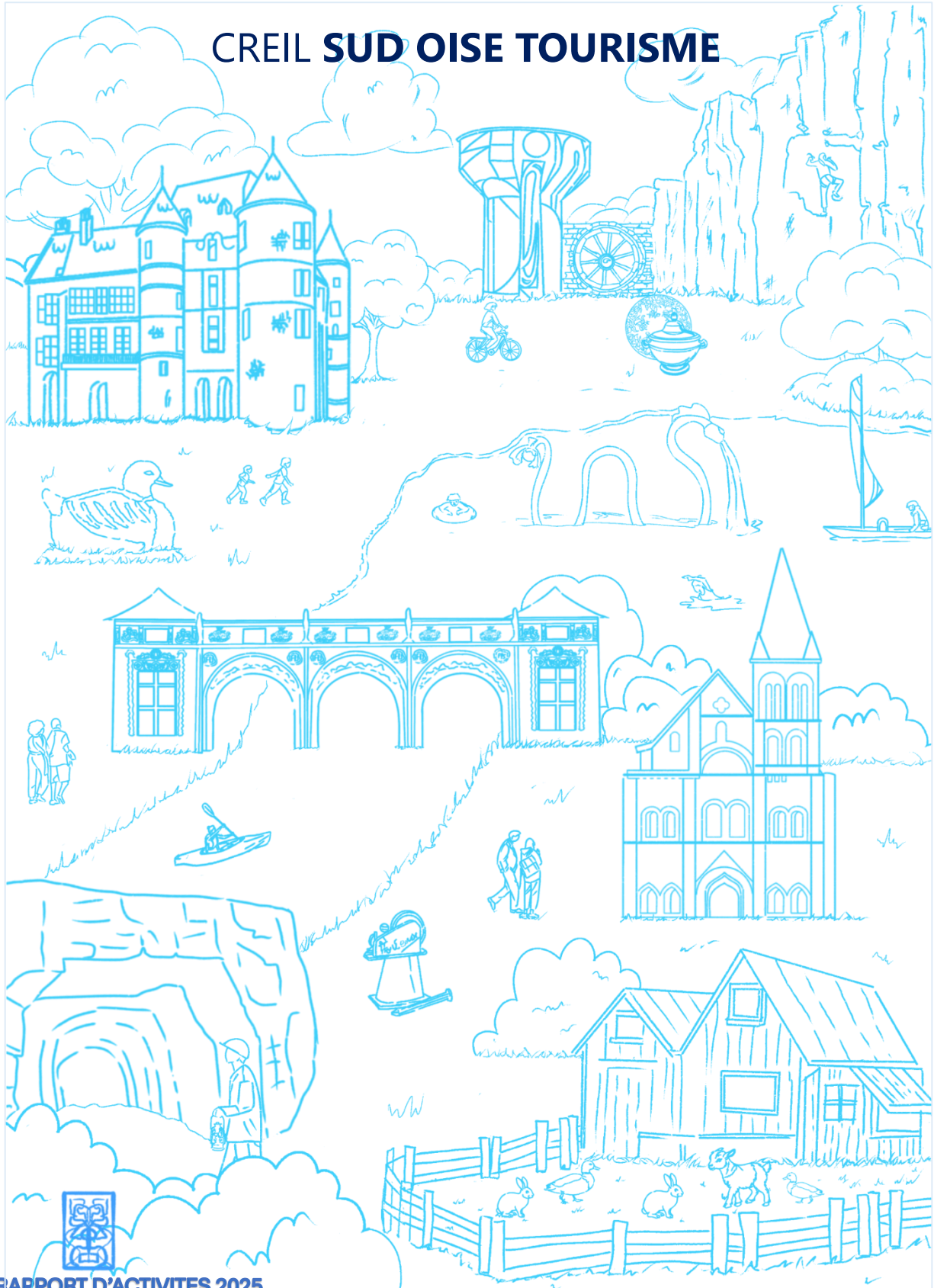


Explorez

CreilSudOise TOURISME

RAPPORT D'ACTIVITES 2025

CREIL SUD OISE TOURISME



SOMMAIRE

EDITO	1
CHIFFRE D’AFFAIRES CREIL SUD OISE TOURISME	4
OFFICE DE TOURISME_COMMERCIALISATION GROUPES	5
OFFICE DE TOURISME_COMMERCIALISATION INDIVIDUELS	7
OFFICE DE TOURISME_ACCUEIL ET BOUTIQUE OT	8
OFFICE DE TOURISME_COMMUNICATION	10
OFFICE DE TOURISME_ ANIMATION DES PARTENAIRES	13
MAISON DE LA PIERRE_COMMERCIALISATION	17
MAISON DE LA PIERRE_COMMUNICATION	19
CREIL SUD OISE TOURISME_ ACCUEIL DES TOURNAGES	21
CREIL SUD OISE TOURISME_ HORS-LES-MURS	23
CREIL SUD OISE TOURISME_ADMINISTRATIF ET DEMARCHES RSE	24
REMERCIEMENTS	28

Creil Sud Oise Tourisme a pour mission de développer la fréquentation touristique sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Creil Sud Oise (ACSO). Conformément à la convention d'objectifs, l'organisme met en œuvre la politique touristique de l'ACSO sur les 11 communes de son périmètre d'intervention.

En 2025, la destination Creil Sud Oise a poursuivi son engagement en faveur du développement touristique du territoire. Elle a adapté ses actions de structuration, de promotion et de valorisation de ses atouts patrimoniaux, naturels et culturels afin de répondre aux évolutions des comportements et des attentes des visiteurs.

2025 - Année de consolidation et de rayonnement pour Creil Sud Oise

L'année 2025 avait pour ambition de prolonger la dynamique engagée dès 2023 et renforcée en 2024, en consolidant les acquis et en poursuivant le développement de la destination Creil Sud Oise.

La priorité a été donnée à la valorisation du territoire en mobilisant en premier lieu les habitants, tout en élargissant le rayonnement de la destination auprès d'un public cible situé à une à deux heures de déplacement.

Bilan général de l'année

L'année 2025 s'est achevée sur un bilan contrasté, associant des résultats globalement satisfaisants et des axes d'améliorations identifiés.

Les efforts collectifs déployés ont permis de maintenir des résultats stables pour la Maison de la Pierre, malgré une réduction volontaire de la période d'ouverture visant à améliorer l'organisation interne. En revanche, l'Office de Tourisme a enregistré une baisse de fréquentation, appelant à des ajustements stratégiques et opérationnels.

Plusieurs réalisations structurantes sont à souligner au titre de l'année écoulée :

- La stratégie de développement touristique de Creil Sud Oise a été conduite en étroite collaboration avec l'ACSO. Elle s'inscrit dans la mise en œuvre du contrat de Destination Touristique « La Vallée de l'Oise et de la Pierre », en partenariat avec la Communauté de Communes des Pays d'Oise et d'Halatte, en ciblant prioritairement les clientèles telles qu'« Happy Family ! », les promeneurs en quête de convivialité, ainsi que les grands-parents accompagnés de leurs petits-enfants.
- La communication a été optimisée grâce au déploiement d'outils adaptés et à des actions d'automatisation, indispensables pour répondre aux attentes des clientèles et renforcer le site internet de la Maison de la Pierre.

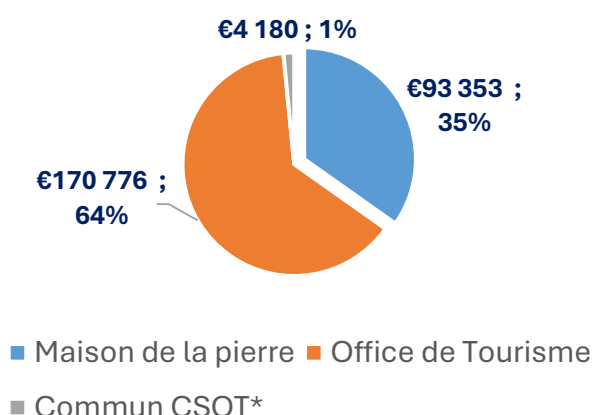
-
- La formation d'un marketeur au sein de l'Office de Tourisme a permis de renforcer la visibilité de la destination « Vallée de l'Oise et de la Pierre » au niveau régional et permettra d'optimiser la promotion des offres touristiques auprès des publics cibles.
 - Le fonctionnement de la Maison de la Pierre a été optimisé avec une réduction du nombre de jours d'ouverture à 256 par an contre 313 précédemment intégrant la fermeture ciblée de certains jours afin de renforcer l'efficacité organisationnelle.
 - La visibilité de la destination sur les réseaux sociaux a été développée constituant un levier essentiel pour diffuser une image positive du territoire et promouvoir l'ensemble des activités proposées.
 - L'activité commerciale de Creil Sud Oise Tourisme a été renforcée, notamment grâce à un travail collaboratif accru avec les Offices de Tourisme de l'Oise.
 - Un nouvel élan a été donné aux actions partenariales, en particulier à travers l'organisation de la « Rencontre des Explorateurs » consacrée à la thématique du cinéma.
 - L'efficacité du service administratif des deux entités a été consolidée.
 - Les deux DUERP ont fait l'objet d'une refonte complète.
 - La mise en place de la taxe de séjour au 1^{er} janvier 2026 a été engagée afin de diversifier les sources de financement de Creil Sud Oise Tourisme et de soutenir le développement de nouvelles actions de promotion touristique.

La présent rapport d'activités retrace les principales réalisations menées au cours de l'année 2025.

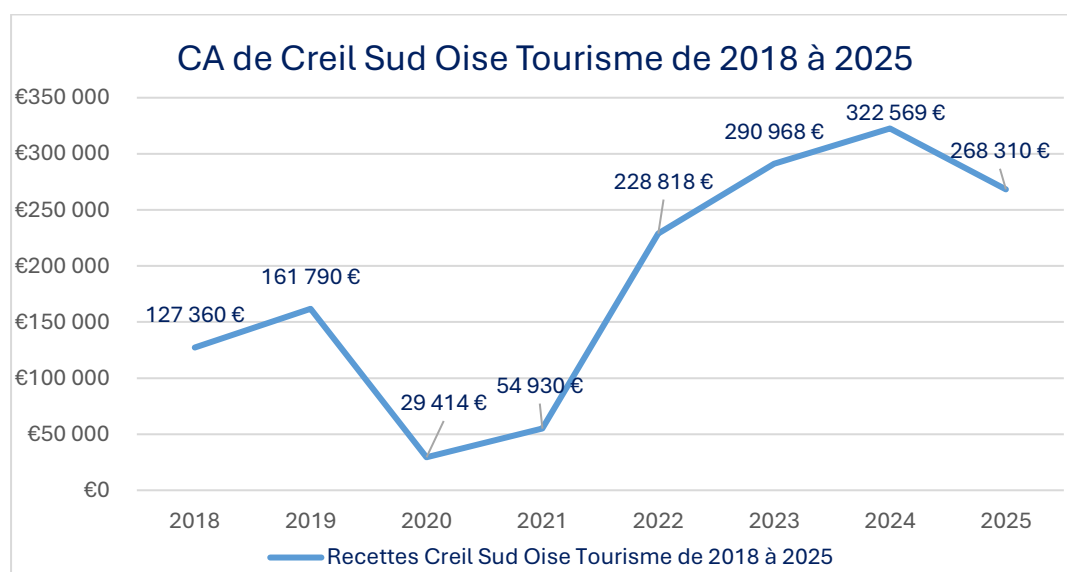
CHIFFRE D'AFFAIRES CREIL SUD OISE TOURISME

Cette année, l'activité économique a enregistré une diminution proche de 17 % dans le secteur commercial, englobant l'Office de Tourisme et la Maison de la Pierre, par rapport à 2024. Le chiffre d'affaires cumulé de Creil Sud Oise Tourisme s'élève à 268 309 € (322 568 € en 2024). Cette légère baisse s'explique notamment par une baisse des retombées directes des tournages venus sur le territoire : en 2024, Creil Sud Oise avait enregistré 26 520 € de chiffre d'affaires relatif à l'accueil des équipes de tournage (CA reversé aux hébergeurs du territoire). En 2025, les équipes de tournage venues sur le territoire ont réservé leur hébergement en direct, sans passer par l'Office de Tourisme.

Le Chiffre d'Affaire



*Commun = ventes de groupes par l'OT à la Maison de la Pierre



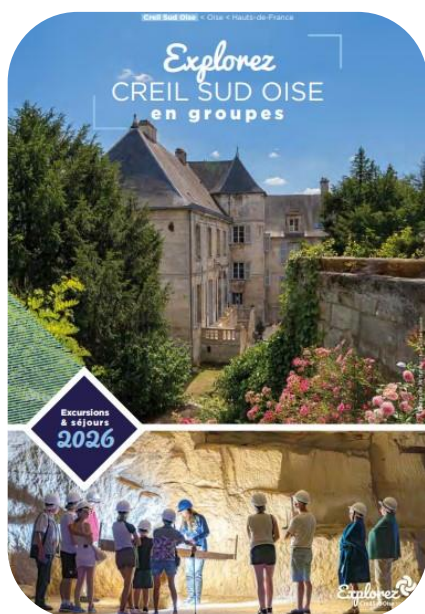
OFFICE DE TOURISME_COMMERCIALISATION GROUPES

UNE ANNEE 2025 EN LEGERE BAISSSE

Le nombre de groupes accueillis est en diminution par rapport à 2024 (-36). Cette évolution s'inscrit dans un **contexte national défavorable**, marqué par les restrictions budgétaires des collectivités et la disparition de certains groupes réguliers, notamment les CCAS. Les associations sont particulièrement fragilisées par l'augmentation continue des coûts de transport en autocar, ce qui entraîne une réduction du nombre de sorties. Le recours au covoiturage progresse partiellement, mais demeure peu adapté à l'ensemble des publics, générant des effectifs plus réduits.

Le **chiffre d'affaires** de l'activité de vente des groupes enregistre un **recul estimé à environ -10%**, passant de 194 050 € en 2024 à **173 492 €** en 2025. Cette évolution s'explique principalement par la baisse du nombre de groupes accueillis.

Toutefois, la situation reste globalement maîtrisée grâce au développement de **l'accueil de courts séjours**, en provenance notamment de la Belgique, du Tarn et du Loiret, grâce au travail réalisé avec le « Club Groupes Oise ».



Brochure « Groupes 2026 »



Salon IFTM Paris, 23-25 septembre, en partenariat avec ADN Tourisme et son Club Destination Groupes

LE « CLUB GROUPES OISE », TOUS ENSEMBLE POUR ALLER PLUS LOIN

Ce Club permet une **meilleure coordination** entre Offices de Tourisme vendeurs de « produits forfaitisés » pour les groupes et, par conséquent, nous permet de **toucher de nouveaux prospects**.

En 2025, les actions communication du club nous ont apporté 28% de notre chiffre d'affaires **(+10% par rapport à 2024)**, notamment par la vente de 2 courts-séjours à des clients venant de Belgique ou du Tarn. Bien sûr, ils ne sont pas venus seulement pour Creil Sud Oise mais aussi pour découvrir des incontournables de l'Oise et des départements limitrophes (Amiens, Villers-Cotterêts).

Ce club est aussi l'occasion de nombreux échanges en matière de procédures et d'expériences qui ne peuvent être que bénéfiques pour chacun ; le but étant – toujours – de faire connaître l'Oise et ses richesses et par conséquence, Creil Sud Oise et ses richesses.



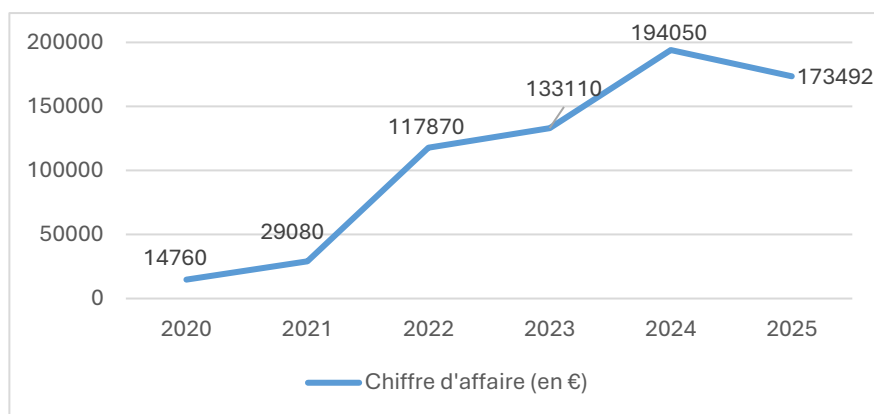
SYNTHESE DE LA COMMERCIALISATION EN QUELQUES CHIFFRES :

3 133 personnes ont visité Creil Sud Oise réparties en **94 groupes** = une moyenne de 33 personnes par groupe

85% des demandes de devis ont été confirmées

173 492 € de Chiffre d'affaires

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DEPUIS 2020 :



OFFICE DE TOURISME_COMMERCIALISATION

INDIVIDUELS

UNE PROGRAMMATION SIMPLIFIEE

Après une année 2024 faste avec une multitude d'activités proposées pour célébrer les 10 ans de la Maison de la Pierre et mettre en valeur notre patrimoine carrier, **la programmation des sorties a été simplifiée** pour se concentrer sur les **animations les plus demandées** :

- Les visites guidées « patrimoine » animées par Aquilon
- Les activités nature : randonnées commentées avec « Rando Sud Oise », initiation aviron à Creil et sorties en forêt avec la Société Mycologique
- Les activités ludiques pour les familles pendant les vacances avec les balades contées de Rando-roman et un rallye du patrimoine à Montataire crée et guidé en interne.

Moins de visites = moins de visiteurs (-60% par rapport à 2024) et donc un Chiffre d'Affaires en baisse également (-64%), la plupart des sorties étant gratuites ou à un prix attractif pour les familles.

Cependant, **il est à noter un taux de remplissage de 85% en moyenne** avec en moyenne 30 personnes par sortie, dont certaines visites ayant dépassé légèrement le quota ! Cela confirme l'intérêt des publics ciblés pour les sorties proposées.

OISE.FUN : LA NOUVELLE PLATEFORME DE VENTE EN LIGNE

L'Office de Tourisme a rejoint la **nouvelle Place de marché** créée par Oise Tourisme « **Oise.Fun** » pour faire découvrir les atouts patrimoniaux et naturels de Montataire et Villers-Saint-Paul.

Cela nous a permis de toucher un public que nous avions du mal à attirer jusqu'alors : des familles habitants dans les communes à 15 km alentours (Clermontois, Liancourtois, Cantilien) ou dans le Val d'Oise.



Provenance des visiteurs : 51% Oise hors ACSO ; 12 % Ile-de-France ; seulement 37% habitants de l'ACSO

OFFICE DE TOURISME_ACCUEIL ET BOUTIQUE OT

ACCUEIL : AUGMENTATION DE LA CLIENTELE ETRANGERE

Nous observons en 2025 une légère baisse du nombre de demande d'information à l'accueil (-10%) mais une augmentation de la fréquentation au guichet de +20%

A noter : Une augmentation des demandes de + 10% des demandes provenant de visiteurs n'habitant pas dans l'Oise (= **excursionnistes ou touristes**) dont +200% d'**étrangers** (Royaume-Uni et Belgique en tête) essentiellement en arrière-saison.

→ Gare SNCF de Creil en provenance de Paris et Aéroport de Paris-Beauvais-Tillé identifiés comme un des points d'entrées de ces touristes internationaux.

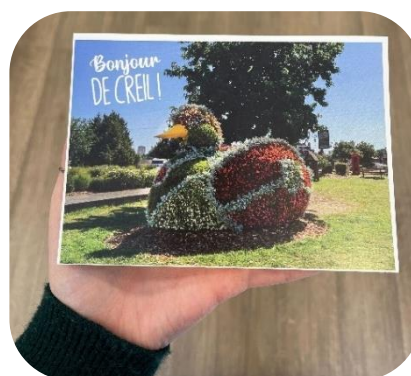
POUR 2026 : L'office de Tourisme va mettre en place son **Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)**. L'objectif sera d'analyser les flux de visiteurs pour cartographier les points d'entrées du territoire et les points de rassemblements. Cela nous permettra de mieux connaître la typologie de clientèles présentes et leurs besoins. Cette analyse nous permettra de **prioriser et planifier** les actions d'améliorations en termes d'accueil et d'information à l'Office de Tourisme et sur le territoire (signalétique, supports de communication imprimés, communication digitale, accueil et Gestion de la Relation Client (GRC) dans les sites touristiques).

BOUTIQUE :

Grâce aux efforts réalisés dans l'aménagement de la boutique, la communication et l'achat de nouveaux produits « Explorez Creil Sud Oise », **les résultats commerciaux de la boutique enregistrent une évolution encourageante : Le Chiffre d'Affaires de 1 680€** est en **légère hausse de +7%** par rapport à 2024. Si le panier moyen s'établit à 12,45 € en 2025, en léger retrait, cette dynamique est compensée par une nette amélioration du taux de transformation, en hausse de 10 points. Ainsi, 43 % des visiteurs de l'Office de Tourisme ont effectué un achat en boutique.



Nouveaux magnets « Explorez Creil Sud Oise »



Carte postale « Bonjour de Creil »

MISE EN AVANT DES ARTISANS CREATEURS DU TERRITOIRE :

Aménagement d'une vitrine « ARTISANS LOCAUX » avec les créations en dentelle à la navette « Koko bijoux » (Creil), les bougies en cire végétale et parfums bio de « Mon boudoir à cire » (Saint-Maximin) ainsi que les savons aux huiles essentielles bio de la « Savonnerie SAO » (Saint-Vaast-lès-Mello).



Vidéo promotionnelle de ces trois artisans avec l'agence de communication « Compa » de Villers-Saint-Paul. Tournage avec Miss Picardie 2024, originaire de cette même ville !

<https://www.youtube.com/shorts/gfMSwCQdZY8>

(723 vues sur YouTube en 3 mois)



Participation au « **Salon des Mains d'Or** » le 3 décembre, événement organisé par l'ACSO et l'Adie depuis 2024 à Creil pour accompagner les artisans du territoire dans leur création d'entreprise. L'Office de Tourisme a tenu un stand pour vendre les produits artisanaux locaux et mettre en avant son **rôle d'accompagnement** dans la promotion des produits locaux auprès des créateurs et créatrices du territoire.



OFFICE DE TOURISME_COMMUNICATION

MUTUALISATION DE LA COMMUNICATION :

Depuis septembre 2024, le poste de Responsable Communication est mutualisé entre l'Office de Tourisme et la Maison de la Pierre. Cette organisation permet de renforcer la cohérence des actions de communication menées par les deux structures, tout en préservant l'identité visuelle propre à chacune.

NEWSLETTER INDIVIDUELLE :

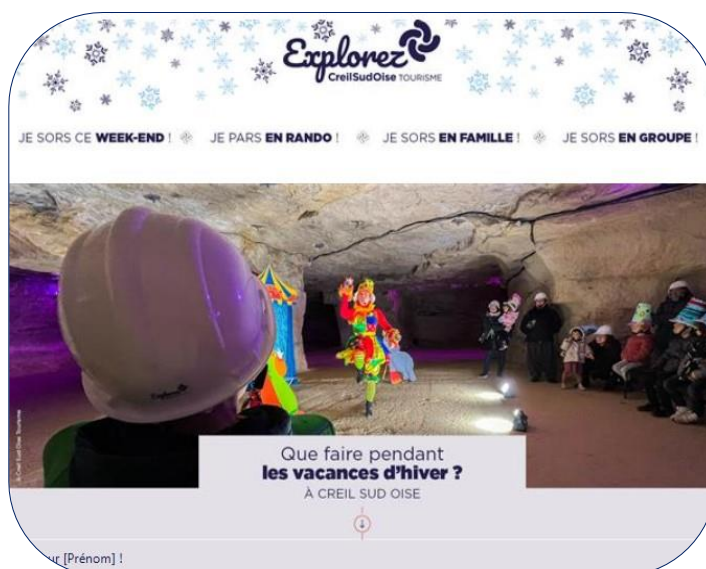
Chiffres clés : 624 abonnés, taux d'ouverture de 60%



La refonte de la newsletter annoncée fin 2024 a été réalisée pour rendre plus pertinent son contenu.

Le contenu dédié aux familles étant le plus consulté, nous avons orienté la newsletter à destination de ce public. Au lieu d'être envoyée chaque mois, la newsletter est maintenant **envoyée 1 mois avant chaque vacances scolaires** pour promouvoir les **activités à faire avec les enfants/petits-enfants**.

2 autres newsletters sont envoyées pour **annoncer les RDV de l'Office de tourisme** programmés hors vacances scolaires et pour les **Journées Européennes du Patrimoine**.



RESEAUX SOCIAUX

Reportages photos et vidéos :

Pour alimenter les réseaux sociaux, les reportages photos et vidéos sont essentiels.

15 reportages vidéos ont été réalisés pour mettre en avant l'actualité culturelle.

2 vidéos promotionnelles ont également été réalisées pour faire découvrir l'offre séminaire de la Maison de la Pierre et l'offre complète du Château de Montataire.

Et enfin, pour actualiser notre base de données, nourrir les publications des réseaux sociaux et renouveler nos supports de communication, ce ne sont pas moins **de 26 reportages photos** qui ont été réalisés.

Les audiences numériques présentent des dynamiques différenciées selon les canaux. YouTube enregistre une croissance très soutenue depuis 2023 traduisant un fort potentiel de visibilité. À l'inverse, Facebook et Instagram évoluent de manière plus progressive avec des bases d'abonnés stabilisées. Enfin, LinkedIn, plus récent, affiche une montée en puissance régulière.



Vue du Marais Monroy



Festival Mosaïque

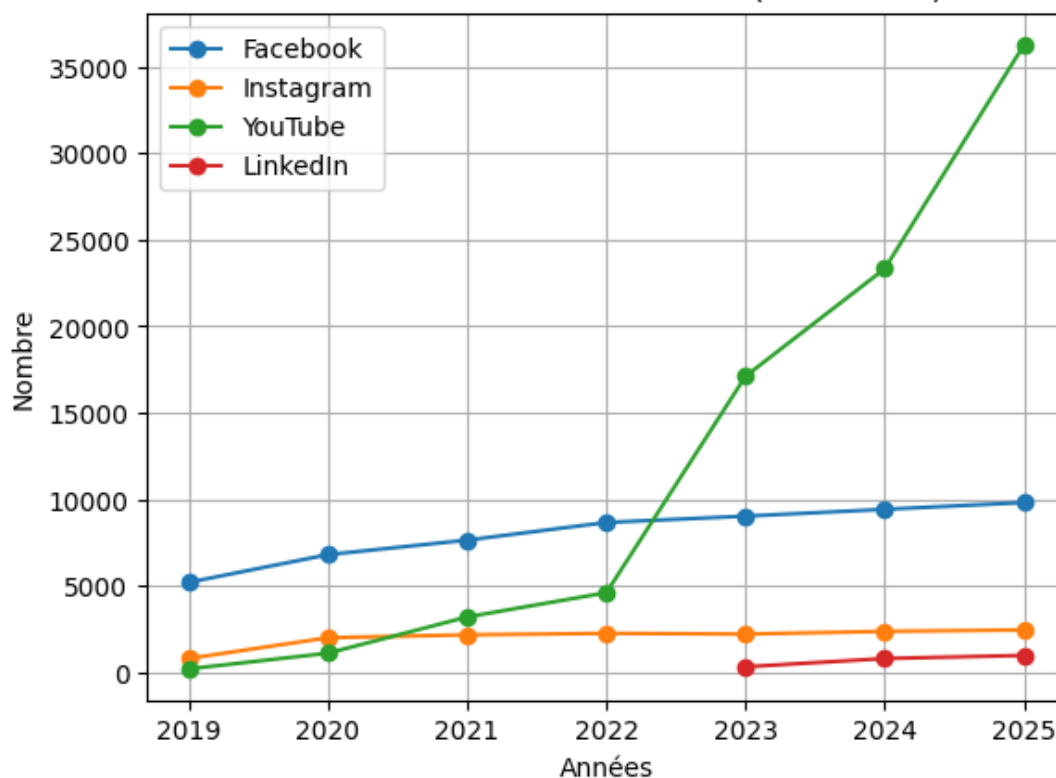


Le Café de la Gare (Saint-Leu-d'Esserent)

Améliorer la e-reputation de Creil Sud Oise :

Les réseaux sociaux participent à l'augmentation de la notoriété avec près de 9 994 fans sur Facebook, 2 505 abonnés sur Instagram et 1 028 abonnés sur LinkedIn.

Évolution des abonnés et vues (2019-2025)



Contenus les plus appréciés :

Classement	Contenu	Vues	Interactions (j'aime, commentaires, partages)
1	Canard	41 052	620
2	Miss Picardie 2024	32 409	377
3	Activité été	30 293	74
4	Maison Bleue	27 600	256
5	Château Creil	27 338	267



SITE WEB :

166 971 personnes ont visité le site web en 2025 soit environ **8 290 personnes par mois** (-3% par rapport à 2024)

TOP 5 des pages les plus visitées :

Pas de changement par rapport à 2024. Ce sont toujours les pages « **Agenda** », « **Explorez en famille** » et « **activités en famille** » qui sont les plus visitées avec celle de **la piscine de Creil**.

69% des visiteurs utilisent leur smartphone pour visiter notre site web (30% depuis un ordinateur et 1% depuis une tablette)

LANCEMENT DE LA STRATEGIE DE TOURNAGE

La 6^{ème} Rencontre des Explorateurs a eu lieu le 11 mars au Cinéma Pathé de Montataire pour le **lancement officiel de la stratégie de tournage « Filmez Creil Sud Oise »** avec une participation record de **66 personnes**.

Grâce à sa connaissance approfondie du territoire et son étroite collaboration avec différents prestataires

locaux, l'Office de Tourisme se positionne comme un facilitateur pour les régisseurs et producteurs. Il intervient à différents niveaux, de la recherche de décors naturels à la mise en relation avec les communes, en passant par l'organisation logistique sur place, incluant la réservation des hébergements et des services de restauration.



Les moments forts :

Table ronde : Retours d'expériences

Les interventions ont présenté l'organisation des tournages par les communes de Nogent-sur-Oise, Saint-Maximin, Senlis et Creil, en mettant en avant la coordination des services, les modalités d'accueil et la gestion des sites patrimoniaux.

Les retours soulignent des bénéfices en termes d'image, d'implication des habitants et de retombées économiques et médiatiques.

Visite des coulisses du Cinéma Pathé Montataire

Atelier participatif créons ensemble le scénario du film promotionnel « Filmez Creil Sud oise »

Le saviez-vous ?

L'accueil des tournages représente un levier économique important pour l'agglomération, en générant des retombées directes et indirectes : hébergements, restauration, services locaux, mais aussi création d'emplois intermittents. Selon les statistiques de Pictanovo, 1€ investi = 6€ de retombées. Ces productions dynamisent l'économie locale tout en valorisant le territoire en contribuant à la fierté de ses habitants.

DE NOUVEAUX PARTENAIRES ET DES PROJETS STRUCTURANTS



Dans le cadre de nos missions, nous sommes allées à la rencontre de **nouveaux partenaires** installés sur le territoire tels que Carine et Paul Ramorasata qui ont ouvert 2 gîtes de qualité à Creil nommés « **Topa Casa** » (cf. photo ci-contre). Cinq restaurants ont été repris et le restaurant gastronomique « **Le Verbois** » est devenu un « Domaine » avec l'ouverture de 5 chambres pour offrir une expérience complète à leurs clients.

Nous avons également été présentes dans divers Comités de Pilotage et Comités Techniques de l'Agglomération Creil Sud Oise dont celui dédié au **projet de « Gîte de groupe et Bistrot de Pays »** à Saint-Vaast-lès-Mello ainsi que le futur « **Pôle d'échange Multi-modal de la gare de Creil** »

MISE EN PLACE DE LA TAXE DE SEJOUR :

Tout au long de l'année, l'Office de Tourisme a œuvré avec l'ACSO à la mise en place de la **Taxe de séjour** afin qu'elle soit **effective au 1^{er} janvier 2026**. Deux **réunions d'informations** ont été menées auprès des hébergeurs et des communes pour que chacun prenne connaissance de la nouvelle réglementation et s'approprie les outils mis à disposition.

SUITE DU CONTRAT DE DESTINATION TOURISTIQUE (2024-2027) :

Le Contrat de Destination Touristique « Vallée de l'Oise et de la Pierre » a été rédigé pour permettre aux services et acteurs touristiques de l'Agglomération Creil Sud Oise et de la Communauté de Communes des Pays d'Oise et d'Halatte (CCPOH) de bénéficier de **subventions régionales** selon des critères spécifiques. De nombreuses rencontres et réunions de travail avec le Service Tourisme de l'ACSO et notre homologue à l'Office de Tourisme de la CCPOH ont donné lieu à un **COPIL réunissant des porteurs de projets** des deux territoires dont le club de canoë-kayak de Montataire et l'ACSO pour le **projet de la halte fluviale** de Saint-Leu-d'Esserent.

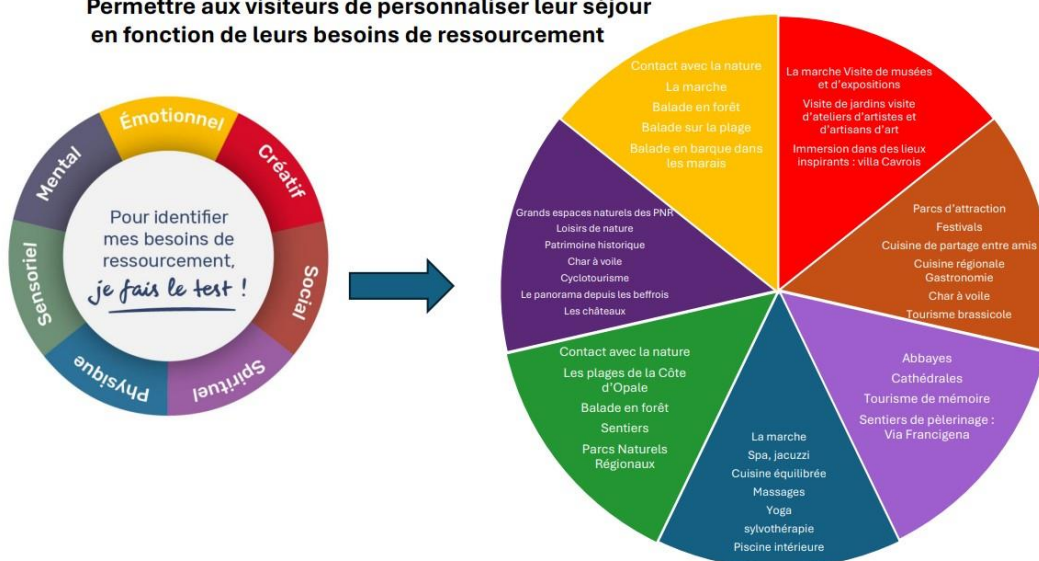
UNE NOUVELLE MISSION : Marketrice « Week-end Hauts-de-France »

Dans le cadre du **Contrat de Destination Touristique**, l'Office de Tourisme avec Floriane a rejoint l'équipe des marketrices de la Région Hauts-de-France pour **valoriser le territoire « Vallée de l'Oise et de la Pierre » à l'échelle régionale** : Pour cela il a fallu **5 journées de travail** consacrées à l'apprentissage de la démarche marketing « Week-end Hauts-de-France » pour **concevoir des offres** généreuses, immersives, émotionnelles, ressourçantes et personnalisées en s'appuyant sur sa connaissance de l'offre du territoire.

La Plateforme « Week-end Hauts-de-France » faisant peau neuve, **2 webinaires** ont été suivis sur les nouvelles attentes des clientèles cibles ainsi que **2 journées supplémentaires dédiées à la préparation du contenu** de cette nouvelle plateforme axée sur le ressourcement : www.weekend-hautsdefrance.com/

SOUTENIR LA MISE EN MARCHÉ EN B TO C ET EN B TO B

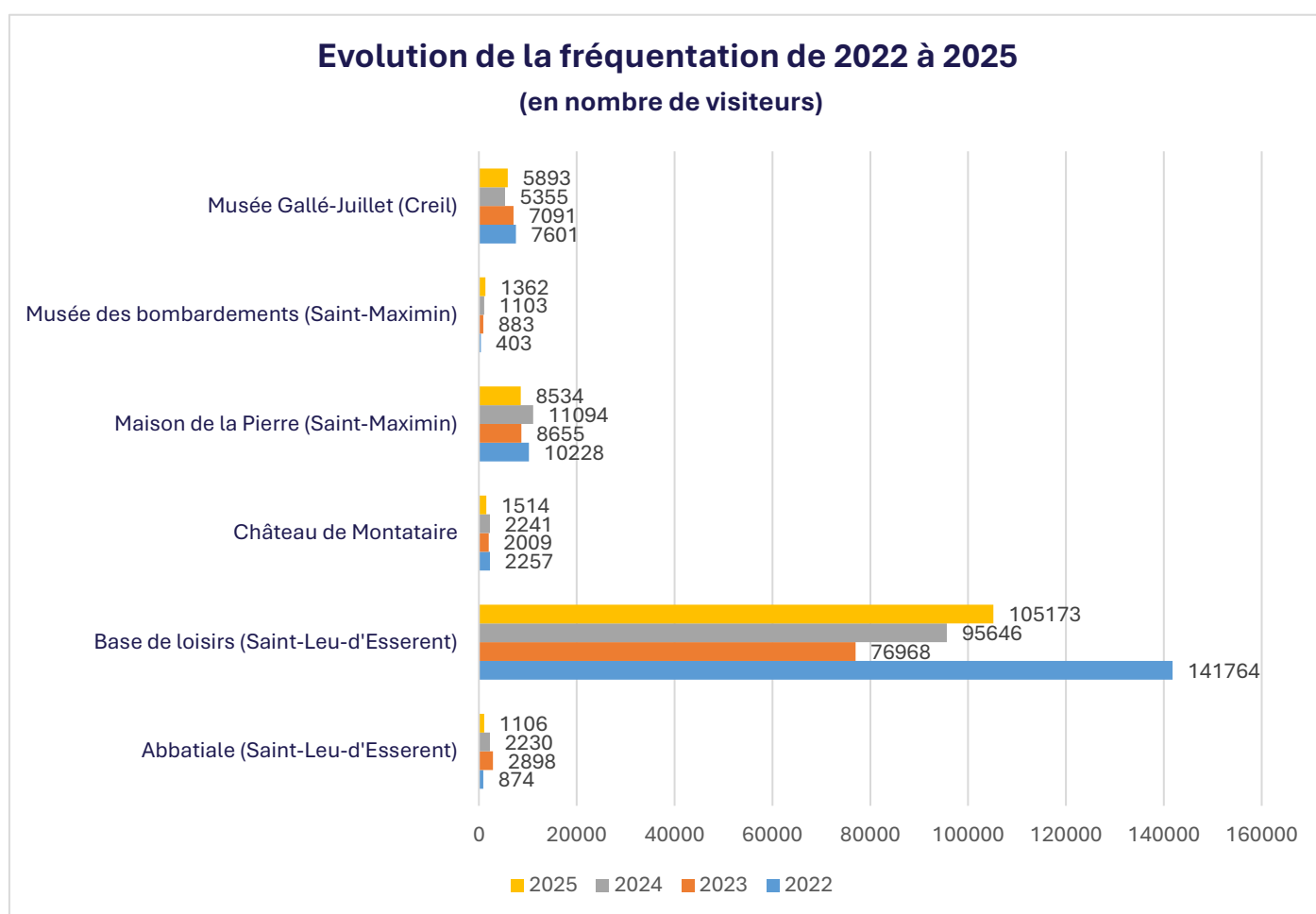
Permettre aux visiteurs de personnaliser leur séjour en fonction de leurs besoins de ressourcement



LA FREQUENTATION TOURISTIQUE DES SITES DE VISITES :

Dans le diagramme ci-dessous, nous pouvons observer l'évolution de la fréquentation des sites de visites et de loisirs du territoire depuis 2022, année de reprise de l'activité dans des conditions « normales » après la pandémie.

Cette **évolution** est assez **disparate entre les sites** : Si le **Musée des bombardements accueille un nombre croissant de visiteurs**, ce n'est pas le cas des autres sites touristiques. Ces résultats dépendent de multiples facteurs externes tels que le contexte géo politique national et mondial ou la météo (surtout pour la base de loisirs) ainsi que des facteurs internes telles que les Ressources Humaines et financières.

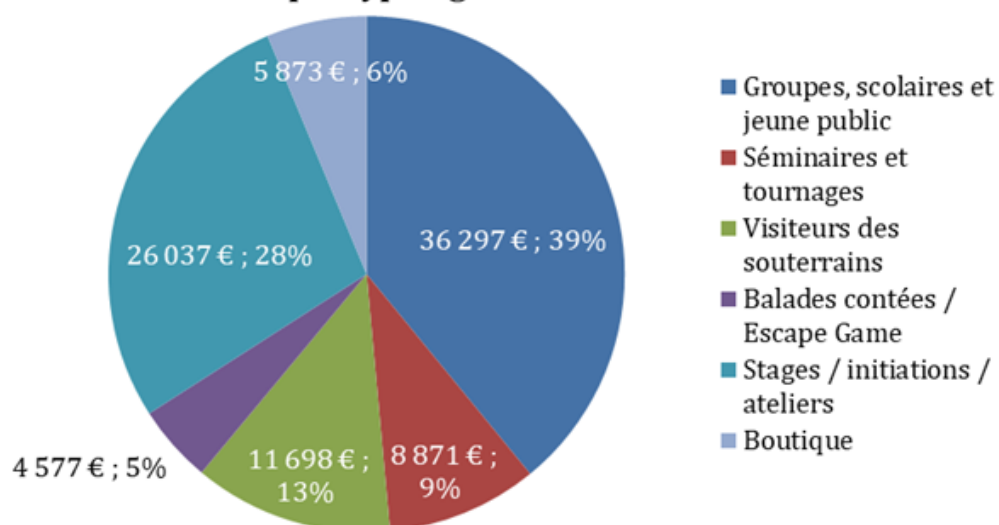


MAISON DE LA PIERRE_COMMERCIALISATION

En 2025, le fonctionnement de la Maison de la Pierre a été optimisé par une **réduction du nombre de jours d'ouverture**, porté à 256 jours par an contre 313 précédemment, incluant la fermeture de certains jours ciblés. Cet ajustement a été mis en corrélation avec les ressources humaines disponibles. Malgré cette diminution significative de l'amplitude d'ouverture, le chiffre d'affaires a été globalement maintenu, traduisant une **meilleure efficacité** de l'exploitation et une concentration de l'activité sur les périodes les plus porteuses.

L'analyse des données 2025 fait apparaître une **recette globale de 93 353 €** pour une fréquentation totale de **8 534 personnes**, dont 5 873 € générés par la boutique. Le chiffre d'affaires émane majoritairement des clientèles de groupes, scolaires et jeune public (39%) ainsi que des stages, initiations et ateliers (28%).

Répartition des recettes par typologie de clientèle



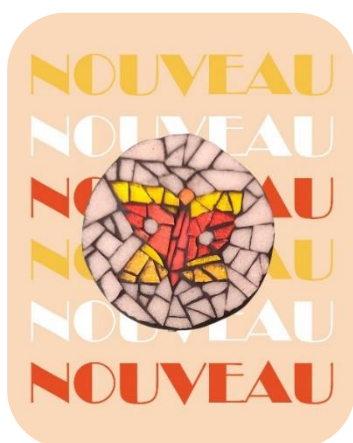
LES ACTIONS MENEES EN 2025 :

○ A destination des groupes :

Pour séduire les **groupes scolaires**, **2 éducteurs** ont été organisés à la Maison de la Pierre **avec les circonscriptions de Chantilly (50 directeurs d'écoles) et de Nogent-sur-Oise (60 directeurs d'écoles)**.

○ A destination des individuels :

- Nouveaux ateliers créatifs pour les vacances : stages de céramique et de mosaïque ;
- Création d'un nouvel Escape Game pour les festivités d'Halloween ;
- Participation à la Semaine de l'Industrie en partenariat avec l'Agglomération Creil Sud Oise et les entreprises de la pierre ;
- Accueil de la fête de clôture de « L'année de la culture » du Conseil Départemental de l'Oise.



NOUVEL OUTIL DE BILLETTERIE EN LIGNE ET LOGICIEL CAISSE

Tout au long de l'année, un travail de fond a été mené pour rendre opérationnel dès janvier 2026 un **nouveau système de billetterie en ligne** qui soit relié à la gestion de la caisse pour simplifier la gestion quotidienne et administrative de la régie tout en améliorant l'expérience de nos visiteurs.

MAISON DE LA PIERRE_COMMUNICATION

NOUVELLE STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE



Une stratégie de communication digitale a été déployée, reposant sur la publication régulière de contenus sur les réseaux sociaux. De nombreux posts ont ainsi été diffusés sur **Facebook** auprès **d'une communauté de 5 300 abonnés**, ainsi que sur Instagram. Ces actions visent à renforcer la notoriété de la Maison de la Pierre, à promouvoir les visites de la carrière et à générer des retombées en termes de fréquentation et de commercialisation des stages.

Vidéos promotionnelles : Pour alimenter les réseaux sociaux, plusieurs vidéos ont été réalisées ou commandées :

Création d'une vidéo séminaires en interne "*Séminaire atypique à la Maison de la Pierre*";

Partenariat gratuit d'une vidéo avec l'agence COMPA de différents produits du territoire incluant la Maison de la Pierre ; Commande d'une vidéo avec l'agence COMPA pour la promotion de la visite de la Maison de la Pierre.



NEWSLETTER

Une newsletter a été mise en place et envoyée à près de **900 abonnés** à différents temps forts de l'année (vacances de printemps, Nuit de la chauve-souris et activités de l'été, Journées du Patrimoine, Fête de la science, Halloween, etc...) avec un **excellent taux d'ouverture de 55,60%**.

SPOTS RADIO :

Pour promouvoir les animations programmées tout au long de l'année, nous avons acheté **410 Spots radio** sur la radio Evasion FM pour cibler un public de locaux.

PRESENCE DANS LA PRESSE :

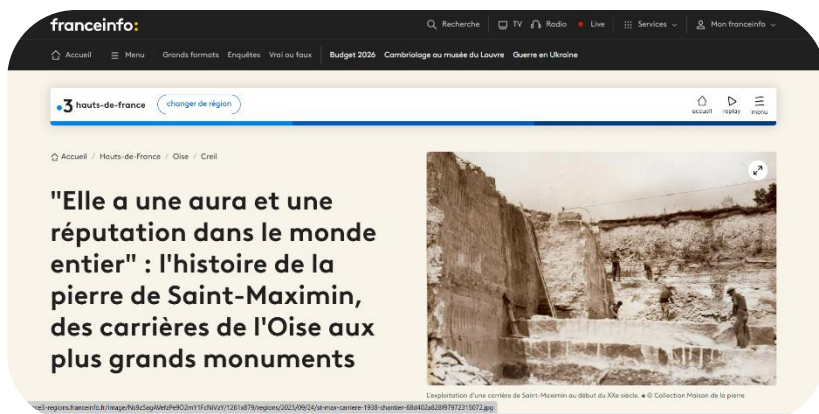
En 2025, nous avons accueilli les journalistes de **France 3 Région à deux reprises** :

En début d'année pour un **reportage France 3 Picardie (19/20)** sur les guides touristiques à revoir sur leur chaîne YouTube : [Reportage "Suivez le guide dans les carrières de Saint-Maximin"](#)



En **septembre**, pour la rédaction d'un **article sur la pierre de Saint-Maximin**

[Lisez l'article "Elle a une aura et une réputation dans le monde entier"](#)



CREIL SUD OISE TOURISME_ ACCUEIL DES TOURNAGES

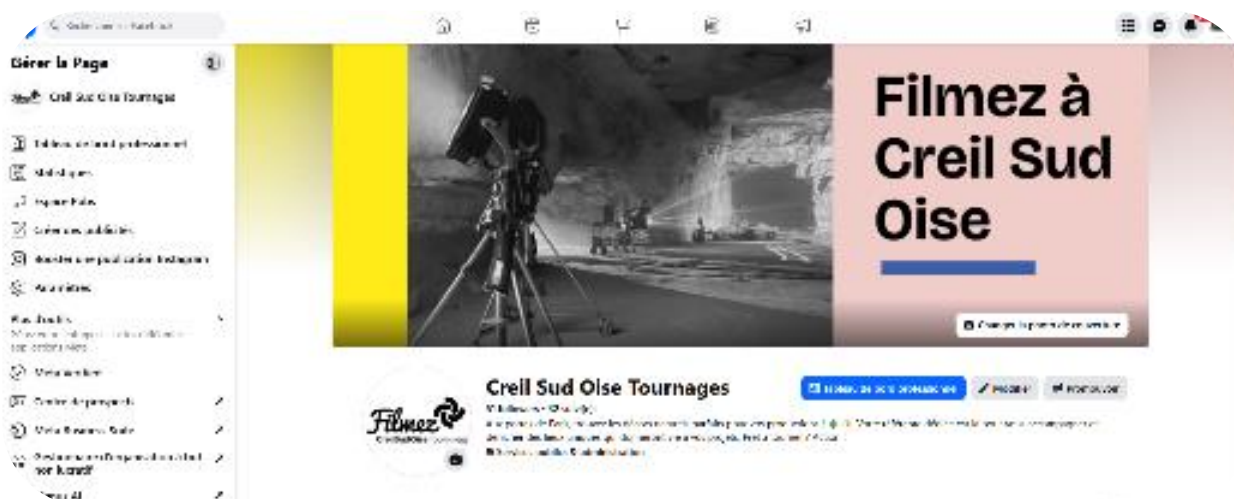
En 2025, l'activité réceptive liée aux tournages n'a occasionné aucune nuitée transitant par l'Office de Tourisme. En revanche, l'équipe de la série *Master Crime*, accueillie en 2024 à la Maison de la Pierre, est revenue en 2025 mais sur le territoire de la Communauté de Communes des Pays d'Oise et d'Halatte pour le tournage d'un épisode à l'Abbaye du Moncel. L'équipe a été hébergée dans les mêmes établissements hôteliers situés sur le territoire de l'ACSO sans transiter par l'Office de Tourisme Creil Sud Oise. **Des retombées économiques liées à l'hébergement et à des dépenses connexes** ont donc bien été constatées sur le territoire en 2025, mais sans intervention pour la réservation de l'Office de Tourisme.

En 2025, **15 demandes** de tournages ont été traitées dont 4 tournages accueillis à Saint-Maximin, Saint-Leu-d'Esserent et Saint-Vaast-les-Mello.

Communication / Evènementiel :



- ✓ **Création d'une page Facebook « Filmez à Creil Sud Oise »**
- ✓ **Edition d'une plaquette promotionnelle** sur l'accueil des tournages sur Creil Sud Oise
- ✓ **Mise en ligne des fiches décors** sur le site web Creil Sud Oise Tourisme
- ✓ **Lancement de la stratégie de tournage « Filmez Creil Sud Oise »** le 11 mars à l'occasion de la 6^{ème} « Rencontre des Explorateurs » au cinéma Pathé de Montataire... (cf. page 14)
- ✓ **Présence au forum « Série Mania »** à Lille



Aux portes de Paris, le sud Oise veut séduire le monde du cinéma et montrer qu'il « mérite d'être visité »

L'agglomération Creil Sud Oise veut mettre en lumière son territoire auprès des productions audiovisuelles. Pour cela, un bureau d'accueil des tournages, géré par l'Office de Tourisme, centralise et facilite l'arrivée des équipes pour les onze communes de la collectivité.

Par [Hermi Guedonni](#)
Le 15 mars 2025 à 19h09



À Oise, le 13 mars, l'agglomération Creil Sud Oise a lancé la mission d'accueil des tournages depuis le cinéma Pathé. LP/Hermi Guedonni

Retombées presse quotidienne régionale du lancement de la stratégie de tournage « Filmez Creil Sud Oise »



Film En finition

La Nuit

Un film de Beatrice Gibson

Fiction - Long-métrage

En coproduction avec Some Such (UK)

Avec le soutien de BBC Film (UK)

YouTube

Rechercher



SSX x ZERO - INNER ESCAPE (Official Music Video)

Clip tourné dans la carrière de la tranchée et la carrière Parrain à Saint-Maximin

CREIL SUD OISE TOURISME_ HORS-LES-MURS

En 2025 : 800 personnes ont été renseignées sur des salons et événements hors-les-murs

1 Salon du Tourisme « Tourissima » à Lille (1 jour) fin janvier + d'avril à septembre :

- Participation nouvelle à 4 événements régionaux à large portée :
 - La rencontre des cerfs-volants à Berck en avril ;
 - Le forum de la culture scientifique à Amiens en mars ;
 - Le salon « Roissy-voyages en France » à Roissy en juin ;
 - La « Fête de l'Humanité » à Brétigny-sur-Orge en septembre.



- 7 journées sur des événements tout public (« Les Journées des Plantes » de Chantilly, « Un dimanche à la campagne », autres événements locaux ...)



La bourse du Val d'Oise à la Roche Guyon



Les Journées des plantes à Chantilly

CREIL SUD OISE TOURISME_ADMINISTRATIF ET DEMARCHES RSE

EN QUELQUES CHIFFRES : 829 mandats émis ; 142 titres émis ; 114 Bons de commandes ; 5 CODIR

QUALITE DE VIE AU TRAVAIL ET ENGAGEMENT COLLECTIF :

L'équipe développe ses compétences au moyen d'un **plan de formation** visant à **renforcer l'efficacité opérationnelle et le niveau d'expertise** au quotidien. Cette dynamique d'engagement s'inscrit également dans la refonte complète des deux DUERP, les avantages sociaux et la qualité de l'environnement de travail. Le dialogue constitue un principe de fonctionnement : il est formalisé à travers des réunions d'équipe par entité ou à l'échelle de Creil Sud Oise Tourisme.

Creil Sud Oise Tourisme renforce sa démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) à travers des actions favorisant la cohésion et l'engagement collectif.

Actions de cohésion d'équipe :

Une journée dédiée à la cohésion a été organisée à la Maison de la Pierre, mobilisant l'ensemble des collaborateurs autour d'activités collectives (travaux de lasure, empotage de plantes, nettoyage des espaces). Ce temps a été complété par un moment convivial et des animations internes contribuant à renforcer les liens et à installer un **climat de travail collaboratif**.

Journée de cohésion équipe nettoyage de printemps avant réouverture de la Maison de la Pierre et après-midi convivial de création artistique rosace en pierre.



Éductour :

Un éductour a permis à l'équipe de découvrir des sites emblématiques d'Auvers-sur-Oise, intégrant une activité artistique collective. Cette démarche renforce la cohésion.

RENFORCEMENT DES LIENS ENTRE LES MEMBRES DU CODIR :

Des comités de direction sont organisés en dehors du lieu de réunion (ACSO) afin de favoriser une **meilleure connaissance du territoire et de son patrimoine.**

Ces temps alternent visites, réunions et moments conviviaux. Ce format permet ainsi de consolider les liens entre les membres du Codir



Collégiale Notre-Dame du Mont à Montataire

15 FORMATIONS REALISEES EN 2025

En 2025, toute l'équipe a été formée à l'utilisation de l'intelligence artificielle. Les formations sont souvent mutualisées avec l'ACSO ou les Office de Tourisme des Hauts-de-France **soit 51 jours avec plus de 354 heures de formation.**

1. Formation IA avec Hauts-de-France Tourisme (1 jour/ 7 heures pour 1 agent)
2. Formation IA avec la POT' (4 jours/ 28 heures pour 1 agent)
3. Formation « Intégrez l'IA dans votre quotidien niveau 1 » (1 jour/ 7 heures pour 5 agents)
4. Formation « Intégrez l'IAG dans votre quotidien niveau 2 » (2 jours/ 14 heures pour 5 agents)
5. Formation « Obtenir des compétences de base en prévention » avec la Carsat (1 jour/ 7 heures pour 2 agents)

6. Formation « Evolution vers une fonction d'encadrement » (2 jours en présentiel + séances à distance/ 18 heures pour 1 agent)
7. Formation « La communication et les relations professionnelles » (3 jours / 18 heures pour 1 agent)
8. Formation « Marketeur » avec le Comité Régional du Tourisme (6,5 jours / 48 heures pour 1 agent)
9. Formation « Les bases de la gestion du temps » (2 jours/ 14 heures pour 1 agent)
10. Formation initiale « Sauveteur Secouriste du Travail » (2 jours / 14 heures pour 3 agents)
11. Formation initiale à « l'habilitation électrique » (2 jours / 14 heures pour 1 agent)
12. Formation « Risques incendie et extincteurs unitaires » (0,5 jour/3 heures 2 agents)
13. Formation : « Sensibilisation au travail sur écran » suivie par toute l'équipe réalisée avec la Médecine du Travail. (0,5 jour/ 3 heures * agent)
14. Formation interne « Système d'Information Géographique de l'ACSO » (0,5 jours / 3 heures pour 1 agent)
15. Formation interne « Microsoft Teams O365 » (0,5 jours/ 2 heures pour 1 agent)

Autre action de développement des compétences : Bilan de compétences (24 heures pour 1 agent)

ACTIONS DE PREVENTION :

- ✓ **Refonte complète des deux DUERP** (*Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels*), incluant le recensement et la déclaration des produits chimiques.
- ✓ Création des fiches d'entreprise en lien avec la Médecine du Travail.
- ✓ Acquisition d'un **poste de travail ergonomique** complet à la demande de la Médecine du Travail, avec ensuite demande de subventions à la CARSAT.
- ✓ Rédaction du règlement intérieur de la Maison de la Pierre.

TRANSMISSION INTERGENERATIONNELLE :

Nous sommes fières d'avoir soutenu notre apprentie, Vanessa Wendemmi ZONGO dans **l'obtention de son BTS Tourisme** réalisé en alternance avec l'école Laho (CCI Nogent) de laquelle elle est sortie **major de promotion ! Cela reflète la qualité et le sérieux de son travail** réalisé à nos côtés. **Nous retrouverons Vanessa en 2026** pour son stage de 6 mois pour sa **Licence Professionnelle « Patrimoine Tourisme et Environnement »**.



REMERCIEMENTS

Les équipes de Creil Sud Oise Tourisme adressent leurs sincères remerciements à l'ensemble des services de l'Agglomération Creil Sud Oise, notamment la Direction de l'attractivité du territoire, le service Tourisme, Patrimoine & Loisirs, la Direction des Services Travaux et Patrimoine, les services Bâtiment & Logistique, Informatique & Télécommunication, Administratif & Financier, Ressources Humaines ainsi que le service Juridique.

Elles remercient également les membres du Comité de Direction, les élus et l'équipe d'Oise Tourisme, ainsi que l'ensemble des partenaires pour leur confiance et leur engagement aux côtés du territoire.



CREIL SUD OISE TOURISME

CODIR au Château de Montataire, Juin 2025



Office de Tourisme Creil Sud Oise 6 avenue Jules Uhry 60100 Creil (siège)

Tél : 03 75 19 01 70 e-mail : bienvenue@creilsudoise-tourisme.fr www.creilsudoise-tourisme.fr

Maison de la Pierre du Sud de l'Oise 22 rue Jean Jaurès 60740 Saint-Maximin

Tél : 03 44 61 18 54 e-mail : bienvenue@maisondelapierre-oise.fr www.maisondelapierre-oise.fr

