visites guidées,

- Accroissement des recettes provenant des visiteurs individuels, des scolaires avec fidélisation de ces clientèles pour la Maison de la Pierre,
- Développement de la clientèle séminaire pour la Maison de la Pierre,
- Nombreuses animations, événements à la Maison de la Pierre : lancement de saison, stages, initiations, Journées Européennes du Patrimoine, Fête de la science, l'exposition temporaire « Voyage au centre des mines » avec conférence, Journées Nationales de l'Architecture avec conférence,...

Administratif

- Mise en place d'un outil interne administratif Creil Sud Oise Tourisme pour un 100 % dématérialisé,
- Suivi des travaux de confortement, fermeture de la carrière (15 jours),
- Fin des études autour de l'axe pierre et de l'axe fluvial en collaboration avec l'ACSO et la CCPOH.

Cette synthèse d'activités ci-après met en lumière le travail et l'implication de l'équipe de l'Office de Tourisme et de la Maison de la Pierre au cours de cette période dans le but de développer et de promouvoir davantage la destination Creil Sud Oise Tourisme.

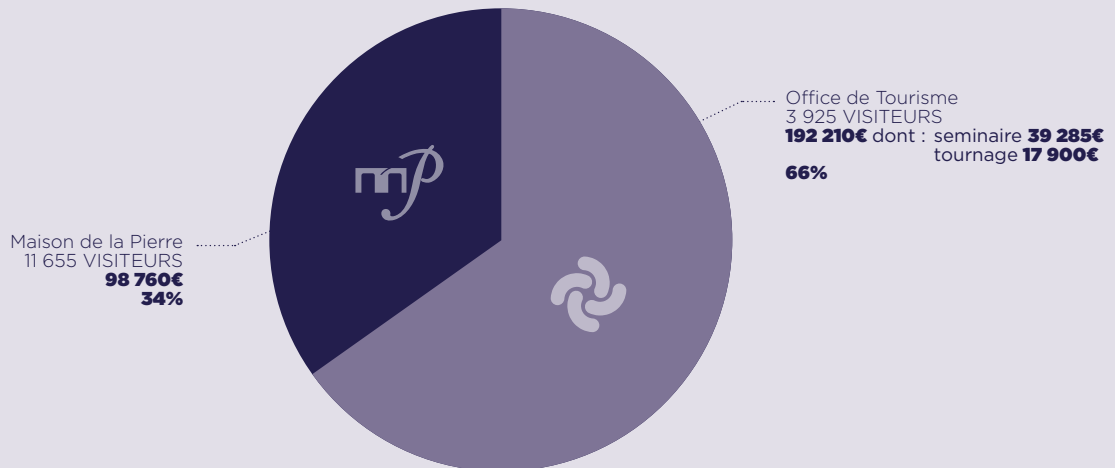
Toutes ces missions n'auraient pu se réaliser sans le soutien de la Communauté d'Agglomération Creil Sud Oise et ses services ; cette collaboration est l'élément clé de notre réussite.

Bonne lecture.



MICHEL BLARY
Président de Creil Sud Oise
Tourisme

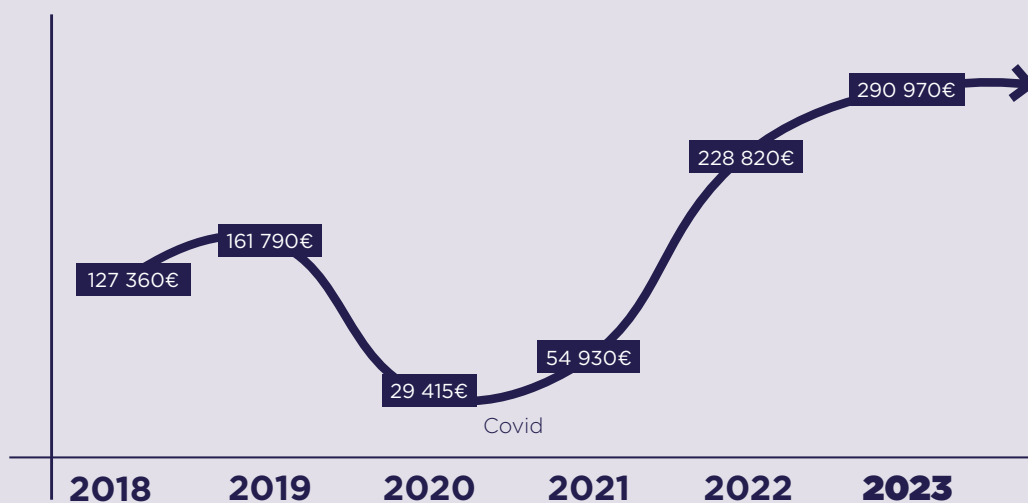
CHIFFRE D'AFFAIRES CREIL SUD OISE TOURISME



290 970 €

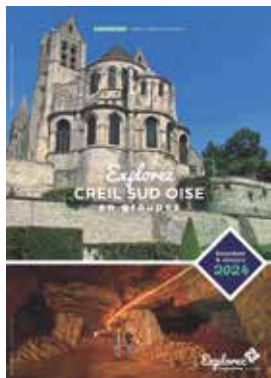
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DEPUIS 2018

Un EPIC est un projet de territoire qui a notamment une vocation commerciale visant à accroître ses revenus autonomes. L'essor de l'activité économique a été significatif, avec une **croissance de 124 %** dans le secteur commercial, (OT + MDP), comparé à 2018.



OFFICINE DE TOURISME

COMMERCIALISATION GROUPES



Brochure groupes

Éditée à 800 exemplaires
envoyée à 550 contacts
32 pages



© Florent Pervillé - Oise Tourisme

OFFICE DE TOURISME

UNE CONSTANTE AUGMENTATION DEPUIS 2018

2023 : UNE ANNÉE MILLÉSIMÉE !

Mon texte sur le rapport d'activité 2022 se terminait ainsi : « rendez-vous dans un an pour le millésime 2023 qui promet d'être un bon cru ! » Et bien ce fut le cas ! ☺

Les chiffres sont en constante augmentation depuis 2018 (on met de côté bien sûr les années covid 2020 et 2021) : nombre de groupes, de visiteurs, chiffre d'affaires.

DES CLIENTS FIDÈLES

C'est une **satisfaction** de faire la promotion des différents sites touristiques de notre territoire avec **toujours plus de succès** auprès d'une clientèle groupes qui – c'est un phénomène constaté en 2023 et qui va se renforcer en 2024 – nous fait **confiance** pour l'organisation de ses sorties et revient, d'année en année, pour **d'autres conseils éclairés**.

UN CROISIÉRISTE SUR LE TERRITOIRE

Fait marquant de cette année : l'arrivée de **CroisiEurope sur l'Oise** et notamment à **Saint-Leu d'Esserent** où ils ont fait escale une nuit par semaine d'avril à octobre, profitant au passage de visites guidées nocturnes de la belle Abbaye Saint-Nicolas. Le partenariat avec ce croisiériste de renom semble – pour notre plus grand plaisir – vouloir perdurer sur 2024...

ET 2024 ?

Un autre souhait pour cette année 2024 ? renforcer le partenariat départemental entre structures commerciales pour toujours plus d'offres attractives et de promotion partagée.

Parce ce qu'**ENSEMBLE ON VA PLUS LOIN !**



BRIGITTE
Chargée de la commercialisation groupes

Un grand merci à toute votre équipe pour cette merveilleuse journée. Le parcours est spectaculaire et vaut vraiment le coup (carrière souterraine et musée des bombardements). Sortie complètement réussie et qui a **E-NOR-ME-MENT** plu à nos séniors. Pour le déjeuner au « Flora » : très bon accueil, qualité des plats excellente ainsi que la quantité. Très belle expérience ! Ce fut un plaisir de travailler avec vous. **Pour cette journée, on donne 5 étoiles !**

MME TOURIA BECHIH
Ville d'Aulnay-sous-Bois

LA COMMERCIALISATION GROUPES EN QUELQUES CHIFFRES

85%

DES DEMANDES
DE DEVIS ONT ÉTÉ
CONFIRMÉES



3 410

PERSONNES ONT
VISITÉ CREIL SUD OISE,
RÉPARTIES EN

106

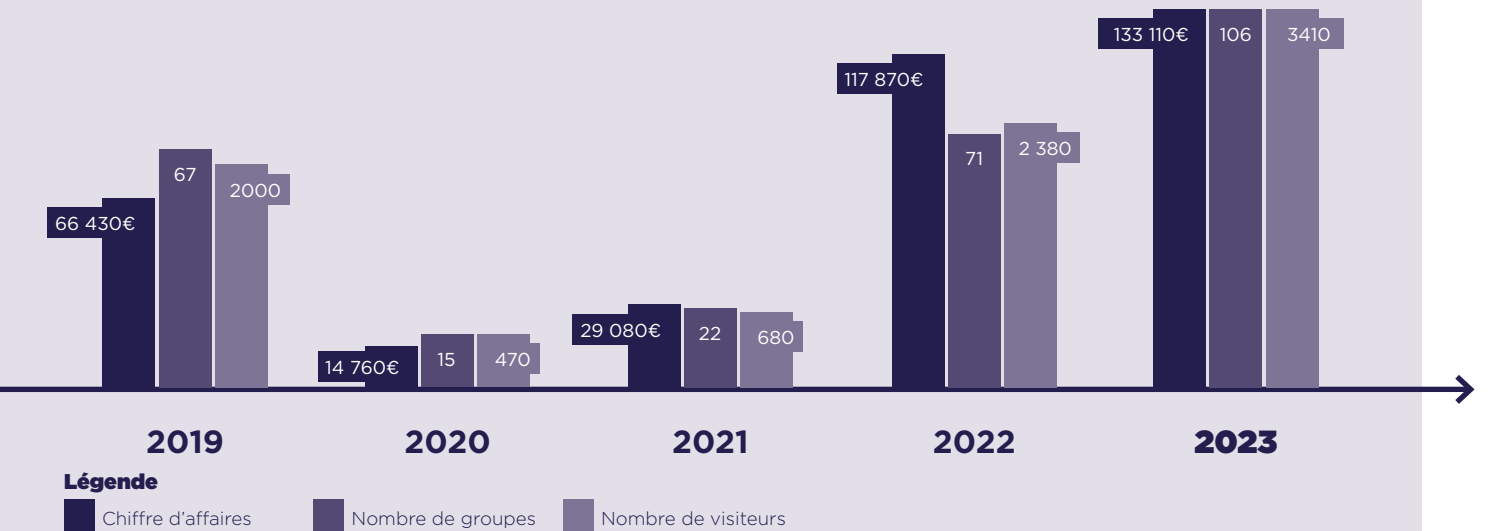
GROUPES



133 110€

CHIFFRE D'AFFAIRES GROUPES 2023
+ SÉMINAIRE : **39 285€**

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DE LA FRÉQUENTATION DEPUIS 2019



COMMERCIALISATION INDIVIDUELS

Sortie mycologique très bien encadrée et très enrichissante. Le personnel est très agréable et accueillant. Nous avons passé une bonne journée. Un petit goûter surprise a été mis en place par l'Office du tourisme pour clôturer cette journée. Je recommande vivement cette sortie.

Merci encore aux équipes.

MONSIEUR VASSEUR



OFFICE DE TOURISME

PLUS DE NATURE, MOINS DE PAPIER

DES SORTIES TOUJOURS AUSSI ATTRACTIVES

L'année 2023 a vu le départ de l'un des deux guides de l'Office de Tourisme. Il y a donc eu **deux fois moins de sorties**. Les phénomènes **climatiques** (canicule et tempête) ont aussi entraîné **l'annulation de sorties payantes** qui font habituellement le plein. Ainsi, la majorité des RDV programmés étaient **gratuits**, ce qui explique la baisse importante du chiffre d'affaires (voir ci-contre).

Malgré cela, on remarque la stabilité du nombre de visiteurs et la **fréquentation en augmentation ce qui prouve l'attrait des visites** proposées, axées cette année sur le **développement durable et les sorties nature**.

UNE PLUS GRANDE VISIBILITÉ DES SORTIES GRÂCE AUX AVIS

Les avis font désormais partie du processus de prise de décision et de conversion, il devenait urgent de nous positionner sur ce canal.

Nous avons mis en place, à partir de la 2^{ème} partie de l'année, un **marketing automation** les incitant à noter leurs visites sur Google. Après chaque sortie, les inscrits recevaient un mail « donnez votre avis ! ». Nous avons **récolté plusieurs très bons avis** et ainsi **augmenté notre e-réputation**. Fait important : plus la note et le nombre d'avis sont élevés, plus le site web est bien référencé sur Google (voir p.10).

LES RDV REMPLACÉS PAR LES RDV 2.0

Après 5 ans et 15 éditions distribuées dans plus de 100 points de passage, il était temps de **repenser les RDV**, l'agenda papier du territoire. D'abord parce que d'un point de vue environnemental, le papier n'est pas idéal. Ensuite parce qu'avec l'arrivée de notre site internet en 2021, un outil performant, toujours à jour et plus flexible a émergé : **l'agenda en ligne**.

Ainsi, nous avons capitalisé sur cette rubrique en la mettant largement en avant à travers des **jeux en ligne** incitant les participants à la consulter et dont les lots étaient **offerts par les partenaires**. Ces jeux étaient diffusés sur la page Facebook de

l'Office de Tourisme, la Newsletter pour Individuels et 10 000 flyers distribués sur le territoire.

En parallèle et afin d'avoir un agenda le plus complet possible, un travail de fourmi a été fait sur la Base de données touristique (SIM) et nous avons débuté une **campagne de sensibilisation auprès de nos partenaires** afin qu'ils inscrivent régulièrement **leurs événements sur l'agenda en ligne** (voir p.12).

Toutefois, nous avons vu, au bout d'une année, **les limites du tout digital**. Nombreux sont ceux qui apprécient le papier. Un nouveau projet est donc à l'étude pour 2024, mixant le digital et le papier.



FLORIANE
Animatrice du réseau prestataires, conseillère en séjour et guide



FRÉDÉRIQUE
Responsable communication

LA COMMERCIALISATION INDIVIDUELS EN QUELQUES CHIFFRES

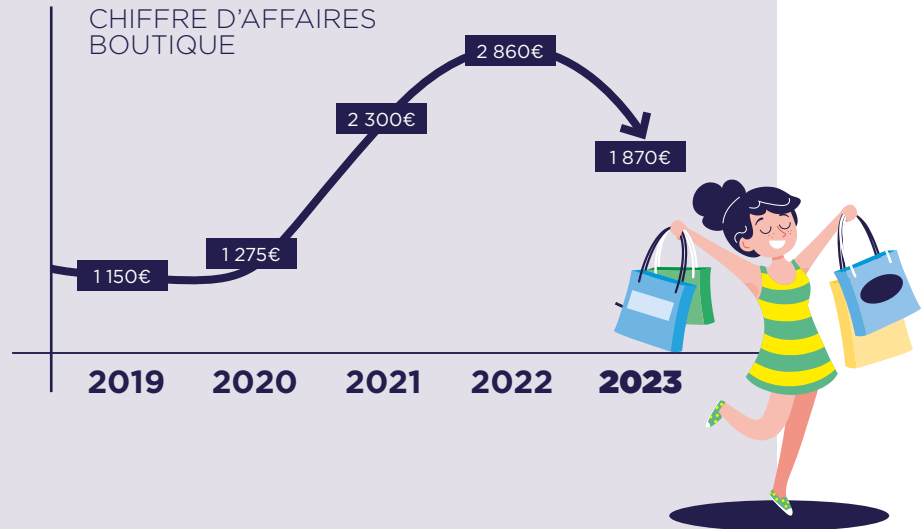


515

PERSONNES ONT ASSISTÉ À

17

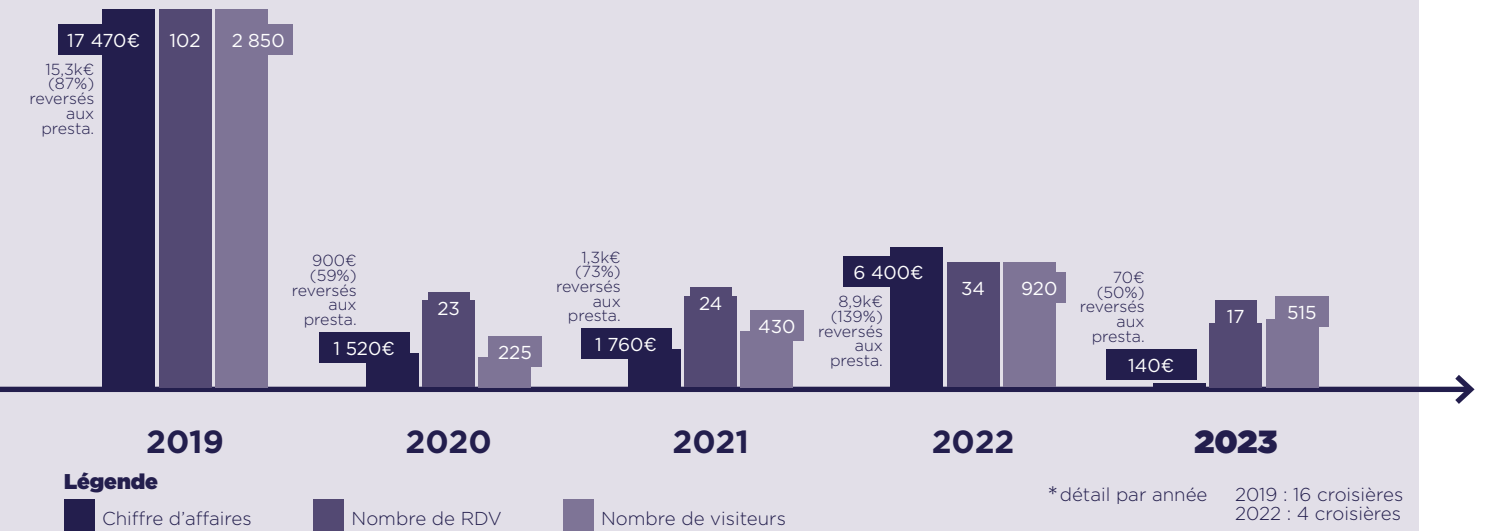
RDV ORGANISÉS PAR L'OFFICE DE TOURISME



140 €

CHIFFRE D'AFFAIRES INDIVIDUELS 2023

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DE LA FRÉQUENTATION DEPUIS 2019, CROISIÈRES INCLUSES*



RÉSEAUX SOCIAUX



Reportages photos et vidéos

Cette année, 16 reportages photos ont été réalisés ainsi que 13 reportages vidéos.



OFFICE DE TOURISME

6 MOIS POUR METTRE À PLAT LES RÉSEAUX SOCIAUX

Arrivée en juin dernier, j'ai pris mes marques petit à petit au sein de l'équipe et de mes missions variées. Je suis encore dans la découverte de notre cible sur les réseaux sociaux, qui diffèrent selon le canal. Depuis juin, j'ai réalisé plusieurs reportages photos et vidéos, me permettant aussi de **découvrir le territoire et nos partenaires**.

FACEBOOK : TEST D'AUDIENCE

Concernant Facebook, le réseau que j'ai le plus utilisé, j'ai souhaité **connaître au mieux notre audience** afin d'être la plus effective possible, et pas seulement me référer à ce qui était fait par le passé. Ainsi, afin d'avoir des statistiques les plus fines, les visuels ont été améliorés ainsi que les horaires de publication : j'ai **testé 2 horaires différents** étalés par trimestre (7h et 12h15). Les résultats sont quasi les mêmes avec légèrement plus

d'interactions pour les publications postées à 7h.

LINKEDIN : UNE REMISE À PLAT

L'Office de Tourisme était présent sur LinkedIn, mais avec un profil (= personne) et non une page (= structures et entreprises). J'ai donc **créé une page LinkedIn** qui cumule plus de 300 abonnés à l'heure actuelle.

YOUTUBE : UN MEILLEUR RÉFÉRENCIEMENT

YouTube a connu également une amélioration : grâce à un **référencement très travaillé** sur chacune de nos vidéos ainsi que la création de **playlists** et de **miniatures** plus harmonieuses, nos **vues ont augmenté** ! Au total, plus de 17 000 vues cumulées uniquement sur YouTube (+268%), qui reste pour nous une plateforme d'hébergement : **une statistique impressionnante !**

UN JEU FACEBOOK POUR FAIRE RAYONNER LE TERRITOIRE

Nous organisons chaque mois un **Jeu Facebook** avec pour objectif la **valorisation des activités et savoir-faire du territoire** en partenariat avec les professionnels (restaurateurs, commerçants...)

Grâce à ces jeux Facebook, nous avons créé un **lien avec les acteurs du territoire**. Cela permet également de faire rayonner le savoir et les services/produits de ces partenaires. Par exemple, le savoir-faire italien du restaurant La Toscane (Creil) ou bien la mise en avant des activités et innovations de Freeing Escape Game (St-Maximin).

Depuis juillet 2023, nous avons réalisé **5 tournages** qui récoltent ensemble plus de 7 860 vues. En plus de cette visibilité, le **nombre d'abonnés a augmenté** et une **fidélisation** de ces derniers grâce aux interactions que génèrent ces concours.



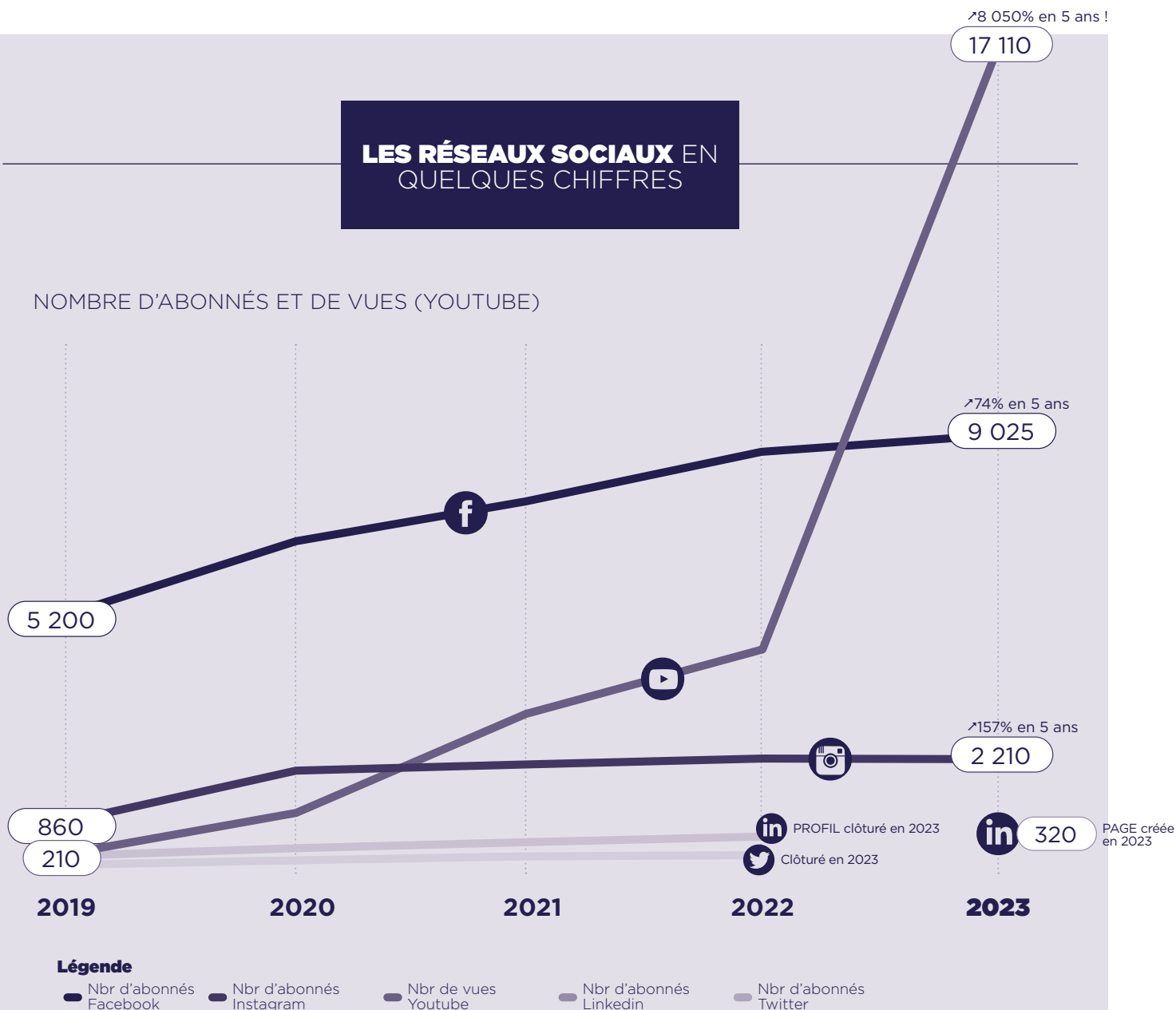
EMILIE
Community manager
et créatrice de contenu



GHULAM
Apprenti en
communication

LES RÉSEAUX SOCIAUX EN QUELQUES CHIFFRES

NOMBRE D'ABONNÉS ET DE VUES (YOUTUBE)



TOP 5 DES PUBLICATIONS LES PLUS POPULAIRES SUR **f** FACEBOOK

#1



Foire aux marrons à Creil

23,4k vues

#2



Noël au Château de Montataire

19k vues

#3



Animations d'Halloween

10,6k vues

#4



Visite de la Pierre d'Angle (St-Max)

10,2k vues

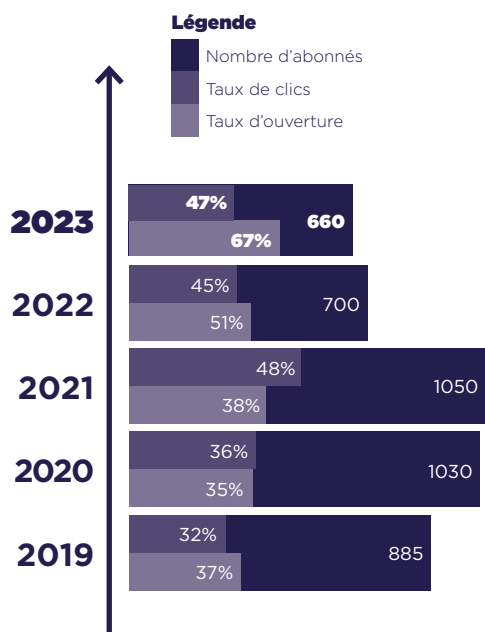
#5



Vacances Toussaint (Oise Tourisme)

8,3k vues

SITE INTERNET ET NEWSLETTER



Newsletter pour individuels

L'engagement des abonnés à la Newsletter est de plus en plus important puisque plus de la moitié l'ouvrent et la consulte.

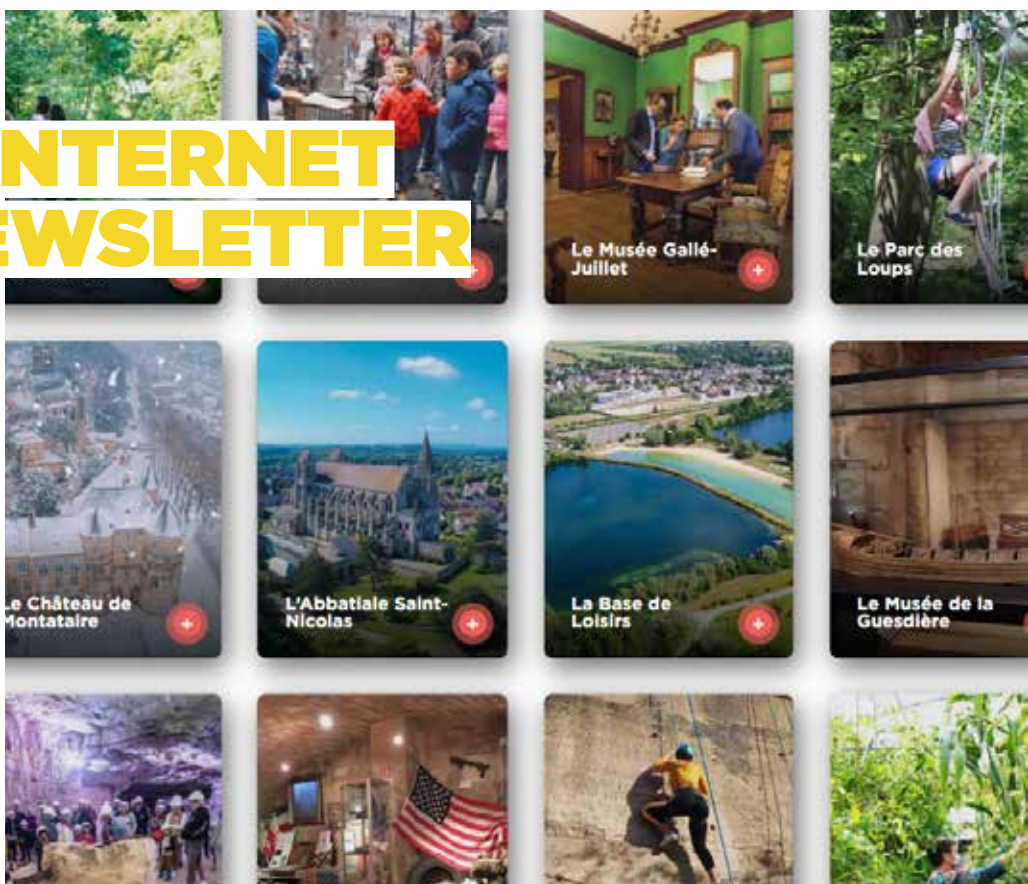
OFFICE DE TOURISME

AMÉLIORER SON RÉFÉRENCIEMENT, UN TRAVAIL DE TITAN

S'APPUYER SUR TOUS LES CANAUX PERFORMANTS

Un site web ne survit pas seul dans la jungle d'internet : il faut l'entretenir, le qualifier, **améliorer sans cesse son référencement** en se basant (avant tout) sur l'algorithme de Google, qui lui évolue... tout le temps !

C'est à cette tâche ardue que je me suis attelée cette année, par l'intermédiaire de plusieurs **canaux déjà très performants** au sein de l'Office de Tourisme : notre page **Facebook**, **Google Business**, la **Newsletter** pour Individuels et les **RDV 2.0** (rdv p.6 pour en savoir + !).



FACEBOOK : UN ALLIÉ INCONTOURNABLE...

Si la page Facebook de l'Office de Tourisme est clairement la porte d'entrée de la plupart de nos e-visiteurs, c'est sur notre site web que sont mises en avant l'ensemble des manifestations et des offres de nos partenaires. Nous avons donc **renforcé les liens entre ces deux canaux en publiant plus de posts renvoyant vers le site.**

...TOUT COMME GOOGLE BUSINESS

Voici un autre allié à ne pas négliger : la page Google Business. En plus du **marketing automation** qui a permis de faire évoluer le nombre d'avis (voir p.6), je l'ai **mise à jour** le plus finement possible et ai publié de nombreuses **photos** du territoire. Ces améliorations **augmentent notre «score Google»** et permettent de maintenir le site web relié à la page Google au plus haut dans les résultats de recherches !

AMÉLIORER LE CONTENU DU SITE

J'ai également **amélioré les textes, balises, visuels et la mise en page**

de la totalité des pages dédiées aux Incontournables du territoire, à la fois sur notre site et sur notre Base de données touristique, le SIM. Chaque mois, un article dédié à l'un des Incontournable fraîchement amélioré était publié dans la **Newsletter pour Individuels** ainsi que sur la page **Facebook**, renforçant ainsi également le lien entre ces trois canaux.

LE GRAND GAGNANT : L'AGENDA EN LIGNE

Enfin, grâce en partie aux RDV 2.0 et au travail promotionnel fait autour de ce projet, **les connexions à l'agenda en ligne ont plus que triplé**, passant de moins de 5 000 vues en 2022 à plus de 16 000 en 2023 !

Évidemment, ce n'est que **le début d'un long processus en constante évolution**, ce travail d'amélioration du référencement du site continue en 2024 !



FRÉDÉRIQUE
Responsable communication

LE SITE INTERNET EN QUELQUES CHIFFRES

77 000

PERSONNES ONT VISITÉ LE SITE WEB EN 2023, SOIT ENVIRON

6 420

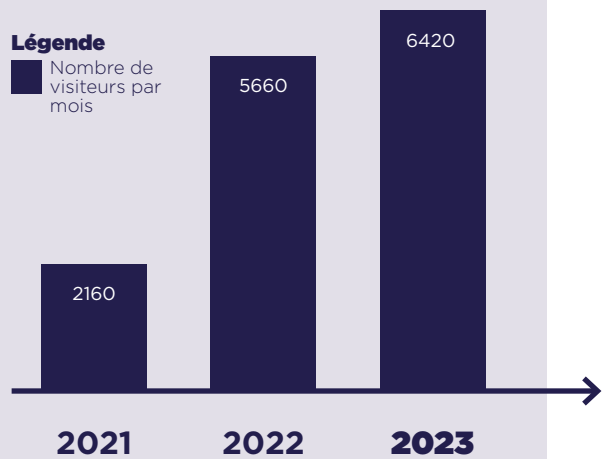
PERSONNES PAR MOIS



ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION (MENSUELLE)

Légende

■ Nombre de visiteurs par mois

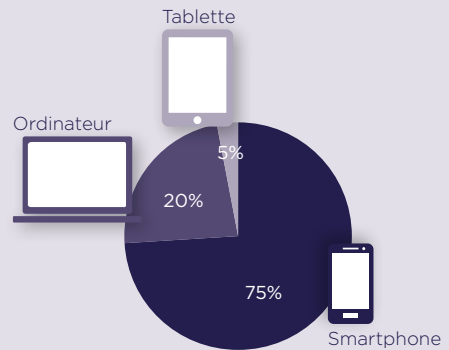


LES VISITEURS RESTENT EN MOYENNE

1 min

SUR LE SITE WEB

PLATEFORME DE CONNEXION



TOP 5 DES PAGES LES PLUS CONSULTÉES SUR LE SITE WEB

#1



Agenda des manifestations

16,5k vues

#2



Les activités en famille

9,2k vues

#3



Rubrique « En famille »

8,3k vues

#4



Page d'accueil

5,2k vues

#5



Page Plaza Bowling

4,6k vues

ANIMATION DES PARTENAIRES



Rencontre des Explorateurs #4

50 partenaires se sont réunis le 28 février 2023 à la Faïencerie-Théâtre de Creil



Magazine de Destination qui sortira début 2024 et d'imaginer des **solutions pour une communication harmonieuse** des informations touristiques dans toute l'Agglomération.

sur les interlocuteurs tout en orientant la communication des informations aux personnes concernées par cette dernière. Additionnellement, nous avons pu échanger sur la vision de la communication des **prochains grands évènements des communes** permettant ainsi de mieux comprendre les besoins de communication et d'apporter notre aide de manière efficace. La **plateforme VIT** leur a été présentée afin qu'ils alimentent l'agenda en ligne de manière autonome.

À l'heure actuelle, **5 rencontres** ont pu être réalisées sous ce projet qui a vu le jour en septembre 2023 : Saint-Maximin, Villers-Saint-Paul, Nogent-sur-Oise, Saint-Leu d'Esserent et Montataire. D'autres réunions sont à venir comme par exemple, en février avec le service communication de la ville de Creil.



FLORIANE

Animatrice du réseau prestataires, conseillère en séjour et guide

OFFICE DE TOURISME

RENCONTRE D'EXPLORATEURS

REFLEXION COLLABORATIVE

La 4^{ème} Rencontre des Explorateurs a permis de partager les **nouveautés** de plusieurs partenaires du territoire et de faire le point sur **l'avancée du Contrat de Rayonnement Touristique** présenté en 2022 lors de ces mêmes Rencontres.

C'était l'occasion de réfléchir ensemble au **contenu du 1^{er}**

FACILITER LES ÉCHANGES AVEC LES SERVICES DE COMMUNICATION

Le projet «OT x Communes» consiste à organiser une **rencontre entre l'Office de Tourisme et les services de communications des 11 communes de l'Agglomération Creil Sud Oise.**

L'objectif de ces réunions est de **faciliter les échanges d'informations** et les méthodes de communication pour être le plus **efficace** possible. En parallèle, cela permet de **mettre un visage**



GHULAM

Apprenti en communication

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN QUELQUES CHIFFRES



MAISON DE LA PIERRE

PRÉSENCE DANS LA PRESSE



© Mélanie Baticle



MAISON DE LA PIERRE

RENFORCER SA PRÉSENCE MÉDIATIQUE

LA MAISON DE LA PIERRE SUR RADIO FRANCE

En 2023, j'ai eu le plaisir de pouvoir mettre à l'honneur le patrimoine carrier du sud de l'Oise et le travail de professionnels de la pierre lors d'une **interview enregistrée à Radio France** durant l'été. Le sujet traité par le journaliste Loïc Ballet était alors les artisans d'art. J'ai pu ainsi mettre en avant la riche histoire du travail de la pierre depuis 2000 ans et valoriser nos artisans qui poursuivent ce savoir-faire ancestral. **Une belle promotion de notre site touristique a également pu être diffusée à cette occasion !**

DES ENCARTS ET DES SPOTS RADIO DANS TOUTE L'OISE

Par ailleurs, la Maison de la pierre a renouvelé son **partenariat avec Oise Publications** afin de promouvoir le programme

d'activités estivales dans les hebdomadaires L'Observateur de Beauvais, Le Bonhomme Picard et L'Echo du Thelle.

Enfin, les auditeurs de la **radio Evasion** ont pu, tout au long de l'année, entendre des campagnes de promotions des activités dédiées au grand public.

ET ÇA FONCTIONNE !

Cette couverture médiatique a permis de **renforcer notre présence auprès du public** des individuels. Certains viennent parce qu'ils ont fraîchement lu ou entendu une information concernant la Maison de la pierre. En effet, la plupart du temps, c'est à force de répétition que cette clientèle peut se dire : « Tiens, On en entend souvent parler de la Maison de la pierre. Si on allait la visiter ? ».



MÉLANIE
Responsable culturelle
et communication

COMMERCIALISATION GROUPES



Brochure groupes

Éditée à 2 000 exemplaires
envoyée à 165 contacts
28 pages

Nous tenions à vous remercier pour l'accueil et la qualité des visites. Le retour fait en classe avec les enfants montre qu'ils ont bien profité de ces visites.

Une équipe à l'écoute et à disposition des élèves.

Au plaisir de revenir.

J MICHEL

École Gérard de Nerval de Creil

MAISON DE LA PIERRE

DES GROUPES TOUJOURS AU RENDEZ-VOUS !

UNE ORGANISATION BIEN RODÉE

L'accueil d'un groupe c'est bien sûr la médiation, mais pas que ! Du premier contact à la clôture



du dossier, de nombreuses étapes sont nécessaires avec pour objectif principal : **obtenir une pleine satisfaction de nos « Explorateurs ».**

Bien que je sois l'interlocutrice dans l'organisation de ces groupes, ce bilan est le fruit d'un **travail d'équipe** où chaque salarié a son rôle.

DU PLUS PETIT AU PLUS GRAND !

En 2023, l'offre « jeune public » s'est enrichie de **nouvelles activités destinées aux maternelles.** Pour ce faire, un partenariat avec notre prestataire Nattie Arnaudon a permis d'augmenter la fréquentation des enfants scolarisés en maternelles. **L'éveil de leurs sens était au rendez-vous** : fraîcheur de la carrière, aspect rugueux de la pierre, senteur des plantes aromatiques et créations d'œuvres en tous genres (Land'art et mosaïque).

NOTRE BEST-SELLER : L'INITIATION À LA SCULPTURE SUR PIERRE

L'année 2023 confirme la tendance observée en 2022 : **l'atelier d'initiation à la sculpture**

sur pierre, à la fois pédagogique, artistique et ludique, fait **l'unanimité** auprès de nos groupes d'enfants. Ces derniers sont ravis de réaliser une **œuvre authentique et de repartir avec !**

2024 : UN NOUVEAU CHALLENGE !

Une toute **nouvelle brochure destinée aux groupes adultes** a été créée et envoyée fin 2023, ayant pour objectif d'attirer cette clientèle. De la visite de la carrière à une journée clé en main, nul doute que ces visiteurs apprécieront la découverte du patrimoine carrier du sud de l'Oise.



HÉLÈNE

Chargée des groupes et suivi administratif

À noter : La carrière a été fermée durant 15 jours en mai pour des travaux de maintenance.

LA COMMERCIALISATION GROUPES EN QUELQUES CHIFFRES

89%

DES DEMANDES
DE DEVIS ONT ÉTÉ
CONFIRMÉES



4 315

PERSONNES ONT
VISITÉ CREIL SUD OISE,
RÉPARTIES EN

293

GROUPES



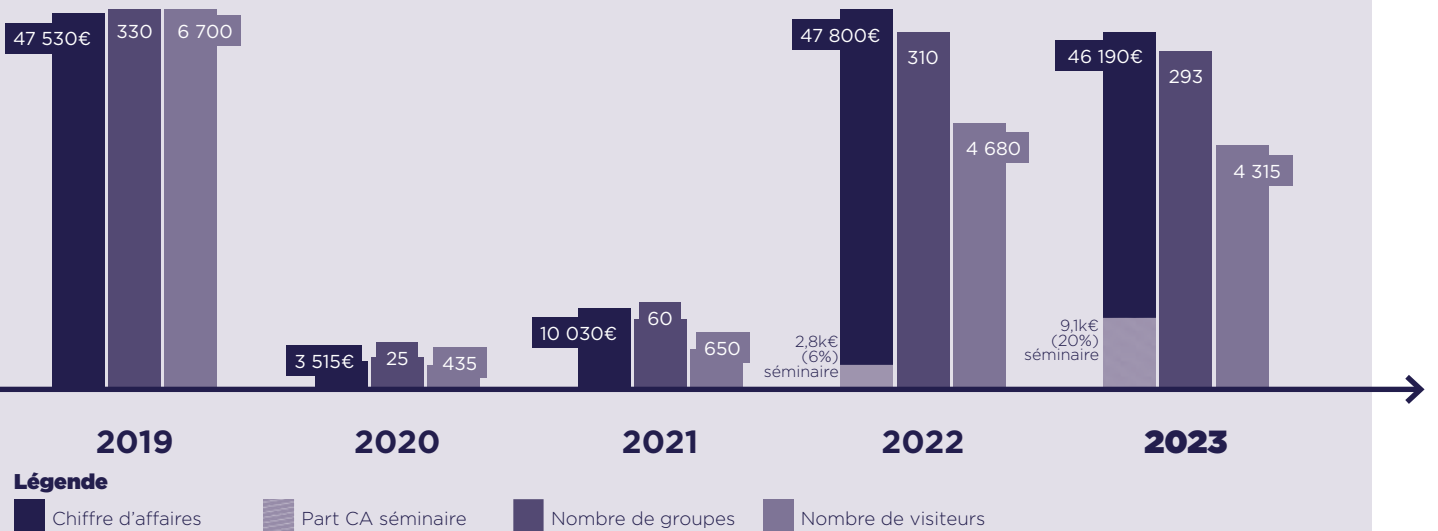
46 190 €

CHIFFRE D'AFFAIRES GROUPES 2023 DONT

20% APPORTÉ PAR DES
SÉMINAIRES :

9 145€

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DE LA FRÉQUENTATION DEPUIS 2019





ÉVÈNEMENTIEL COMMERCIALISATION INDIVIDUELS

Brochure 2023

Dépliant 5 volets
édité à 25 000 exemplaires
385 points de distribution dans l'Oise
et le Val d'Oise

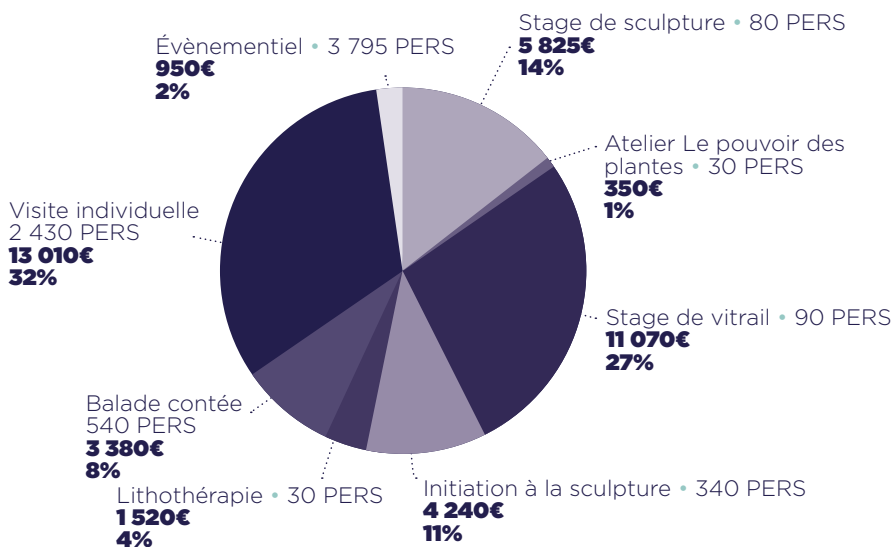
Super ! Le cadre est magnifique, L'atelier et la visite au top 🍷 une belle sortie pour toute la famille.

LESLY



© Creil Sud Oise Tourisme

RÉPARTITION DU CA 2023 PAR ACTIVITÉ



rémunératrices sont les stages et ateliers avec un chiffre d'affaires représentant 57% du volume total des recettes grand public.

Enfin, les **huit événements** tels que les Journées du patrimoine ou la Fête de la science ont de nouveau servi de vitrine afin de promouvoir gratuitement auprès du plus grand nombre la Maison de la pierre.

Deux **nouveaux événements** ont marqué 2023 :

- L'exposition « Voyage au centre des mines » en partenariat avec le Centre historique minier de Lewarde et la conférence très enrichissante du 6 octobre
- La conférence du 14 octobre programmée dans le cadre des **Journées de l'architecture** avec deux conférenciers passionnants : Jean-Pierre Gély, imminent spécialiste du calcaire du Bassin Parisien et Nicolas Bilot, brillant archéologue.

MAISON DE LA PIERRE

DES VISITEURS DE PLUS EN PLUS NOMBREUX

En 2024, l'équipe de la Maison de la pierre a reçu **15% de visiteurs individuels en plus** que l'année précédente.

Plusieurs raisons peuvent expliquer cette augmentation :

- Un **effort soutenu** toute l'année en matière de **communication** (principalement sur les réseaux

sociaux et les Newsletters)

- Une **saison bien remplie avec de nombreuses visites guidées** de la carrière souterraine, de multiples **ateliers** tout au long de l'année pour séduire petits et grands
- Un **programme événementiel diversifié** afin de toucher des publics intéressés par des thématiques variées.

Il est à noter que les activités se déroulant dans la carrière (visites guidées et balades contées) attirent les visiteurs en nombre puisque cela représente 68% du total des individuels.

Les activités les plus



MÉLANIE
Responsable culturelle
et communication

LA COMMERCIALISATION INDIVIDUELS EN QUELQUES CHIFFRES

7 340

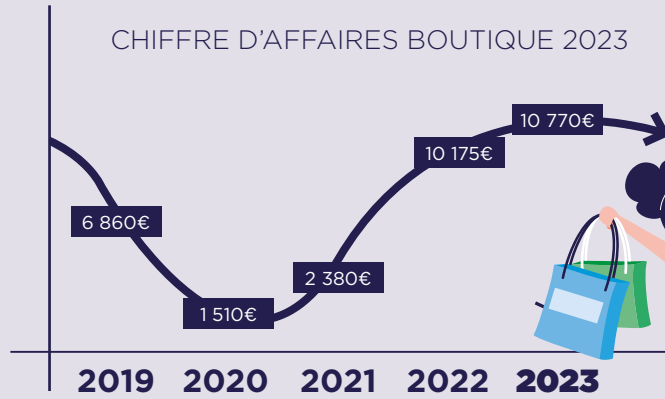
PERSONNES ONT ASSISTÉ À

225

ANIMATIONS ORGANISÉES PAR LA MAISON DE LA PIERRE



CHIFFRE D'AFFAIRES BOUTIQUE 2023

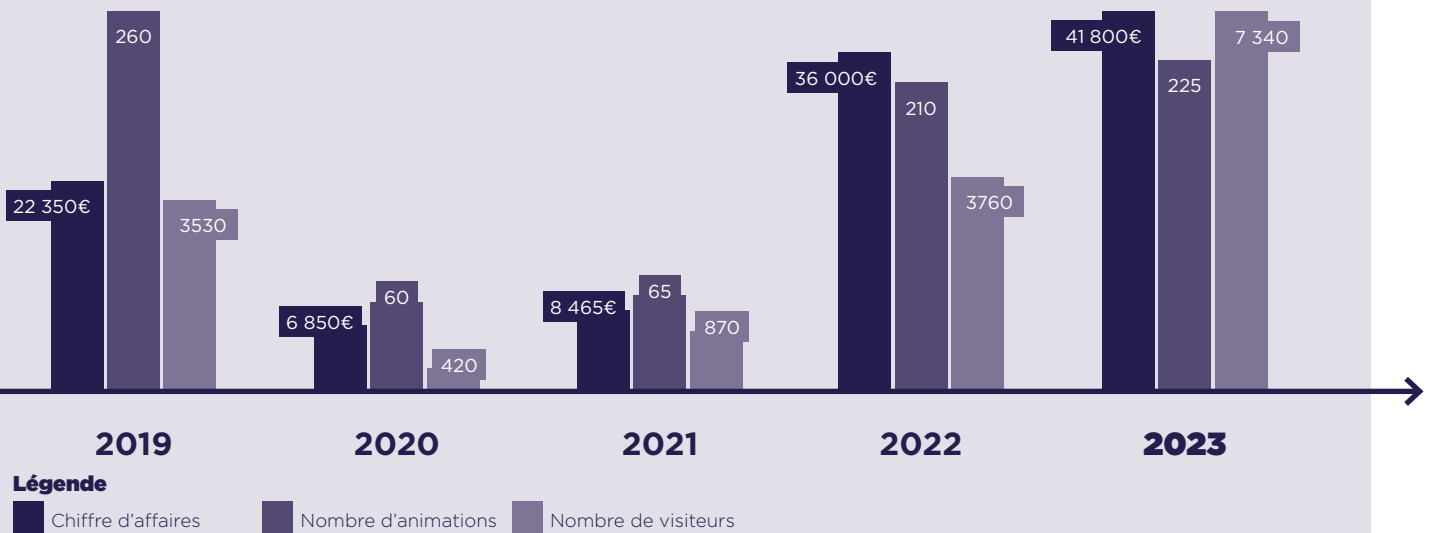


41 800€



CHIFFRE D'AFFAIRES INDIVIDUELS 2023

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DE LA FRÉQUENTATION DEPUIS 2019



RÉSEAUX SOCIAUX FIDÉLISATION



© Creil Sud Oise Tourisme

MAISON DE LA PIERRE

OPTIMISER LA COMMUNICATION SUR LE WEB

SORTIE DU NOUVEAU SITE WEB

L'année 2023 fût marquée par la refonte du **site web de la Maison de la pierre**, suite au piratage du site. Plus simple, ce site répond à l'objectif premier qui est de renseigner les visiteurs sur l'ensemble des activités et leur permettre d'effectuer leur réservation aisément. Ce site **va progressivement s'enrichir** de nouvelles pages qui détailleront

les animations et ateliers divers ainsi qu'une page actualité.

PLUS D'AVIS CLIENT

Nous avons effectué une **veille accrue sur les avis Google laissés par les visiteurs**. Des QRcodes ont été affichés, invitant les visiteurs à laisser leur avis Google. Dès que des avis étaient déposés, une réponse, bien souvent formulée sous la forme d'un remerciement, était rédigée. Ce travail a permis **d'accroître le nombre d'avis et donc d'obtenir un meilleur référencement** sur ce moteur de recherche.

Par ailleurs, les **réseaux sociaux Facebook, Instagram et LinkedIn ne cessent de voir leurs abonnés augmenter**. Ils représentent de formidables outils de communication très complémentaires de la Newsletter de la Maison de la Pierre et concourent grandement à l'accroissement du nombre de visiteurs.



MÉLANIE
Responsable culturelle
et communication



GHULAM
Apprenti en
communication

COMMUNIQUER SUR LA RÉOUVERTURE SAISONNIÈRE

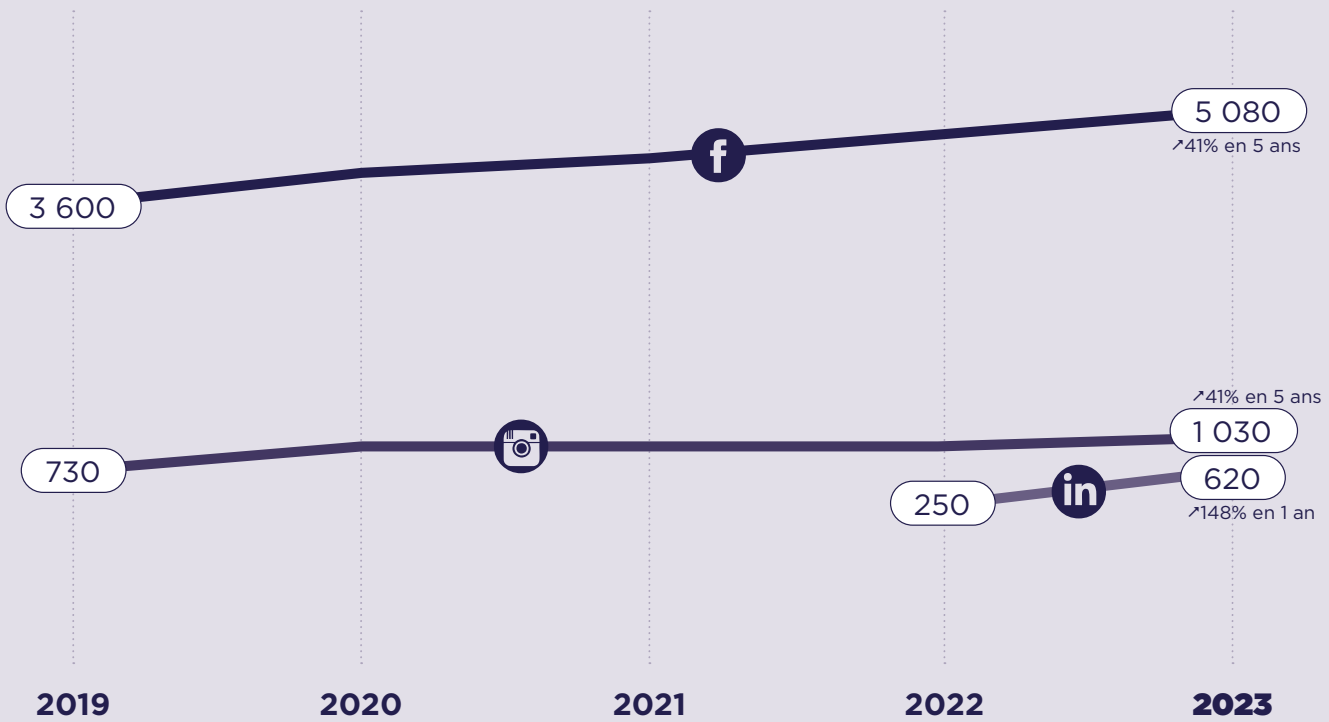
Dans le cadre de la réouverture saisonnière de la Maison de la Pierre, j'ai réalisé un **plan de communication** afin de mettre en avant les services et produits de cette dernière.

Tout en prenant en compte l'arrivée de Pâques, la thématique était bien déterminée : Les lapins de Pâques s'invitent à la Maison de la Pierre. Suite à cela, le plan de communication fut réalisé **sur 3 semaines avec 2 à 3 posts hebdomadaires sur la page Facebook de la Maison de la Pierre**.

Ce plan de communication eut un **effet positif** sur la visibilité de la page Facebook de la Maison de la Pierre, en générant plus de **63 100 vues** tout en augmentant le nombre de visites directes sur la page avec plus de **2 445 utilisateurs** sur cette période.

LA PRÉSENCE SUR LA TOILE EN QUELQUES CHIFFRES

NOMBRE D'ABONNÉS



Légende

- Nbr d'abonnés Facebook
- Nbr d'abonnés Instagram
- Nbr d'abonnés LinkedIn

LA E-RÉPUTATION DE LA MAISON DE LA PIERRE

4,6/5

NOTE MOYENNE GLOBALE



4,8/5 sur Facebook
100 avis



4,5/5 sur Tripadvisor
37 avis



4,5/5 sur Google
302 avis

CREILL SUD OISE TOURISME

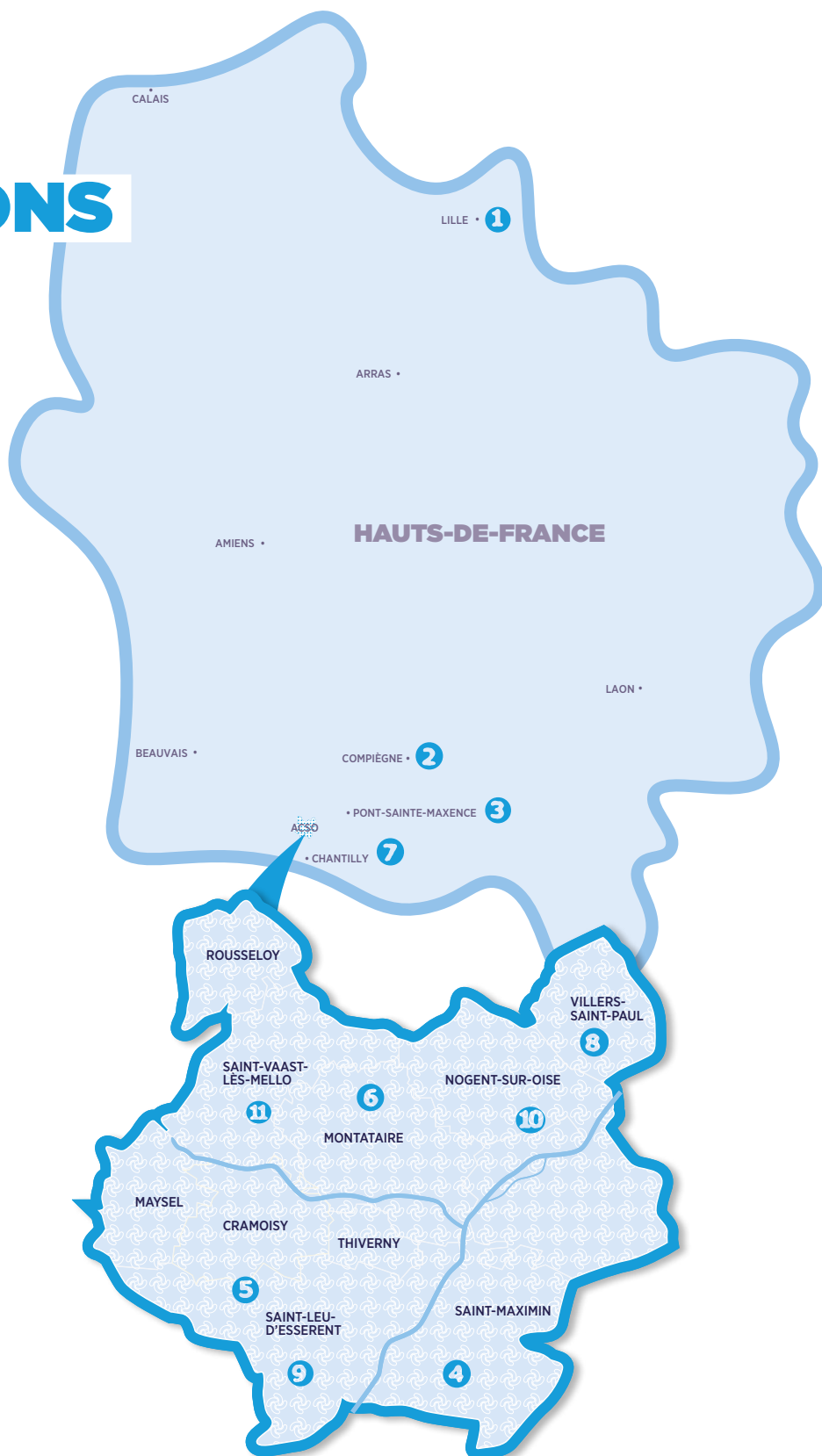
ACTIONS HORS LES MURS

CREIL SUD OISE TOURISME

OPÉRATION SÉDUCTION : À LA RENCONTRE DES CURIEUX

L'équipe de Creil Sud Oise Tourisme s'est de nouveau rendue sur le terrain, à la rencontre des visiteurs. **1 700 personnes** qui ont été **renseignées** lors de manifestations extérieures où nous tenions un stand d'informations et d'animations.

- 1 Du 27 au 29 janvier **Salon Tourisma à Lille** 150 PERS.
- 2 10 février **Ateliers sculpture à l'Institution Sévigné à Compiègne** 40 PERS.
- 3 2, 3 et 7 mars **Ateliers sculpture à l'école Adrien Bonnel à Pont-Sainte-Maxence** 170 PERS.
- 4 16 avril **Balade et randonnée gourmande à Saint-Maximin et visite de l'exposition à la Maison de la Pierre** 160 PERS.
- 5 30 avril **Fête à l'andouille avec balade et randonnée gourmande à Cramoisy** 90 PERS.
- 6 6 mai **Jeu de piste Max le carrier, visite de l'exposition «Bassin de pierre bassin de vies» et atelier sculpture à Montataire** 10 PERS.
- 7 Du 12 au 14 mai **Journées des Plantes à Chantilly** 380 PERS.
- 8 17 juin **Fête de la Ville à Villers-Saint-Paul** 100 PERS.
- 9 Juillet/Août **Ateliers sculpture à la Base de Loisirs à Saint-Leu-d'Esserent** 360 PERS.
- 10 3 septembre **Un dimanche à la campagne à Nogent-sur-Oise** 150 PERS.
- 11 10 septembre **Balade et randonnée gourmande à Saint-Vaast-lès-Mello** 90 PERS.



TOURNAGES SÉMINAIRES



Brochure séminaires

1 000 exemplaires
16 pages



CREIL SUD OISE TOURISME

TOURNAGES ET SÉMINAIRES À L'ACSO

L'ACSO COMME TERRE DE TOURNAGES

Afin de «développer le territoire de l'ACSO comme lieu d'accueil de tournages», un **bureau des tournages doté d'un guide des décors** est en cours de création. Un kit regroupant tous les décors et chacune de leurs **spécificités** est en développement.

2023 a été marquée par la mise en place de plusieurs phases du projet :

- La **rencontre avec les communes volontaires**, déjà amorcée en 2022, m'a permis d'expliquer la méthodologie de travail. Afin de faciliter le lien entre ces communes et les équipes de repérage, j'ai rédigé un **manuel sur l'accueil des tournages** dans lequel on peut retrouver des modèles comme un état des lieux, une fiche décor, une grille tarifaire...

- Grâce à notre partenaire Pictanovo, j'ai pu assister au **Forum Production** à Paris, le RDV des pros du cinéma : j'ai pu échanger avec d'autres terres de

tournages. J'ai également suivi **2 formations** pour remplir des **bases de données** : celle de Film France (base nationale) et celle qui sera diffusée sur le site internet de l'Office de Tourisme.

- J'ai organisé une **journée d'échanges** pour les référents tournages des communes. M Jankowiak, de Pictanovo et Mme Byczynski, de la ville de Senlis, sont intervenus sur la structuration de notre stratégie. Cette journée a permis d'établir **4 thématiques** de décors : industriel, carriér, patrimoine bâti et naturel.

L'accueil de tournages **commence à porter ses fruits** : une équipe de tournage a réservé deux hôtels pendant 4 jours, pour 280 nuitées et a généré des **recettes de 17000€**, plus des dépenses estimées à **7000€ pour les repas**, sans compter les retombées connexes.

2024 verra un nouvel enjeu pour moi : faire connaître notre destination comme **UNE TERRE DE TOURNAGE !**

DES ENTREPRISES À LA MAISON DE LA PIERRE

L'accueil de séminaires constitue un levier pour pénétrer ce nouveau marché. Avec l'essor du télétravail, les entreprises

souhaitent consolider le sentiment d'appartenance du collaborateur. Cette opportunité implique la création de **partenariats avec les hôteliers** de la région. Une **brochure séminaires** a été créée pour faire connaître l'offre de la Maison de la Pierre et la Galerie du Front de taille a été **classé en ERP catégorie 4** afin d'augmenter la capacité d'accueil (de 49 à 260 pers). Cette année, les séminaires à la Maison de la Pierre et un séminaire chez un partenaire voisin ont généré un **chiffre d'affaires de 47000€**. Nous avons pu proposer à des entreprises comme **Ineris, GDS, le Greta ou le CNAS** des **jours clés en main** avec location de salle de réunion, déjeuner et activité de la Maison de la Pierre. Nous avons également accueilli Fedding France pour une **soirée DJ dans la carrière souterraine**. Pour Suivez la Flèche, nous avons conçu une **journée de travail et détente** avec la matinée à la Maison de la Pierre et l'après-midi les pieds dans l'eau à la Base nautique de Saint-Leu-d'Esserent !



NOUARA
Chargée de
développement
commercial

TRANSITION INTERGÉNÉRATIONNELLE



PAROLE AUX JEUNES !

INTERVIEW DE GHULAM ET VANESSA, ALTERNANTS À CREIL SUD OISE TOURISME

Parle nous de ton apprentissage à Creil Sud Oise Tourisme

Ghulam : J'ai opté pour une formation en alternance afin d'acquérir de l'expérience et d'appliquer mes connaissances et la théorie qui me sont transmises à l'école en milieu professionnel. Je suis en 2^{ème} année de Mastère en Management Communication, Événementiel et Médias Sportifs à l'École PEM, Paris La Défense. Je suis fier de pouvoir travailler à l'Office de Tourisme. Étant un habitant de l'ACSO et passionné par la communication digitale, je souhaite mettre mes compétences et capacités dans la valorisation du territoire dans lequel j'ai grandi. J'assiste dans la communication print et web avec Frédérique ainsi que la communication sur Facebook avec Emilie. Je m'occupe également des partenariats avec les commerçants de l'ACSO pour le jeu Facebook ainsi que des réunions entre l'OT et les services

communication des 11 communes de l'ACSO.

Vanessa : Après des années en cursus classique (Master en Art contemporain et Science Humaine), j'ai décidé de suivre une alternance en tourisme. C'est un secteur qui m'a toujours intéressé et que j'ai découvert lors d'un service civique de 6 mois à la Maison de la Pierre en 2021. J'ai acquis de nouvelles connaissances tout en y joignant ma passion pour l'art, c'est donc naturellement que j'ai souhaité rejoindre de nouveau l'équipe pour compléter ma formation. Enfin, je recherchais une formation courte et professionnalisante : le BTS était parfait ! Durant ces 2 ans, je vais faire de la médiation culturelle et de l'accueil, de la communication ainsi que tenue de la boutique.

Un petit mot sur toi, tes passions ?

Ghulam : Je pratique la boxe thaïlandaise à haut niveau, je suis passionné par cet art martial ancestral de plus de 500 ans. Je transmets également mon savoir en tant que coach au sein de mon club. J'ai de bonnes connaissances informatiques ce qui me permet d'apporter mon aide à l'équipe et je suis passionné par la communication digitale permettant

ainsi de m'investir pleinement dans la communication de l'Office.

Vanessa : J'ai 26 ans, je suis une artiste illustratrice freelance. Mon histoire avec la culture et les Arts a commencé à mon adolescence, et depuis je m'efforce de nourrir et d'entretenir cette passion qui est aujourd'hui une de mes activités professionnelles. Pour moi, les illustrations sont des ponts qui content des histoires et des gestes de la vie quotidienne. Ce que j'aime c'est comment des idées et des caractères prennent vie. Dans mes illustrations, je transmets une part de ma personne. Je suis curieuse, j'aime apprendre, découvrir des cultures, des gastronomies et faire des rencontres.



GHULAM
Apprenti en
communication



VANESSA
Apprentie en
médiation et
commercialisation

ADMINISTRATIF + RESSOURCES HUMAINES

Formations de l'équipe

- Ateliers d'anglais
- Perfectionnement GFI (logiciel compta)
- Secours PSC1
- Incendie, manipulation d'extincteur, Évacuation
- Convention collective des organismes de tourisme
- Nouvelle classification RH
- Accompagnement des volontaires au quotidien
- Concevoir son projet d'accueil hors les murs
- Formation civique et citoyenne

5 CODIR

180 bons de commandes
↗20%

925 mandats
↗11%

180 titres
↘23%

27 délibérations
↘7%

↗xx% par rapport à
2022

CREIL SUD OISE TOURISME

NOS DÉMARCHES RSE

En 2023, Creil Sud Oise Tourisme a mis en place des activités de cohésion d'équipe, un éducteur, et une journée d'étude. Ces initiatives ont une dimension particulière de **Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)** en contribuant au développement professionnel, à l'épanouissement des salariés, et au **renforcement des liens sociaux** au sein de l'organisation.

UNE JOURNÉE POUR L'EFFORT COLLECTIF

Le 24 mars 2023, en amont de la reprise de la saison, l'ensemble de l'équipe s'est réuni pour **contribuer à la réouverture** de la Maison de la Pierre. Les membres ont œuvré sur plusieurs **chantiers**, tels que les travaux de lasures, l'emportage de plantes, et des opérations de grand nettoyage.

Après un déjeuner **convivial** partagé, la Maison de la Pierre a pris vie avec des activités orchestrées avec brio. Ce moment a laissé une empreinte mémorable, un **souvenir d'une ambiance chaleureuse et complice**.

UNE JOURNÉE D'ÉDUCTEUR

Le 10 novembre 2023, un éducteur a été organisé pour **découvrir un nouveau musée national La Cité Internationale de la langue française** avec son château

renové à Villers-Cotterêts (02). La Cité Internationale de la langue française permet d'appréhender la langue française sous l'aspect historique, géographique, les langues régionales grâce à des visites très ludiques.

Après déjeuner, l'après-midi a été consacré à la **découverte de la remarquable carrière Sarazin**, à Emeville (60). Ce fut un voyage souterrain exceptionnel. La descente sécurisée, équipée d'un harnais et réalisée par échelle, a ajouté une dimension unique à cette exploration. La carrière, ouverte en 1920 et abandonnée subitement vers 1935, demeure dans son état d'origine. **L'équipe a pu explorer divers ateliers d'extraction, observer des graffitis, ainsi que des outils, wagonnets et rails d'époque.** Un sincère remerciement est adressé à l'association Carrières Patrimoine, dévouée depuis de nombreuses années à la préservation de ce site historique. Dans la bonne humeur, le président, un membre du CODIR, l'équipe Creil Sud Oise Tourisme et le service tourisme de l'ACSO ont pu profiter de cette journée découverte pour connaître ce qui se pratique ailleurs, donner de **nouvelles idées**, échanger les bonnes pratiques avec nos homologues.

Nous en avons profité pour **rencontrer les membres de l'Office de Tourisme de Retz-en-Valois**. Un éducteur est toujours une journée ayant pour vocation de former les équipes. C'est aussi une belle opportunité de cohésion.

UNE JOURNÉE D'ÉTUDE ET DE RÉFLEXIONS COLLECTIVE

Le 14 novembre 2023, les membres de l'équipe de Creil Sud Oise Tourisme ont participé à une **journée d'étude** stimulante, organisée en interne, axée sur la réflexion collective. L'objectif principal de cette rencontre était d'engager une discussion approfondie sur divers sujets. L'ordre du jour comprenait l'analyse des éléments qui ont prouvé leur efficacité et qui devraient être maintenus, l'identification des problématiques à résoudre, la proposition de solutions innovantes, la priorisation des actions, et enfin, **l'élaboration d'un plan d'action stratégique pour les années à venir, soit 2024 et 2025.**

Cette journée a été l'occasion d'échanges riches, mettant en avant l'engagement collaboratif et la recherche active de solutions.



ÉLISE
Directrice



STÉPHANIE
Assistante administrative

ET EN 2024...

2 axes de développement

> Axe 1

Stratégie de développement touristique Creil Sud Oise

> Axe 2

Rayonnement de la destination Creil Sud Oise



© Creil Sud Oise Tourisme

CREIL SUD OISE TOURISME

EN ROUTE POUR 2024 !

Cette nouvelle année se présente comme une évolution dans la continuité de 2023, une période caractérisée par **la consolidation et la croissance de la destination Creil Sud Oise.**

Notre orientation principale consiste à promouvoir Creil Sud Oise en attirant notre première clientèle, à savoir les **habitants** tout en élargissant notre audience aux **clients situés à une distance d'1 à 2 heures de route de Creil Sud Oise.**

Notre objectif consiste à mobiliser ces cibles pour stimuler **l'économie touristique.**

Afin d'atteindre cet objectif, nous concentrerons nos efforts sur **deux axes de développement** visant à structurer notre stratégie

et à promouvoir Creil Sud Oise de manière étendue.

AXE 1 STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE CREIL SUD OISE

- Élaboration et formalisation de la **politique touristique** pilotée par l'ACSO et accompagnée par Oise Tourisme
- Rédaction du **contrat de Destination Touristique** « la Vallée de l'Oise et de la Pierre » auprès de la Région en collaboration avec l'ACSO et la CCPOH
- Avec l'ACSO, mise en place de la **taxe de séjour** pour 2025
- Participation à des **projets touristiques structurants portés par l'ACSO** (gîte de groupes Saint-Vaast-lès-Mello et Bistrot de Pays, aménagements fluviaux à Saint-Leu-d'Esserent)

AXE 2 RAYONNEMENT DE LA DESTINATION CREIL SUD OISE

- **Consolidation de l'image** : continuer à mettre en œuvre des actions marketing et de communication pour améliorer

l'image du territoire, de créer de la notoriété sur les filières prioritaires qui pourraient être : le patrimoine, le savoir-faire et la nature afin de développer ces marchés prioritaires de proximité avec les habitants de l'ACSO et des territoires voisins isariens, Paris et la Région Parisienne, situés à 1h voire 2h de la destination Creil Sud Oise,

• Développement du **tourisme d'affaires** :

- Poursuivre la stratégie de développement de l'accueil des tournages en **féderant l'ACSO** et les 11 communes,

- Commercialisation de la Maison de la Pierre

- Mise sur le marché de l'Offre touristique Creil Sud Oise et la **fidélisation des clientèles**

- Évènement **Les 10 ans de la Maison de la Pierre** en fédérant les 11 communes, les entreprises et avec la mise en place de la Fête de la Pierre.



ÉLISE
Directrice

Les membres de l'équipe de Creil Sud Oise Tourisme souhaitent exprimer leur profonde gratitude envers toutes les personnes qui les ont soutenus, accompagnés et prodigués des conseils précieux.

Ils tiennent à saluer toutes les personnes qui ont consacré leur temps à relire leurs documents de travail, répondre à leurs interrogations multiples, partager des initiatives constructives, et les encourager à progresser toujours plus loin.

Leur reconnaissance s'adresse à l'ensemble des services de l'Agglomération Creil Sud Oise, en particulier à la Direction et au service Développement économique, de l'emploi & de la formation, au service Tourisme, Patrimoine & Loisirs, à la Direction et au service Communication, à la Direction des Travaux et du Patrimoine, au service Informatique & Télécommunication, au service Bâtiment & Logistique, à la Direction Administrative & Financière, au service Comptabilité & Finances, au service Ressources Humaines et au service Juridique.

Ils adressent également leurs remerciements aux membres du Comité de Direction, aux élus et socio-professionnels, ainsi qu'à l'équipe d'Oise Tourisme, une véritable ressource en ingénierie touristique. Enfin, un sincère merci est transmis à leurs partenaires, pour leur confiance indéfectible et leur fidélité.

Merci pour votre engagement collectif !

Merci



CREIL SUD OISE TOURISME



Office de Tourisme Creil Sud Oise

6 avenue Jules Uhry 60100 Creil (siège)
03 75 19 01 70

bienvenue@creilsudoise-tourisme.fr
www.creilsudoise-tourisme.fr

Maison de la Pierre du Sud de l'Oise

22 rue Jean Jaurès 60740 Saint-Maximin
03 44 61 18 54

bienvenue@maisondelapierre-oise.fr
www.maisondelapierre-oise.fr

Explorez 
Creil Sud Oise TOURISME


MAISON DE LA PIERRE
Sud de l'Oise