

N° de la délibération : 1/2025

Objet de la délibération :

Débat d'orientation budgétaire 2025 et rapport annexé conformément à l'article 107 de la LOI n° 2015-991 du 7 août 2015 portant une nouvelle organisation territoriale de la République

L'an deux mille vingt-cinq, le vingt-neuf janvier à dix-huit heures, les membres du comité de direction de Creil Sud Oise Tourisme, établissement public à caractère industriel et commercial, se sont réunis au siège de l'Agglomération Creil Sud Oise, dûment convoqués le dix-sept janvier deux mille vingt-cinq.

Collège des élus	Titulaires présents	Suppléants présents
Président		
Cramoisy :		Loïc LE BARS
Creil :		
Maysel :		
Montataire :		Brigitte LOBGEOIS
Nogent-sur-Oise :	Valérie LEFEVRE	
Rousseloy :		Jean Pierre DEVOS
Saint-Leu-d'Esserent :		
Saint-Maximin :	Pierre BEGHIN	
Saint-Vaast-lès-Mello :		
Thiverny :	Michel BLARY	
Villers-Saint-Paul :	Florence BOQUET	

Collège des socio-professionnels	Titulaires présents	Suppléants présents
Organismes intéressés au tourisme :		
Métiers de la culture :		
Promotion de la Pierre :	Frédéric MUTILLOD	Claude BOUFFLET
Equipements de loisirs :		
Associations intéressées au Tourisme :	Daniel LECLERC	Marie-Astrid BERNET Pierre MEYSONNIER
Hôtellerie :		
Gîtes ou chambres d'hôtes :		
Hôtellerie de plein air :		
Restauration :		
Etablissement hors ACSO :		Gilles HERGLE

Formant la majorité des membres en exercice.

Valérie LEFEVRE est secrétaire de séance.

NOMBRE DE MEMBRES				
Nombre de membres en exercice	Votants	Suffrages exprimés		
		Pour	Contre	Abstentions
23	13	13	0	0

Vu la délibération du Conseil Communautaire de l'Agglomération Creil Sud Oise du 22 juin 2017 approuvant le projet de création d'un Office de Tourisme sous la forme d'un Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial,

Vu la délibération n°8/2020 du 25 février 2020 de l'Office de Tourisme approuvant la convention d'objectifs entre l'ACSO et l'Office de Tourisme EPIC,

Vu la délibération n°12/2020 du 16 juin 2020 portant sur l'approbation de la modification des statuts de l'Office de Tourisme mise en place de l'appellation « Creil Sud Oise Tourisme » englobant l'Office de Tourisme et la Maison de la Pierre du Sud de l'Oise et modification de l'adresse du siège social,

Vu les délibérations de Creil Sud Oise Tourisme n°8/2020, n°12/2020, n°7/2022, n°16/2022 , n°20/2022 et n°16/2023 approuvant respectivement l'avenant n°1, n°2, n°3, n°4, n°5 et n°6 de la convention d'objectifs établie entre de l'ACSO et Creil Sud Oise Tourisme

Vu la délibération de Creil Sud Oise Tourisme n°20/2024 relative à la nouvelle convention d'objectifs établie entre l'ACSO et CSOT

Préambule :

Les dispositions de l'article 107 de la loi n° 2015-991 du 7 août 2015 portant sur la nouvelle organisation territoriale de la République (dite « loi NOTRe ») imposent désormais aux collectivités d'élaborer un rapport présenté par l'exécutif sur :

Les évolutions prévisionnelles des dépenses et des recettes, des concours financiers, de la fiscalité, des relations financières avec les EPCI de rattachement ;

Les engagements pluriannuels avec les orientations envisagées en matière de programmation d'investissement comportant une prévision des dépenses et des recettes ;

La structure et la gestion de l'encours de la dette.

Cette obligation concerne également l'EPIC Creil Sud Oise Tourisme.

Ce rapport inclut également une présentation de la structure des effectifs, ainsi que des informations sur les dépenses de personnel et les rémunérations.

Les dispositions issues des articles L. 2311-1-2 du CGCT (rapport sur l'égalité femmes et hommes) et L. 2311-1-1 du CGCT (rapport sur la situation en matière de développement durable) ne concernent pas l'EPIC Creil Sud Oise Tourisme, celui-ci n'étant pas un établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre.

Ce rapport est annexé à la présente délibération relative au débat d'orientation budgétaire et sera transmis dans un délai de 15 jours aux représentants des collèges de l'EPIC Creil Sud Oise et sera disponible au siège de Creil Sud Oise Tourisme et mis en ligne sur le site internet de l'Office de Tourisme.

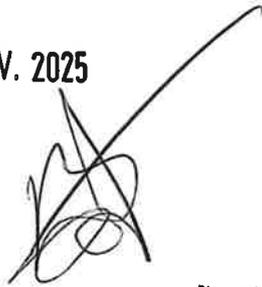
Elise NICOLAS-BERTHE, directrice de l'EPIC, présente le bilan de l'année écoulée et les orientations 2025.

Le comité de direction, après avoir pris connaissance de ce rapport et à l'issue du débat, délibère à main levée à l'unanimité 13 voix pour) :

- **DONNE ACTE** de la tenue du débat d'orientation budgétaire 2025,
- **APPROUVE** le rapport annexé,
- **AUTORISE** le Président à signer tout document utile.

A Creil, le

18 FEV. 2025



M. Michel BLARY



CREIL SUD OISE TOURISME

Office de Tourisme

6 avenue Jules Uhry 60100 Creil

www.creilsudoise-tourisme.fr

reservation@creilsudoise-tourisme.fr

03 75 19 01 70

Siret : 834 212 789 00046 | IM060100001 | APE : 79902

Président du Comité de Direction

ANNEXE N° 1 RAPPORT DEBAT D'ORIENTATION BUDGETAIRE 2025

Préambule: un Débat d'Orientation Budgétaire (D.O.B) définit les grandes lignes qui permettront l'élaboration du budget primitif 2025. S'il n'a aucun caractère décisionnel, le Débat d'Orientation Budgétaire doit nécessairement être formulé par une délibération afin que le représentant de l'Etat puisse s'assurer du respect de la loi.

SOMMAIRE

	Page
<hr/>	
<i>I. L'activité en 2024</i>	
<hr/>	
1. Rappel des missions et de l'organisation Creil Sud Oise Tourisme	2
2. Contexte général et principaux événements	6
<hr/>	
<i>II. Les résultats 2024</i>	
<hr/>	
1. Cumul de l'activité commerciale	7
2. Réalisations financières détaillées de Creil Sud Oise Tourisme	9
3. Structure et gestion de la dette	11
<hr/>	
<i>III. Les orientations 2025</i>	
<hr/>	
1. Principaux axes	12
2. Plans d'actions détaillées	14
3. Traduction financière	29
<hr/>	
<i>IV. Orientations relatives au personnel</i>	
<hr/>	
1. Synthèse du tableau des emplois permanents et temps de travail	33
2. Répartition des rémunérations	34
3. Clé de répartitions de la masse salariales 2025	35
4. Formations réalisées	36
5. Organigramme de Creil Sud Oise Tourisme	38
 Annexe n°2 Rapport de l'activité de Creil Sud Oise Tourisme 2024	 39

I. L'activité en 2025

1. Rappel des missions et de l'organisation Creil Sud Oise Tourisme

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.

Organisé sous le statut d'Établissement Public à Caractère Industriel et Commercial (EPIC), Creil Sud Oise Tourisme est administré par un comité de direction composé de deux collègues :

- Un collègue d'élus, majoritaire,
- Un collège de socio-professionnels, représentatif des différentes catégories d'activités touristiques.

Le siège de l'EPIC est situé au 6 avenue Jules Uhry à Creil. Il regroupe deux pôles d'activité répartis sur deux sites :

- **L'Office de Tourisme Creil Sud Oise**, sis au 6 avenue Jules Uhry à Creil,
- **La Maison de la Pierre du Sud de l'Oise**, sise au 22 rue Jean Jaurès à Saint-Maximin.

En 2024, l'équipe est constituée de 9 équivalents temps plein (ETP) :

- Une directrice
- 6 salariés sous statut privé
- 2 agents de l'ACSO mis à disposition

L'ensemble représente un total de 9 équivalents temps plein (ETP). À cela s'ajoutent :

- Un contrat à durée déterminée de 8 mois
- Un contrat d'apprentissage sur 7 mois
- Un contrat d'apprentissage sur 12 mois

Répartition de l'équipe et missions :

- **Office de Tourisme :**
 - Direction mutualisée avec l'Office de Tourisme et la Maison de la Pierre
 - Gestion administrative et comptabilité mutualisées avec l'Office de Tourisme et la Maison de la Pierre
 - Activités commerciales ciblant les groupes et les visiteurs individuels
 - Gestion de la communication, de la promotion et des supports numériques
 - Accueil des visiteurs et animation du territoire

- **La Maison de la Pierre du Sud de l'Oise :**

2.11 Équivalents à temps plein hors direction et assistante de direction mutualisée.

L'équipe en place sur le site de l'équipement de la Maison de la Pierre du Sud de l'Oise à Saint-Maximin est composée des équivalents à temps plein suivants, incluant un contrat à durée déterminée de 8 mois et un contrat en apprentissage :

- Chargée de commercialisation groupes et suivi administratif : Responsable de la gestion des groupes et des tâches administratives liées (*)
- Responsable culturelle en charge de la communication et médiation(**)
- Médiateur saisonnier (8 mois) : Soutien temporaire pour les missions de médiation.
- Chargée de développement commercial : En charge de l'accueil des tournages pour les 11 communes et l'ACSO, répartie à 50 % entre la Maison de la Pierre et la mission d'accueil de tournages
- Un contrat en apprentissage médiateur et réseaux sociaux

(*) À noter que, en juillet 2024, la chargée de développement commercial a évolué vers le poste de directrice adjointe

(**) Toute la communication a été prise en charge par l'Office de Tourisme dès mars 2024.

Depuis l'intégration de la Maison de la Pierre du Sud de l'Oise, le travail est mutualisé pour la Directrice et son assistante ainsi que l'accueil téléphonique.

Confère en page 37 : l'organigramme de Creil Sud Oise Tourisme.

Enfin, Creil Sud Oise Tourisme travaille en lien étroit avec les services de l'ACSO et plus particulièrement avec la Direction de l'attractivité du territoire et le service Patrimoine, Tourisme et Loisirs ainsi que la direction de la communication et des relations extérieures (DCRE), le service juridique et le service financier.

Organisation :

Le Comité de Direction est composé de deux collèges, le collège des élus et le collège des socio-professionnels. Le collège des élus est constitué du Président de l'ACSO et de représentants de chacune des 11 communes de l'Agglomération Creil Sud Oise (un membre titulaire et un membre suppléant par commune).

1 Président

11 élus titulaires parmi lesquels un Vice-Président collège élu

11 élus suppléants

L'EPIC Creil Sud Oise Tourisme est dirigé par Michel BLARY, président, accompagné de deux vice-présidentes :

- Nathalie VARLET, représentante du collège des élus,
- Marion KALT, représentante du collège des socio-professionnels.

Les membres titulaires du Comité de Direction sont les suivants :

- **Collège des représentants de l'Agglomération Creil Sud Oise**

Président de l'ACSO : Jean-Claude VILLEMMAIN

Commune de Creil : Emmanuel PERRIN (titulaire)

Commune de Cramoisy : Raymond GALLIEGUE (titulaire)

Commune de Maysel : siège vacant (titulaire)

Commune de Montataire : Céline LESCAUX (titulaire)

Commune de Nogent-sur-Oise : Valérie LEFEVRE (titulaire)

Commune de Rousseloy : Didier ROSIER (titulaire)

Commune de Saint-Leu-d'Esserent : Estelle SUEUR (titulaire)

Commune de Saint-Maximin : Pierre BEGHIN (titulaire)

Commune de Saint-Vaast-lès-Mello: Nathalie VARLET (titulaire), Vice-Présidente Creil Sud Oise Tourisme

Commune de Thiverny : Michel BLARY (titulaire), Président de Creil Sud Oise Tourisme

Commune de Villers-Saint-Paul : Florence BOQUET (titulaire)

- **Collège des représentants des professions, organismes et associations intéressés par le développement du tourisme**

Organisme intéressé par le tourisme :

Stéphane ROUZIOU (titulaire) - Directeur de Oise Tourisme, Beauvais

Métiers de la culture :

Marion KALT (titulaire) - Directrice du musée Gallé-Juillet, Creil, Vice-Présidente Creil Sud Oise Tourisme

Promotion de la Pierre :

Frédéric MUTILLOD (titulaire) Apprentis d'Auteuil, Centre de formation aux métiers de la Pierre, Saint-Maximin

Equipements de loisirs :

Alexandre CAMUS (titulaire) - Président de Sud Oise Escalade, Saint-Maximin

Associations intéressées par le tourisme :

Thierry ROCH (titulaire) Président de l'Association Randonnée Nogentaise Villersoise, Nogent-sur-Oise

Daniel LECLERC (titulaire) Président de l'AMOI

Hôtellerie :

Jacques MONFORT (titulaire) - Directeur de l'hôtel Campanile, Villers-Saint-Paul

Gîtes ou chambres d'hôtes :

Patrick MANCHERON ou Magali HARING (titulaire), L'Arbre à Poule, Villers-Saint-Paul

Hôtellerie de plein air :

Siège vacant (titulaire)

Restaurant :

Siège vacant (titulaire)

Etablissement touristique ou culturel situé hors de l'Acso :

Sabine BONTEMS (titulaire) - Directrice du Pavillon de Manse, Chantilly

Les membres suppléants du Comité de Direction sont les suivants :

- **Collège des représentants de l'Agglomération Creil Sud Oise**

Commune de Creil : Fabienne LAMBRE (suppléant)

Commune de Cramoisy : Loïc LE BARS (suppléant)

Commune de Maysel : Christine LE QUILLIEC (suppléant)

Commune de Montataire : Brigitte LOBGEOIS (suppléant)

Commune de Nogent-sur-Oise : Hervé ROBERTI (suppléant), Moktar ALLOUACHE a succédé à M. Roberti, décédé en novembre

Commune de Rousseloy : Jean-Pierre DEVOS (suppléant)

Commune de Saint-Leu-d'Esserent : Frédéric BESSET (suppléant)

Commune de Saint-Maximin : William MAYEUX (suppléant)

Commune de Saint-Vaast-lès-Mello : Marine PHILIPIDIS (suppléant)

Commune de Thiverny : Olivier LOURENCO (suppléant)

Commune de Villers-Saint-Paul : Françoise VAN OVERBECK (suppléant)

- **Collège des représentants des professions, organismes et associations intéressés par le développement du tourisme**

Organisme intéressé par le tourisme :

Pascale POUPINOT (suppléant) - Directrice de Oise les Vallées, Creil

Métier de la culture :

Joséphine CHECCO (suppléant) - Directrice de la Faïencerie Théâtre, Creil

Promotion de la Pierre :

Claude BOUFFLET (suppléant) - Vice-Président d'Histoire de vies, Saint-Maximin

Equipement de loisirs :

Bernard BEAUDET (suppléant) - Président de SRCO SAINT-LEU-D'ESSERENT voile, Saint-Leu-d'Esserent

Association intéressée par le tourisme :

Pierre MEYSSONNIER (suppléant) - Association ARNV Association Randonnée Nogentaise Villersoise, Nogent-sur-Oise

Marie-Astrid BERNET et François-Xavier BERNET (suppléants) - Les amis du château de Montataire

Hôtellerie :

Florence MISK-MOISE (suppléant) - Directrice de l'hôtel Première classe, Villers-Saint-Paul

Gîtes ou chambres d'hôtes :

Sandrine SZYMANSKI (suppléant) – Propriétaire du Gite Douce France, Saint-Leu-d'Esserent

Hôtellerie de plein air :

François LOMBART (suppléant) - Responsable du camping de l'Abbatiale, Saint-Leu-d'Esserent

Restaurant :

Stéphanie CAPUCCIO (suppléant) – gérante du Restaurant le Flora, Creil et siège vacant depuis septembre 2024

Etablissement touristique ou culturel situé hors de l'ACSO :

Gilles HERGLE (suppléant) – Président de l'Association Les amis du Moulin de Saint-Félix, Saint-Félix

2. Contexte général et principaux évènements

En 2024, la France consolide son statut de première destination touristique mondiale, portée par l'engouement autour des Jeux Olympiques de Paris, le retour des visiteurs internationaux et la réouverture de la cathédrale Notre Dame à Paris. Cette dynamique se traduit par une croissance significative des recettes touristiques, témoignant de l'attractivité renouvelée du pays.

La destination touristique de Creil Sud Oise, à son niveau, s'est inscrite également dans cette dynamique de développement.

Voici un aperçu synthétique des réalisations représentatives de l'année 2024 :

2024 : Une année de défis et de réussites pour Creil Sud Oise Tourisme

L'année 2024 s'est clôturée sur un bilan positif, riche en avancées stratégiques et en actions concrètes, consolidant le positionnement de Creil Sud Oise comme une destination dynamique. Bien que nous ayons rencontré certains défis organisationnels, les efforts collectifs déployés ont permis d'atteindre des résultats solides et de continuer à poser les fondations d'une croissance.

Cette année a permis de maintenir et d'amplifier la dynamique initiée en 2023, avec un focus sur la consolidation et le développement de la destination Creil Sud Oise.

Quelques-unes des réussites marquantes de l'année écoulée :

- Optimisation de la communication avec des outils adaptés et des actions d'automatisation, essentielles pour répondre aux attentes des clients et renforcer notre notoriété
- Développement de la visibilité sur les réseaux sociaux, un levier indispensable pour diffuser une image positive et promouvoir nos différentes activités
- Renforcement de l'activité commerciale de Creil Sud Oise Tourisme, marqué par de beaux résultats
- Croissance des séminaires à la Maison de la Pierre, illustrant notre progression continue
- Dynamisme des accueils de tournages et des activités réceptives, qui prennent leur envol
- Nouvel élan pour les actions des partenaires la « Rencontre des Explorateurs », avec des thématiques adaptées aux tendances actuelles
- Célébration des 10 ans de la Maison de la Pierre : avec de nombreuses visites qui ont attiré un large public sur les 11 communes et avec l'organisation réussie de la Fête de la Pierre
- L'efficacité et la performance du service administratif des deux entités ont encore été renforcées

Tous ces résultats sont détaillés dans le rapport annexé. (cf page 36)

II. Les résultats 2024

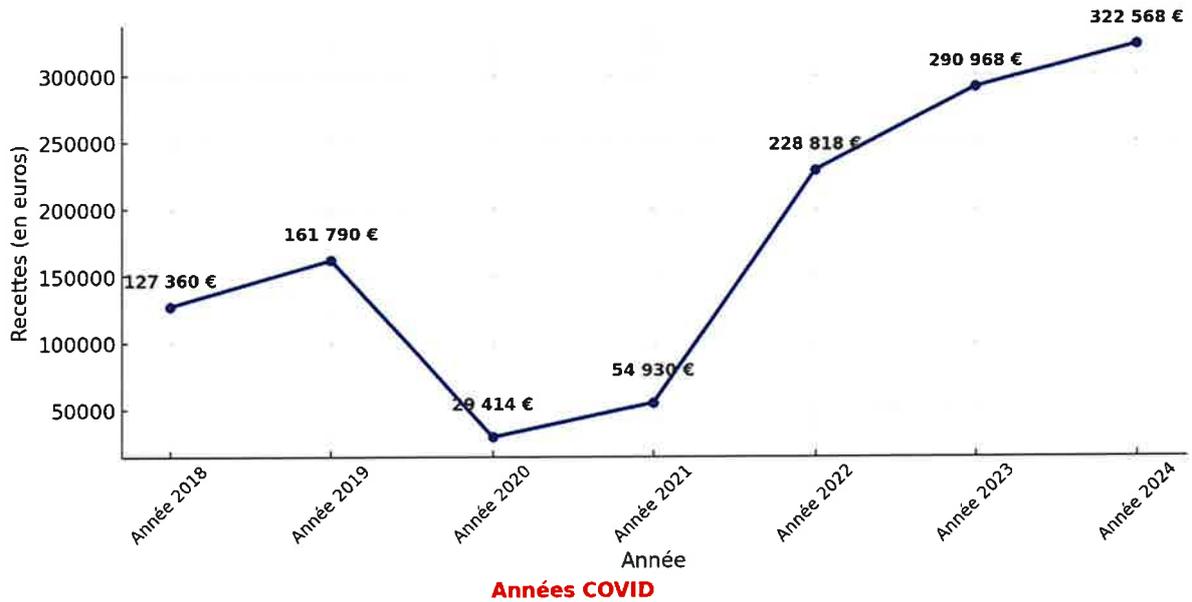
Confère l'annexe n°2 rapport de l'activité de Creil Sud Oise Tourisme en 2024. (cf page 36)

Un ÉPIC est avant tout un projet de territoire à vocation commerciale, conçu pour générer les revenus nécessaires à son développement. Cette année, l'activité économique a enregistré une progression avec une croissance de 11 % dans le secteur commercial, englobant l'Office de Tourisme et la Maison de la Pierre, par rapport à 2023.

Le chiffre d'affaires cumulé de **Creil Sud Oise Tourisme**, qui regroupe les activités de l'Office de Tourisme et de la Maison de la Pierre, s'élève à **322 568 €**, contre **290 968 €** en 2023. Ces recettes sont directement réinvesties sur le territoire, contribuant ainsi au dynamisme économique local et soutenant les acteurs et partenaires qui participent à son attractivité.



ÉVOLUTION DES RECETTES DE 2019 À 2024



1. Cumul de l'activité commerciale

Chiffres d'affaires : ventes à destination des groupes, des individuels et des ventes boutiques.
 (Données 2024, selon Compte administratif prévisionnel)

Chiffres d'Affaires OT individuels, groupes et réceptif accueil de tournages (incluant CA boutique)						
2018	2019	2020 Année COVID	2021 Année COVID	2022 Post COVID	2023	2024
33 670 €	85 050 €	17 549 €	33 140 €	128 595 €	192 211 €	219 434 €

CA OT +14 % par rapport à l'année 2023

Chiffres d'Affaires MDP individuels et groupes

(incluant CA boutique)

2018	2019	2020 Année COVID	2021 Année COVID	2022 Post COVID	2023	2024
93 690 €	76 740 €	11 865 €	21 790 €	100 223 €	98 757 € (*)	103 134 €

(*) Fermeture de la carrière les 15 premiers jours de mai 2023 (travaux de maintenance)

CA MDP + 4,43 % par rapport à l'année 2023

2. Réalisations financières 2024 détaillées de Creil Sud Oise Tourisme

Au 15 janvier 2025, l'exercice 2024 présente un total :

- **Dans la section fonctionnement :**

Dépenses provisoires avec le report à nouveau et incluant les rattachements d'un montant de **1 015 415,26 €** et de recettes provisoires d'un montant de **1 103 913,78 €**.

- **Dans la section investissement :**

Dépenses provisoires d'un montant de **44 998,51 €** et de recettes provisoires incluant le report à nouveau et des restes à réaliser d'un montant de **67 448,02 €**.

Ces données chiffrées sont à affiner et sont sous réserve de l'édition définitive des comptes de gestion et administratif.

SECTION FONCTIONNEMENT

Dépenses			Recettes		
	BP 2024 après DM	Réalisé provisoire		BP 2024 après DM	Réalisé provisoire
Chapitre 011: charges à caractère général	416 151,35 €	393 129,68 €	Chapitre 002 : Résultat excédent N-1	40 750,85 €	40 750,85 €
Charges rattachées		6 889 , 00 €			
Chapitre 012: charges de personnel et frais assimilés	601 500,00 €	567 960,62 €	Chapitre 013 : Atténuation des charges	1 000,00 €	16 193,21 €
Charges rattachées					
022 Dépenses imprévues					
023 Virement à la section investissement			042 Opérations d'ordre de transfert entre sections	5 425,92 €	5 425,92 €
Chapitre 042: Opération d'ordre de transferts entre section	37 607,36 €	37 607,36 €	Chapitre 70 : Vente de prestations de services et marchandises	315 787,88 €	322 568,29 €
Chapitre 65: Autres charges de gestion courante	31 921,10 €	9 501,60 €	Chapitre 74 : Subvention d'exploitation	714 895,16 €	712 524,66 €
Chapitre 67 : Charges exceptionnelles	800,00 €	327,00 €	Chapitre 75 : Autres produits gestion courante	120,00 €	101,18 €
			Chapitre 77 : Produits exceptionnels	10 000,00 €	6 349,67 €
TOTAL	1 087 979,81 €	1 015 415,26 €	TOTAL	1 087 979,81 €	1 103 913,78 €

SECTION INVESTISSEMENT

Dépenses	Recettes
----------	----------

	BP 2024 après DM	Réalisé provisoire		BP 2024 après Dmr	Réalisé provisoire
Chapitre 001 Solde exécution section investissement report	29 840,66 €	29 840,66 €	Chapitre 001 Solde exécution section investissem t report		
Chapitre 020 Dépenses imprévues			Chapitre 13 Subvention d'investissem ents Reste à réaliser à reporter en N+1	25 175,00 €	25 175,00 €
Chapitre 040 Opérations d'ordre entre section	5 425,92€	5 425,92€	Chapitre 021 Virement à la section fonctionneme nt		
Chapitre 20 Immobilisations incorporelles	15 000,00 €	2 091,86 €	Chapitre 040 Opérations d'ordre de transfert entre sections	37 607,36 €	37 607,36 €
Chapitre 21 Immobilisations corporelles	17 181,44 €	7 640,07 €	Chapitre 10 Dotations, fonds divers et réserves	4 665,66 €	4 665,66 €
Chapitre 23 : Immobilisations en cours					
TOTAL	67 448,02 €	44 998,51 €	TOTAL	67 448,02 €	67 448,02 €

3. Structure et gestion de la dette

Structure de la dette : L'EPIC Creil Sud Oise Tourisme n'a aucune dette.

Gestion de la dette : L'EPIC Creil Sud Oise Tourisme n'est pas concerné.

III. Les orientations 2025

1. Les principaux axes

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

Cette nouvelle année prolonge la dynamique amorcée en 2023 et renforcée en 2024, avec pour ambition de consolider et développer la destination Creil Sud Oise.

Notre priorité est de valoriser le territoire en mobilisant d'abord ses habitants, tout en étendant notre influence auprès d'un public cible situé à une à deux heures de route.

L'objectif principal est de stimuler l'économie touristique en engageant ces différents publics ciblés. Pour y parvenir, nos actions se structureront autour de deux axes stratégiques :

AXE 1 Stratégie de développement touristique Creil Sud Oise en collaboration avec l'ACSO

- **Consolidation de la stratégie touristique** dans la continuité du travail d'élaboration du CDT initié en 2024
- **Mise en œuvre du contrat de Destination Touristique « La Vallée de l'Oise et de la Pierre »** en collaboration avec la Communauté de Communes du Pays d'Oise de d'Halatte, en ciblant les clientèles « Happy Family ! », les promeneurs en quête de convivialité, ainsi que les grands-parents et leurs petits-enfants.

Une stratégie autour de 5 axes a été définie.

Favoriser l'itinérance fluvestre, fluviale et terrestre en développant des produits fluviaux accessibles, des micro-balades thématiques, et des activités itinérantes à pied, à vélo ou sur l'eau, accompagnées des aménagements nécessaires. Encourager un maillage équilibré de services pour cyclistes (accueil, location, réparation) en mobilisant des opérateurs adaptés.2- Développer

Les activités de loisirs et les sports de plein-air : structurer et diversifier l'offre touristique en développant activités nautiques, loisirs, espaces naturels, hébergements adaptés, micro-balades thématiques, et événements communs avec la CCPOH pour répondre aux attentes des différents segments de clientèle.

Favoriser la découverte du patrimoine (culturel, naturel, industriel, historique) : renforcer l'attractivité de la Vallée de l'Oise et de la pierre en valorisant son patrimoine et ses savoir-faire à travers des visites ludiques, immersives et insolites, des parcours de randonnée équipés et promus, des événements dédiés, et une démarche concertée de mise en récit des identités territoriales.

Accompagner les acteurs du territoire vers une montée en gamme des offres : améliorer l'expérience client toute l'année en proposant une offre de qualité adaptée aux segments ciblés, en soutenant les acteurs dans leur visibilité numérique, la création de produits touristiques différenciés, le classement et la labellisation, ainsi que le développement de services et équipements adaptés.

Communication / marketing : former un marketeur de la destination et développer les compétences spécifiques en marketing d'un salarié pour les deux Offices de Tourisme, concevoir des supports de communication et des outils partagés entre les deux Offices de

Tourisme de la destination en direction des segments clientèle
Projet de création d'un récit de territoire.

- **Mise en place de la taxe de séjour** afin de diversifier les sources de financement de Creil Sud Oise Tourisme et de soutenir de nouvelles initiatives de promotion touristique.

AXE 2 Stratégie de rayonnement de la destination Creil Sud Oise

- **Renforcer l'image** du territoire en poursuivant les actions de marketing et de communication visant à accroître la notoriété des filières prioritaires telles que le patrimoine, le savoir-faire et la nature. L'objectif est de développer ces marchés stratégiques de proximité, en ciblant les habitants de l'ACSO, des territoires voisins de l'Oise, ainsi que Paris et sa région, situés à seulement une à deux heures de route de la destination Creil Sud Oise.
- **Formation d'un marketeur** au sein de l'Office de Tourisme, avec pour objectif de renforcer la visibilité de la destination de la Vallée de l'Oise et de la pierre et optimiser la promotion des offres touristiques auprès des publics cibles, selon programmation du Contrat de Destination Touristique.
- **Mise sur le marché de l'Offre touristique Creil Sud Oise et la fidélisation** des clientèles avec augmentation du chiffre d'affaires
- **Optimisation du fonctionnement de la Maison de la Pierre :**
 - Réduction des jours d'ouverture à 256 par an (contre 313) en fermant certains lundis, mardis (sauf groupes sur demande) et certains week-ends, pour concentrer la fréquentation.
 - Refonte de la programmation avec un focus sur des événements de qualité, ciblant des publics spécifiques.
 - Renforcement de la mutualisation de l'Office de Tourisme pour alléger les tâches de la Maison de la Pierre, après la mutualisation de l'administratif et de l'accueil téléphonique déjà effective depuis l'intégration à l'EPIC CSOT; mise en place de la mutualisation de la communication
- **Développement du tourisme d'affaires :**
 - Poursuivre la stratégie de développement de l'accueil des tournages en fédérant l'ACSO et les 11 communes,
 - Poursuivre la commercialisation de la Maison de la Pierre

Notre ambition est de transformer Creil Sud Oise en une destination touristique, porteuse d'un dynamisme afin d'inspirer fierté chez ses habitants et de favoriser le développement économique de tout le territoire.

2. Plan d'actions détaillées

AXE 1 Stratégie de développement touristique Creil Sud Oise en collaboration avec l'ACSO

Les détails de ces orientations étant en cours de consolidation avec l'ACSO, ils feront l'objet de travaux approfondis en 2025 et ne peuvent être développés dans le cadre du présent document.

Nous précisons néanmoins 2 éléments de cet axe pour la mise en place du Contrat de Destination Touristique :

- Un agent de Creil Sud Oise Tourisme va suivre une formation dispensée par Hauts-de-France Tourisme afin de devenir marketeur de la destination « Vallée de l'Oise et Pierre ». À l'issue de cette formation, il pourra entamer sa mission, qui consistera à identifier et recruter de nouveaux partenaires pour la plateforme Week-end Hauts-de-France.
- Élaboration d'une newsletter commune destination de la Vallée de l'Oise et de la pierre (CSOT et CCPOH) : mise en place d'une charte éditoriale définissant les critères, les choix d'animations et les lignes directrices pour assurer une communication cohérente et attractive.

Actions	Résultats attendus
Consolidation de la stratégie touristique	Rédaction du document ACSO
Mise en place de la taxe de séjour	Préparation de la délibération votée fin juin et mise en place des outils pour être opérationnel en janvier 2026
Contrat de destination touristique	Vote en mars, formation marketeur CSOT, création de 2 produits marketés Création d'une charte éditoriale newsletter commune

AXE 2 Stratégie de rayonnement de la destination Creil Sud Oise

Ce document présente les orientations stratégiques de l'Office de Tourisme et de la Maison de la Pierre.

A. L'OFFICE DE TOURISME CREIL SUD OISE :

Nos orientations visent à renforcer le développement de la destination Creil Sud Oise, en stimulant les retombées économiques locales et en continuant à améliorer sa notoriété auprès des partenaires, des clientèles et des habitants.

1. Mission d'animations et de mise en réseau des partenaires :

La mission « animation du territoire » confiée par l'ACSO place l'Office de Tourisme dans son rôle d'animateur et favorise la mise en réseau des acteurs du tourisme.

➤ Objectif 1 : Fédérer les acteurs et inciter les partenaires à devenir de réels ambassadeurs du territoire et être partie prenante du développement de Creil Sud Oise Tourisme. Jouer un rôle central auprès des partenaires.

- Organiser des temps forts pour nos partenaires : pour 2025, une 6ème « Rencontre des Explorateurs », aura lieu de 11 mars 2025. Cette nouvelle rencontre sera l'occasion de découvrir en détail la stratégie d'accueil des tournages mise en place par Creil Sud Oise Tourisme. Nos partenaires auront également la possibilité de présenter leurs nouveautés pour l'année à venir. L'après-midi sera dédiée à une immersion dans les coulisses du cinéma, suivie de la projection d'un film tourné sur notre territoire. Cette nouvelle rencontre contribue à renforcer une dynamique de collaboration et à favoriser une véritable synergie entre les acteurs du tourisme.
- Création de 2 newsletters pro à destinations des partenaires touristiques Creil Sud Oise Tourisme.
- Poursuivre l'accompagnement des partenaires (communes, sites touristiques, activités culturelles et de loisirs) dans l'utilisation du SIM, la plateforme régionale accessible via le VIT. Cette démarche leur permet de valoriser leurs offres et événements, aussi bien au niveau local, sur le site de Creil Sud Oise Tourisme, qu'au niveau national
- Maintenir les rencontres avec les services communication des villes de l'ACSO, que ce soit sous forme de réunions individuelles (ville par ville) ou de réunions globales. Lorsque cela est possible, participer également aux réunions ACSO/villes organisées par le service communication de l'ACSO. Ces rencontres, organisées idéalement une fois par an selon les disponibilités, permettront de renforcer les liens avec les services communication, d'améliorer les échanges, et d'optimiser la communication interne au sein du territoire.
- Le marketeur formé au sein de l'Office de Tourisme aura pour mission de renforcer la visibilité de la destination « Vallée de l'Oise et Pierre » et d'optimiser la promotion des offres touristiques auprès des publics ciblés : création de 2 offres marketées sur la destination Creil Sud Oise et commencer à connaître le territoire de la Communauté de Communes du Pays d'Oise et d'Halatte.

2. Mission de commercialisation à destination des groupes et des publics individuels :

➤ Objectif 2 : Augmenter les recettes grâce à la commercialisation des offres pour groupes et visites individuelles, un levier économique pour le territoire

Cette année, dans la continuité de la dynamique initiée par l'Office de Tourisme, l'accent sera mis sur la consolidation et le renforcement de la stratégie de développement d'offres toujours mieux adaptées aux attentes des diverses clientèles. L'objectif principal reste d'augmenter les recettes par la commercialisation de ces offres, générant ainsi des retombées économiques pour le territoire.

Il convient également de souligner que la nouvelle approche de collaboration avec les Offices de Tourisme Isariens et le club groupe de la fédération ADN Tourisme représente un levier stratégique pour le développement de la destination Creil Sud Oise, ouvrant de nouvelles perspectives.

En 2025, nous poursuivons nos actions suivantes :

⇒ **Continuer à développer la mise en tourisme de la destination Creil Sud Oise pour les groupes :**

- Renforcer la collaboration avec Oise Tourisme et les Offices de Tourisme Isariens dans le cadre du nouveau modèle organisationnel du club groupe ADN Tourisme, pour une synergie accrue.
- Continuer à étendre la zone géographique de commercialisation des offres groupes aux territoires voisins, car l'excursionniste et le visiteur « n'ont pas de frontières », en profitant notamment des points d'entrée comme le Château de Chantilly.
- Consolider les relations avec les partenaires de Creil Sud Oise, en travaillant à l'amélioration de l'offre pour répondre aux diverses attentes des clients.
- Poursuivre le développement de partenariats avec des prescripteurs (autocaristes, réceptifs, etc.) en mettant en place des rétrocessions de commissions et répondre activement aux appels d'offres des mairies, CCAS, etc.
- Mettre en place des actions de marketing direct, l'envoi de la brochure groupe fin septembre et l'envoi de deux newsletters annuelles, pour toucher l'audience et fidéliser.
- Garantir un délai de réponse maximal de 48h pour l'élaboration de devis personnalisés, comprenant un prix forfaitaire par personne, accompagnés de mises en page attractives avec des photos de qualité, et développer un suivi efficace pour la relance des clients.
- Participer activement à des événements ciblés hors les murs pour promouvoir l'offre, à l'instar du Tourissima à Lille (26 janvier 2025) avec la Maison de la Pierre et en partenariat avec le réseau régional Proscitec.
- Organiser un éducteur de conquête et de séduction à destination des groupes et prospects (associations, mairies, CCAS, prescripteurs, autocaristes) en octobre-novembre, en collaboration avec la Maison de la Pierre pour maximiser l'impact de cette action mutualisée.

- ⇒ **Axes de développement pour les visites à destination des particuliers :**
- Poursuivre la valorisation du territoire à travers des visites, en élargissant le cercle des clients potentiels aux territoires voisins pour attirer un public toujours plus large. Nous mettrons en place des visites guidées d'Aiglon, ainsi qu'à l'organisation de rendez-vous secrets, de visites inédites et insolites, rarement accessibles au public. Ces expériences, organisées en collaboration avec nos partenaires, auront pour objectif de susciter l'intérêt et la curiosité des visiteurs.
 - Intensifier les actions de marketing automation afin d'encourager les visiteurs à partager leur expérience en laissant des avis sur Google, renforçant ainsi la visibilité et l'attractivité du territoire.

3. Mission communication et promotion :

➤ Objectif 3 : Accroître la visibilité de la destination et renforcer sa notoriété positive

Toute la communication de l'Office de Tourisme est basée sur l'amélioration de l'image du territoire.

L'Office de Tourisme continuera à mettre en valeur les incontournables et les sites en mettant en œuvre les actions suivantes :

⇒ **Production de vidéos :**

- Poursuite de la réalisation de vidéos promotionnelles génériques pour les sites : Après la création d'une première vidéo promotionnelle présentant les activités de la Maison de la Pierre en 2023 et du Musée Gallé Juillet en 2024, une troisième vidéo promotionnelle sera produite pour mettre en avant le Château de Montataire.
- Production de vidéos mettant en valeur les autres sites : mise en lumière des actualités, des événements, des loisirs, des activités et organisation de jeux sur Facebook avec lots à gagner.

⇒ **Les éditions 2025 :**

➤ **A destination de la clientèle individuelle :**

Création du magazine de destination n°2 :

En 2025, nous prévoyons la création d'un deuxième numéro du magazine Creil Sud Oise Tourisme pour la fin de l'année. Un comité technique, réunissant Creil Sud Oise Tourisme et l'ACSO, ainsi qu'un comité de pilotage avec des membres du CODIR, travailleront ensemble sur cette nouvelle édition, qui mettra en valeur la destination à travers de visuels. Une campagne photos devrait être assurée et prise en charge par l'ACSO. Il sera édité au 1^{er} trimestre 2026.

Ce magazine de séduction a pour objectif de faire connaître le territoire sous un autre angle et de susciter l'envie de le visiter. Il sera diffusé dans les 11 communes de l'ACSO, dans des lieux stratégiques tels que les piscines, médiathèques, salles de spectacles, ainsi que chez nos partenaires, hébergeurs et les Offices de Tourisme des territoires voisins.

Cibles :

- Touristes de passage, cherchant à compléter leur découverte.
- Locaux, pour (re)découvrir leur territoire.
- Habitants et voisins à environ 2h de route de l'Agglomération Creil Sud Oise.

- Cibles spécifiques définies dans le contrat de destination touristique (familles avec enfants), les grands-parents et petits-enfants, ainsi que les promeneurs chaleureux (amoureux de la nature et de balades conviviales).

Ce magazine, à l'image du magazine *Esprit Hauts-de-France*, est une vitrine papier du territoire, avec des articles de fond, des interviews et des visuels de qualité. Il aura pour objectif de séduire les lecteurs, les informer des activités à Creil Sud Oise, et les inciter à prendre le temps de découvrir et séjourner dans la région.

La première édition a mise en avant les incontournables du territoire et a servi de support pour la promotion des sites touristiques à travers des articles professionnels, des informations pratiques et des suggestions pour compléter la visite (restaurants, hébergement, etc.). La deuxième édition s'appuiera sur cette base pour explorer des sujets plus spécifiques et des sites moins connus mais tout aussi remarquables.

Distribution :

- À l'accueil de l'Office de Tourisme, dans les sites touristiques, mairies, hébergements et restaurants.
- En commande sur le site internet de l'Office de Tourisme.
- En abonnement gratuit, à l'instar du modèle *Esprit Hauts-de-France*.

Le magazine sera conçu pour garantir un bon taux de reprise en main, avec un papier de qualité, et un tirage de 5 000 exemplaires pour un large impact.

➤ A destination de la clientèle groupe :

La brochure commerciale à destination des groupes sera éditée pour l'année 2026 pour fin septembre/octobre 2025.

Voici les éditions prévues pour 2025 ainsi que les cibles de clientèles associées :

Les éditions 2025	Cibles	Date prévisionnelle de sortie 2025
Brochure groupes 2025	Associations, Mairies Autocaristes des Hauts-de-France, Paris/RP, régions voisines, prescripteurs de la destination	Octobre
Magazine de la Destination Creil Sud Oise n°2	Habitants ACSO + visiteurs, touristes 1h - 2 h de route Happy Family ! Grands-parents et petits-enfants et Promeneurs chaleureux	Création pour fin décembre pour diffusion au printemps en 2026

⇒ **Les actions de communication sur le digital en 2025 :**

➤ **Objectif 4 : Renforcement de la stratégie sur les réseaux sociaux**

Creil Sud Oise Tourisme poursuivra ses initiatives sur les réseaux sociaux en renforçant sa présence sur Facebook et en développant davantage sa stratégie sur LinkedIn. Nous continuerons à promouvoir nos partenaires en mettant en avant leurs activités et événements, tout en les orientant vers le contenu de la page Agenda du site internet. Par ailleurs, nous organiserons des jeux sur Facebook avec des récompenses attractives, offertes par nos partenaires.

Nous souhaitons également renforcer le sentiment de fierté des habitants pour leur territoire. L'objectif est qu'ils découvrent nos richesses et deviennent des ambassadeurs de la destination. Pour les cibles de visiteurs extérieurs, nous visons à susciter l'envie de découvrir notre destination et à valoriser l'offre touristique locale.

➤ **Objectif 5 : Améliorer la visibilité et l'engagement du site grâce à des mises à jour régulières et une optimisation continue et du SIM**

Pour renforcer la visibilité du site Internet et améliorer l'engagement des utilisateurs (connexions et durée de visite), les actions suivantes continueront à être mises en œuvre :

- Mises à jour régulières : maintenir de l'information fraîche et pertinente grâce à des actualisations fréquentes.
- Contenus attrayants : ajouter des articles, des actualités et des témoignages captivants pour fidéliser l'audience.
- Optimisation du SIM : mettre à jour régulièrement le Système d'Information Marketing (SIM) avec des données récentes.
- Optimisation SEO : poursuivre l'amélioration de la stratégie de référencement naturel pour maximiser la visibilité sur les moteurs de recherche.
- Analyser régulièrement les statistiques de trafic pour identifier les pages les plus visitées, les sources de trafic les plus efficaces et les tendances du comportement des utilisateurs et ainsi améliorer le site.

Récapitulatif des actions sur les supports de communications digitales :



Les supports de communication digitale	Cibles	Calendrier
Promotion digitale sur les réseaux sociaux : Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn	Habitants ACSO + visiteurs, touristes	Tout au long de l'année, l'objectif est de captiver et de mieux faire connaître la destination. Il s'agit de valoriser les incontournables, les activités culturelles et de loisirs, ainsi que les restaurants, en adoptant une communication originale et percutante.
Newsletter des abonnés	Abonnés, Habitants ACSO + visiteurs, touristes	6 par an pour les individuels avant chaque vacances scolaires et les Journées Européennes du patrimoine
Site internet	Habitants ACSO + visiteurs, touristes	Mises à jour régulières du site et du SIM.

⇒ **Les actions avec la presse et achat d'espace publicitaire :**

➤ **Objectif 6 : Renforcer la visibilité dans la presse et les médias**

Promouvoir les événements et activités de Creil Sud Oise Tourisme auprès de la presse tout en investissant en fonction de l'enveloppe budgétaire allouée dans des espaces publicitaires pour maximiser l'impact.

L'Office de Tourisme continuera à envoyer régulièrement des communiqués de presse à la presse locale.

Presse	
Communiqué de presse	Actualité touristique de l'Office de Tourisme Creil Sud Oise.
Médias	
Achat d'espaces publicitaires	Radio, Presse Quotidienne Régionale (PQR) selon messages, cibles

4. **Actions séduction hors les murs**

➤ **Objectif 7 : Présence de Creil Sud Oise Tourisme à la rencontre des habitants et visiteurs**

- Creil Sud Oise Tourisme prévoit d'être présent au moins une fois par an, dans la mesure du possible, dans chaque commune de l'Agglomération Creil Sud Oise et ce, en fonction des possibilités. Ces opérations pourront être réalisées avec la Maison de la Pierre et l'Office de Tourisme.

Programmation en cours d'élaboration.

COMMUNES	PRÉVISIONNEL ACTIONS HORS LES MURS
ACSO	À déterminer
CRAMOISY	Fête de l'Andouille, Balade et randonnée gourmande + médiation OT (27/04/25)
CREIL	À déterminer
MAYSEL	À déterminer
MONTATAIRE	À déterminer
NOGENT-SUR-OISE	Un dimanche à la campagne (stand + animation sculpture sur pierre) (31/08/2025)
ROUSSELOY	À déterminer
SAINT-LEU-D'ESSERENT	Randonnée commentée (ARNV) + médiation OT (06/07/24)
SAINT-MAXIMIN	Randonnée commentée (ARNV) + médiation OT (06/07/24)
SAINT-VAAST-LES-MELLO	Balade et randonnée gourmande (ARNV) + médiation OT (07/09/2025)
THIVERNY	À déterminer
VILLERS-SAINT-PAUL	Fête de la Ville (juin 2025) date à confirmer

Autres participations :

Pour la cible des individuels et des groupes : participation aux Journées des Plantes du 16 au 18 mai 2025 au Château de Chantilly en partenariat avec les villes ACSO labélisées 3 fleurs.

Marché artisanal de l'Oise à Beauvais en avril 2025 (à confirmer avec Proscitec)

Opération « Roissy voyage en France » (mise en avant des régions via la gastronomie, les savoir-faire et spécialités) à Roissy-en-France 28 et 29 juin 2025 (à confirmer)

5. Action sur l'accueil des tournages en collaboration avec l'ACSO

➤ Objectif 8 : Stratégie de développement de l'accueil des tournages

Accueillir 3 tournages

Dans le cadre de cette démarche initiée depuis fin 2022, nous visons à accueillir au moins 3 tournages sur le territoire en 2025. Pour y parvenir, les actions suivantes seront mises en œuvre

:

- Continuer le recensement des décors naturels publics : identifier les lieux emblématiques des 11 communes pouvant servir de décors pour des tournages, et les mettre en ligne sur le site de Creil Sud Oise Tourisme et Film France.
- Mise en place d'un nom de domaine spécifique www.creilsudoise-tournages.fr et développement d'une page dédiée
- La plaquette des décors naturels publics destinée aux professionnels « Filmez sur Creil Sud Oise » sera éditée en mars 2025. Ensuite, il est important de la faire connaître auprès des acteurs en envoyant la plaquette auprès des professionnels ciblés et en utilisant les réseaux sociaux comme Facebook.
- Participation à des événements spécialisés : Collaborer avec Pictanovo pour représenter le territoire lors du Paris Images Production Forum (6 et 7 février 2025) et du Série Mania à Lille (21 au 28 mars 2025).

Cette stratégie vise à accroître la visibilité du territoire auprès des professionnels du cinéma et de l'audiovisuel, tout en mettant en valeur ses atouts naturels et culturels.

Cibles	Actions
Professionnels du Cinéma	<p>Continuer les référencements des offres avec les communes partenaires : tout au long de l'année</p> <p>Mise en ligne du nom de domaine, développement d'une page : mars</p> <p>Saisie des recensements sur Film France : mars 2025</p> <p>Sortie de la plaquette « Filmez sur Creil Sud Oise » : mars 2025</p> <p>Opération de marketing direct en envoyant la plaquette accueil de tournage : Juin 2025</p> <p>Création d'un Facebook accueil de tournage : mars + animations régulières</p> <p>Participation salon Paris Image Production du 6 et 7 février et Série Mania du 21 au 28 mars 2025</p>
Objectif	3 tournages sur le territoire

6. Mission d'accueil :

➤ Objectif 9 : Développement des ventes et réflexion sur l'aménagement de la boutique

Nous travaillons sur le développement des ventes et menons une réflexion approfondie sur un nouvel aménagement de la boutique, visant à améliorer l'expérience client, mettre en valeur notre offre et intégrer davantage de produits locaux.

Une attention particulière sera portée à la sélection de produits issus du territoire, afin de promouvoir l'artisanat et les savoir-faire locaux, renforçant ainsi l'attractivité et l'identité de la boutique.

Pour accroître les ventes, une stratégie de promotion active sera déployée sur les réseaux sociaux, notamment lors d'événements phares comme la Saint-Valentin, la fête des mères, la fête des pères, la fête des grands-mères, Noël, et d'autres moments clés de l'année. Ces actions permettront de maximiser la visibilité des produits, d'attirer une clientèle diversifiée et de fidéliser nos visiteurs.

B. EQUIPEMENT TOURISTIQUE LA MAISON DE LA PIERRE DE SUD DE L'OISE

1 Nouveau fonctionnement

➤ Objectif 10 : Optimisation du fonctionnement de la Maison de la Pierre

⇒ Nouvelle proposition d'ouvertures et fermetures :

En analysant les statistiques, les horaires d'ouverture et de fermeture ont été ajustés pour être optimisés.

Nouvelle stratégie d'ouverture :

- Ajout du mardi comme jour de fermeture au public, en complément du lundi (déjà fermé), à l'exception des groupes, séminaires, tournages, ... sur demande.
- Mise en place d'une ouverture un week-end par mois de février à décembre (au lieu de l'ouverture tous les samedis et dimanches d'avril à octobre).

Proposition de révision du calendrier d'ouverture : réduire le nombre total de jours d'ouverture, passant de 313 jours prévus initialement à 256 jours.

	Janvier à mars	Avril à octobre	Fermeture 15 jours vacances de Noël
Ouverture aux individuels	1 week-end par mois	1 week-end par mois Mercredis, jeudis, vendredis, Pendant les vacances scolaires de Juillet et août : ouverture tous les week-ends.	1 week-end par mois
Ouverture aux groupes, séminaires, tournage	Du mardi au vendredi (sur demande les week-ends pour les tournages, selon budget)		
Ouverture des bureaux	Du lundi au vendredi de 9h à 18h		

⇒ Nouvelle proposition de programmation optimisée :

Compte tenu de la fréquentation et des effectifs, il est suggéré d'adopter une approche centrée sur une programmation de meilleure qualité et adaptée aux attentes des clientèles. Ainsi, en réduisant le nombre de week-ends ouverts, nous pourrions améliorer leurs visibilitées et mieux concentrer nos efforts et notre budget pour obtenir un impact plus significatif.

Il est important de préciser que des stages auront également lieu lors de ces week-ends d'événements en février/mars, avril, mai, juin, juillet, août, septembre, octobre, novembre et décembre.

Mois	Evénements	Dates
Février/Mars Vacances scolaires	Carnaval des Casses Cailloux + stages	22 et 23/02/2025
Avril Vacances scolaires	Festivités de Pâques / Balades contées de Pâques + stages	19 et 20/04/2025
Mai	Nuit des musées avec gratuités + stage	17 et 18/05/2025
Juin	Journée de l'environnement (année impaire) + stage et tous les 2 ans Fête de la Pierre (année paire, 2026)	7 et 8/06/2025
Juillet et Août Vacances scolaires	ouverture du mercredi au dimanche hors groupes à la demande Nuit des Chauves-Souris + stages	29/08/2025
Septembre	Journées Européennes du Patrimoine avec gratuité + stages	20 et 21/09/2025
Octobre Vacances scolaires	Fête de la science + stages Festivités d'Halloween + stages	4 et 5/10/2025 25 et 26/10/2025
Novembre	Semaine de l'industrie et des savoir-faire	22 et 23/11/2025
Décembre	Festivités de Noël balade contée	6 et 7/12/2025

➤ **Objectif 11 : Communication, plan média et les éditions avec leur diffusion :****Communication et plan média :**

En 2025, il sera essentiel d'élaborer un plan média adapté au budget disponible. Ce plan devra prioriser les actions les plus stratégiques pour maximiser l'impact et atteindre les objectifs définis, tout en optimisant les ressources allouées. Un important travail par le service communication mutualisé sera également nécessaire sur la communication, notamment avec la mise en place de newsletters et d'autres actions visant à renforcer la visibilité et l'engagement.

Les éditions et diffusions :

L'année 2025 sera marquée par la publication du dépliant de la programmation annuelle dès janvier, ainsi que par la sortie de la brochure dédiée aux groupes et au jeune public en septembre. La diffusion de la programmation annuelle se déroulera en plusieurs étapes : une première phase, prévue pour fin janvier et février, sera réalisée par mail et accompagnée d'actions de fidélisation. Une seconde phase suivra en avril et juin, assurée par l'équipe de la Maison de la Pierre.

La diffusion de la brochure jeune public destinée aux ALSH (Accueils de Loisirs Sans Hébergement) aura lieu en mars et avril par mail, accompagnée de l'organisation d'un éductour à la Maison de la Pierre.

La diffusion dédiée aux établissements scolaires est quant à elle prévue pour le mois d'octobre par courrier.

Éditions	Cibles	Dates de sortie	Actions de diffusion
Programmation annuelle	Habitants ACSO, Oise, Paris/RP	Janvier 2025	Mail et courrier (février/mars) + diffusion équipe (avril/juin)
Brochure jeunes publics	Scolaires, ALSH	Septembre 2025	Mail (mars/avril) + éductour ALSH
Brochure groupes scolaires	Établissements scolaires	Septembre 2025	Courrier (octobre)

➤ **Objectif 12 : Optimisation du digital pour renforcer le rayonnement de la Maison de la Pierre****Site internet :**

Pour rappel, suite à un piratage en juin 2023, une refonte totale du site internet a été réalisée en urgence, permettant une mise en ligne rapide dès juillet 2023. En plus des mises à jour régulières tout au long de l'année, un travail d'amélioration du site sera mis en œuvre pour une meilleure lisibilité et notamment pour mise en place d'un nouveau logiciel de réservation en ligne.

Les réseaux sociaux :

- Création d'une charte éditoriale
- Mise en place d'un plan annuel avec une stratégie de communication pour animer les réseaux sociaux : continuer à animer les réseaux en partageant les informations de nos partenaires professionnels, améliorer le réseau professionnel LinkedIn....
- Envoi de 9 newsletters à nos abonnés
- Création de contenus pendant les stages : envois de posts avant, après les stages en présentant les œuvres réalisées

3 Commercialisation à destination des groupes et des publics individuels :

➤ **Objectif 13 : Optimiser le fonctionnement de la Maison de la Pierre grâce à un nouvel outil**

Professionnalisation des outils de réservation :

Un nouvel outil sera déployé à l'automne 2025 pour optimiser l'organisation interne, les réservations pour groupes et individuels, ainsi que l'expérience client. Cette solution centralisera plusieurs fonctionnalités clés, notamment :

- La gestion des réservations (salles, guides, groupes, stages, etc.)
- La billetterie et la boutique
- La vente en ligne grâce à un TPE virtuel et un outil de caisse

En unifiant les canaux de réservation et en automatisant les tâches administratives, cet outil simplifiera considérablement les processus internes tout en maximisant les opportunités de visibilité et de ventes.

De plus, la plateforme sera compatible avec celle utilisée dans le cadre de la stratégie « Bataille des Activités » d'Oise Tourisme, ce qui permettra :

- De multiplier les canaux de vente en ligne
- D'accroître la visibilité des offres proposées par la Maison de la Pierre

Enfin, cette plateforme sera progressivement étendue pour répondre également aux besoins de l'Office de Tourisme en 2026, renforçant ainsi la cohérence et l'efficacité des outils utilisés sur le territoire.

➤ **Objectif 14 : Stratégie de Promotion et de fidélisation des Publics Groupes et Individuels**

- Organisation d'un éducteur « séduction » réservé à la cible des publics groupe adulte en collaboration avec l'Office de Tourisme en novembre
- Réalisation d'opérations de marketing direct : envoi de newsletters différentes en fonction des cibles (groupes et individuels), de brochures à destination des groupes d'adultes, de brochures scolaires, centres aérés et de loisirs, confère objectif 10
- Continuer, dans un temps de réponse maximum de 48h après la demande, à produire un devis comportant : un prix global forfait par personne et une mise en page des forfaits avec belles photos, travailler sur la relance client

➤ **Objectif 15 : Développer les stages et les actions de recherche de nouvelles clientèles et de fidélisation**

Commercialisation des stages et des initiations à destination des individuels :

- Organiser des sessions d'initiation à la sculpture sur pierre, en fonction de la demande et des réservations de groupes, du mardi au vendredi pendant les vacances scolaires, avec plusieurs créneaux horaires disponibles chaque jour.
- Opération de marketing direct auprès des clients anciens (3 ans), envoi de la programmation annuelle dès la sortie par courrier, en cours d'année une nouvelle relance par mail
- Pour les clients ayant acheté ou réservé la prestation : entrer en contact avec eux en amont pour confirmer les détails importants, tels que les horaires, les modalités pratiques et toute information complémentaire nécessaire pour garantir un stage réussi

- Après la prestation, mettre en place un système d'envoi automatique d'e-mails, action de marketing d'automatisation pour remercier les clients de leur participation et les encourager à partager leur expérience en laissant un avis sur Google. Ces avis contribueront à renforcer la visibilité, l'attractivité et la réputation du territoire auprès de futurs visiteurs.
- Élaborer un projet de court séjour incluant un stage, hébergement, restauration et une option de transfert depuis la gare jusqu'à la Maison de la Pierre

Boutique :

- Continuer à développer la boutique, vendre les produits et inciter les gens à partir avec un souvenir pour poursuivre l'expérience client. Présenter les produits de manière engageante, proposer des offres spéciales, ...

➤ **Objectif 16 : Développer la commercialisation des séminaires**

Développement de la clientèle affaires avec location de salles de séminaire, organisation d'événementiels, lancement de produits

- Diffusion de la brochure séminaire en avril auprès des hôteliers clientèles affaires et agences événementielles
- Démarchage auprès des hôteliers de clientèles affaires de Chantilly et Senlis
- Constituer un fichier de contacts de comités d'entreprise à 1h de route
- Préparation d'un éductour réservé aux prescripteurs pour développer une clientèle affaire pour réalisation en mars 2026
- Recensement des potentiels pour organiser des réunions, team building, lancement de produits et événementiels

Les éditions	Cibles	Date 2025
Brochure séminaires	Hôteliers tourisme d'affaires» Senlis/ Chantilly + agences événementielles Comité d'entreprises	Déjà éditée
Fichiers à constituer		Jusqu'à novembre
Eductour		Préparation pour mars 2026

➤ **Objectif 17 : Développer le volet culturel de la Maison de la Pierre**

Les expositions de la Maison de la Pierre

- Exposition annuelle de la Galerie du Front de Taille, prévoir une nouvelle muséographie, mise en avant de l'exposition « Mise en avant du territoire et du travail des carriers, des savoir-faire »
- Remise en fonctionnement et utilisation le dispositif de la Réalité Virtuelle (VR)
- Travailler en mode projet avec le conseil scientifique sur l'exposition visible à partir d'avril 2026 ayant pour thème les lampes dans les souterrains : « S'éclairer dans les souterrains », budget à bâtir pour septembre 2025, conventions de prêt à élaborer, préparer une édition pour décembre 2026
- Itinérance de l'exposition « Bassin de pierre, bassin de vies », notamment la version Kakemono

Cette exposition, conçue par la Maison de la Pierre en partenariat avec les 11 communes et l'ACSO, met à l'honneur les communes du territoire de l'ACSO à travers leur ADN commun : le patrimoine de la pierre. Depuis 2022, elle est itinérante, avec pour vocation d'être mise à disposition des communes de l'ACSO, des associations, et d'autres acteurs locaux. Son itinérance se poursuit en fonction des demandes des communes partenaires, permettant ainsi de valoriser ce patrimoine unique auprès d'un public toujours plus large.

- Remettre en place la visite de la carrière souterraine en réalité virtuelle

Les partenaires :

- Alimenter le SIM et mise à jour dès modifications et le faire savoir aux différents partenaires et également l'Office de Tourisme
- Communiquer et rentrer les informations aux sites dédiés tel Proscitec et tout autre partenaire

Les expositions	Date prévisionnelle de l'action
Exposition annuelle	Préparation de janvier à l'installation. Installation en Avril
Exposition dès avril 2026 « S'éclairer dans les souterrains »	Travail en mode projet avec le conseil scientifique, 1ere réunion lancement : 31 janvier 2025 Budget prévisionnel : Septembre 2025 Convention de prêt : Décembre 2025 Création de la publication de l'exposition : Décembre 2025/Janvier 2026
Exposition itinérante	Le faire savoir régulièrement Objectif 1 prêt
Réalité Virtuelle	remettre en marche un dispositif de réalité virtuelle (VR), mise en place simple et fonctionnelle pour l'utiliser lors d'un week-end
Les partenaires	Mise à jour du SIM et communiquer auprès de Proscitec (saisir les infos)

➤ **Objectif 18 : Actions de promotion hors les murs**

La Maison de la Pierre participera aux actions situées dans un rayon d'une heure de route, sous réserve qu'elles soient génératrices de recettes. Des actions de promotion extérieures pourront également être menées en collaboration avec l'Office de Tourisme. Confère les actions proposées page 18.

Pour conclure, toutes les actions mentionnées s'inscrivent dans le cadre de la convention alignée sur les objectifs fixés par l'ACSO, avec pour priorité le renforcement de l'attractivité de Creil Sud Oise, la valorisation de la Maison de la Pierre et l'accroissement de la visibilité de la destination, afin de stimuler le développement local et dynamiser l'économie touristique.

3. Traduction financière

Recettes prévisionnelles de l'activité commerciale de Creil Sud Oise Tourisme :

Chiffres d'Affaires OT individuels et groupes (incluant CA boutique)							
2018	2019	2020 Année COVID	2021 Année COVID	2022 Post COVID	2023	2024	Prévisionnel 2025
33 670 €	85 050 €	17 549 €	33 140 €	128 595 €	192 211 €	219 434 €	212 500 €

Chiffres d'Affaires MDP individuels et groupes (incluant CA boutique)								
2017 (*) Année de référence	2018	2019	2020 Année COVID	2021 Année COVID	2022 Post COVID	2023	2024	Prévisionnel 2025
101 582 €	93 690 €	76 740 €	11 865 €	21 790 €	100 223 €	98 757 €	103 134 €	103 000 €

(*) En 2017, l'association de la Maison de la Pierre a connu une année de référence, marquée par son meilleur chiffre d'affaires depuis sa création en 2014.

Evolution du Chiffre d'Affaires GLOBAL

Rapport Débat d'Orientation Budgétaire 2025 p. 29

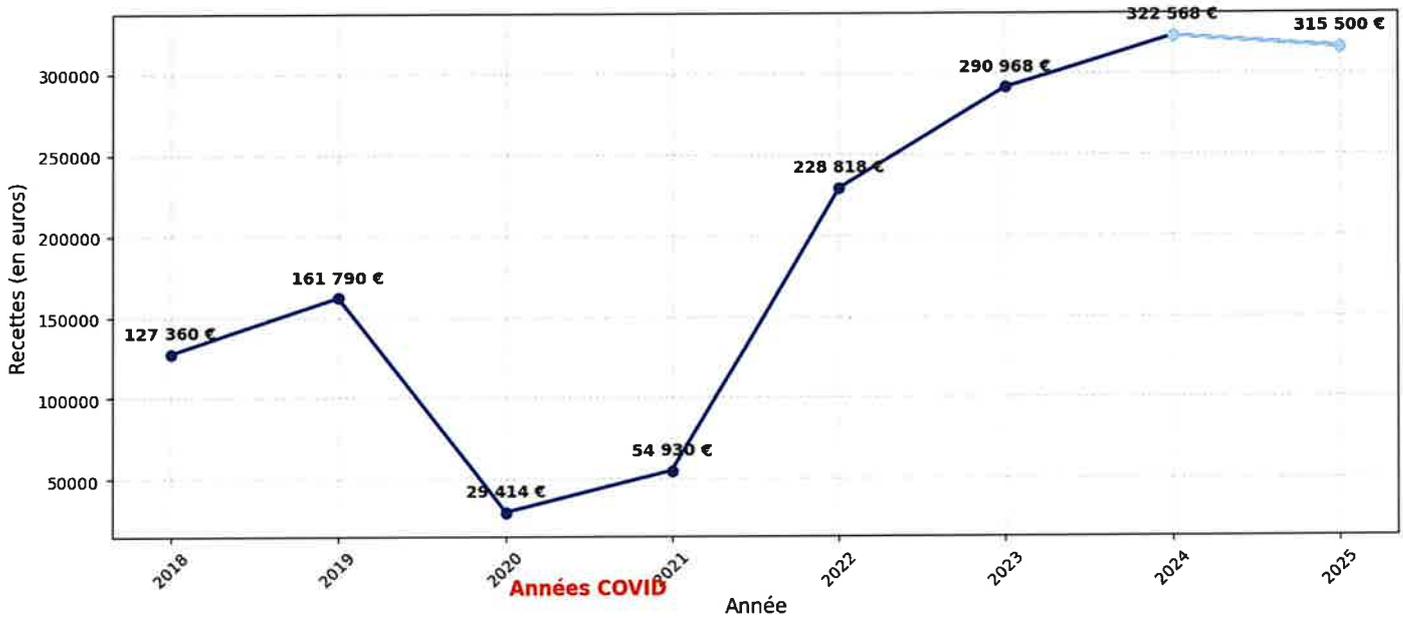
CreilSudOise

| OFFICE DE TOURISME |

**Office de Tourisme
et Maison de la Pierre**

2018 2 entités MDP / OT	2019 Intégration MDP 01/10	2020 Année COVID	2021 Année COVID	2022 Post COVID	2023	2024	Prévisionnel 2025
127 360 €	161 790 €	29 414 €	54 930 €	228 818 €	290 968 €	322 568 €	315 500 €

ÉVOLUTION DES RECETTES DE 2018 À 2025



Projet de budget primitif 2025 :

Ci-dessous le tableau les dépenses et les recettes du Budget Primitif 2025.

Ces chiffres seront à affiner et sont sous réserve de l'édition des comptes de gestion et compte administratif 2024.

BUDGET PRIMITIF 2025

SECTION FONCTIONNEMENT					
Dépenses			Recettes		
	BP 2024 après DM	Prévisionnel BP 2025		BP 2024 après DM	Prévisionnel BP 2025
Chapitre 011: charges à caractère général	416 151,35 €	449 865,00 €	Chapitre 002 : Résultat excédent N-1	40 750,85 €	88 498,52 €
Chapitre 012: charges de personnel et frais assimilés	601 500,00 €	614 400,00 €	Chapitre 013 : Atténuation des charges	1 000,00 €	13 100,00 €
022 : Dépenses imprévues			Chapitre 70 : vente de prestations de services et marchandises	315 787,88 €	315 500,00 €
023 : Virement à la section Investissement			Chapitre 74 : subvention d'exploitation	714 895,16 €	722 749,29 €
Chapitre 042 : Opération d'ordre de transferts entre section	37 607,36 €	38 143,73 €	Chapitre 75 : Autres produits gestion courante	120,00 €	140,00 €
Chapitre 65 : Autres charges de gestion courante	31 921,10 €	42 505,00 €	Chapitre 77 : produits exceptionnels	10 000,00 €	
Chapitre 67 : charges exceptionnelles	800,00 €	500,00 €	Chapitre 042 : Opération d'ordre de transferts entre section	5 425,92 €	5 425,92 €
TOTAL	1 087 979,81 €	1 145 413,73 €	TOTAL	1 087 979,81 €	1 145 413,73 €

Année 2025 : Demande de subventions de 721 749,29 € en fonctionnement

Région : 1 000 € pour fête de la science

(*) Pour mémoire :

Année 2018 : 490 000 € (Office de Tourisme uniquement)

Année 2019 : 385 500 € (intégration Maison de la Pierre au 01/10/2019)

Année 2020 subventions ACSO: 690 000 €.

Année 2021 subventions ACSO : 570 000 €. Baisse de demande de subvention de 120 000 € par rapport à 2020.

Année 2022 subventions ACSO : 570 000 €

Année 2023 : subventions ACSO : 650 000 € + 30 000 € (Décembre 2023) = 690 000 € en fonctionnement

Année 2024 : 700 000 € en fonctionnement

SECTION INVESTISSEMENT					
Dépenses			Recettes		
	BP 2024 après DM	Prévisionnel BP 2025		BP 2024 après DM	Prévisionnel BP 2025
Chapitre 001 : Solde exécution section investissement report	29 840,66 €		Chapitre 001 : Solde exécution section investissement report		22 449,51 €
Chapitre 020 : Dépenses imprévues			Chapitre 13 : subventions d'investissement	25 175,00 €	25 175,00 €
Chapitre 40 Opérations d'ordre entre section	5 425,92 €	5 425,92 €	Chapitre 021 : Virement à la section fonctionnement		
Chapitre 20 : immobilisations incorporelles	15 000,00 €	3 110,00 €	Chapitre 040 : Opérations d'ordre de transfert entre sections	37 607,36 €	38 143,73 €
Chapitre 21 : Immobilisations corporelles	17 181,44 €	77 232,32 €	Chapitre 10 : Dotations, fonds divers et réserves (1068)	4 665,66 €	
Chapitre 23 : Immobilisations en cours					
TOTAL	67 448,02 €	85 768,24 €	TOTAL	67 448,02 €	85 768,24 €

IV. Orientation relative au personnel

1. Synthèse du tableau des emplois permanents et temps de travail

CREIL SUD OISE TOURISME	Libellé de l'emploi	Grade	Échelon ou indice maximum	Postes pourvus	Postes vacants	Durée temps de travail	Date d'entrée
OFFICE DE TOURISME							
Direction	Directrice Elise NICOLAS-BERTHE	Attaché principal	10 ^{ème} (1)	1	0	ETP 39h	01/02/18 CDD 01/02/21 CDD Contrat CDI 01/02/24
Administration comptabilité /	Assistante de direction Stéphanie DHOLLANDE	Technicien, mise à disposition	(1) (2)	1	0	ETP 39h	07/01/19
Commercialisation, mise en tourisme de l'offre	Chargée de commercialisation groupes Brigitte PAWLY	Technicien	2.4	1	0	ETP 39h	07/01/19
Promotion Communication	Responsable communication Frédérique DUBUT	Technicien	2.3	1	0	ETP 39h	01/01/18
Accueil, accueil digital, animation des partenaires	Animation des partenaires, Conseillère en séjour / guide Floriane RIAUDEL	Technicien	(1) (2)	1	0	ETP 39h	01/01/18
	Animateur numérique Emille LAURENTIE	Technicien	2.1	1	0	ETP 39h	05/06/23
Maison de la Pierre	Responsable culturelle, en charge de la communication et médiatrice Mélanie BATICLE	Technicien	2.4	1	0	ETP 39h	01/09/03
	Chargée des groupes et suivi administratif Hélène OLIVEIRA	Technicien	2.4	1	0	ETP 39h	01/04/06
	Directrice adjointe de la Maison de la pierre et référente accueil de tournage CSOT Nouara SOUDET	Technicien	2.4	1	0	ETP 39h	05/07/14
	Contrat d'apprentissage Vanessa ZONGO WENDEMMI	Apprentie		1	0	15 jours en entreprise + 15 jours en formation	02/10/2023 jusqu'à 29/08/2025
	Poste de Saisonnier	Technicien	1.3	0	1	ETP 35h	A partir du 01/03/25 pour 6 mois
	Poste de Saisonnier	Technicien	1.3	0	1	ETP 35h	A partir du 01/04/25 pour 6 mois
Maison de la Pierre et Office de Tourisme	Guides Conférenciers (3)	Technicien	1.3				CDDU à la vacation selon activités

(1) Fonction publique territoriale

(2) Agent mis à disposition dans le cadre d'emploi de la collectivité d'origine

(3) Des guides conférenciers seront embauchés à la vacation pour réaliser des visites guidées.

(Cf délibération de l'Office de Tourisme n°22/2023 Nouvelle grille tarifaire pour les CDD d'usage des guides conférenciers).

2. Répartition des rémunérations :

L'évolution de la masse salariale tient compte d'une évolution des variables (valeur du point, taux de cotisation, présence sur opérations spéciales, réévaluations salariales sur certains postes).

La valeur du point au 1er janvier 2025 est toujours de 1,23 €.

En effet, les négociations lors de la dernière CPPNI n'ont pas permis d'aboutir à un accord entre collège salariés et collège employeurs. Le Conseil d'administration d'ADN Tourisme avait validé une proposition d'augmentation de la valeur du point en deux temps pour 2025, 1% en janvier et 1% en juillet. Le sujet sera évoqué de nouveau courant de l'année 2025.

Répartition de la masse salariale	Nombre de salariés/agents + apprenti+ 2 saisonniers
Masse salariale de 16 000 € et inférieure à 45 000 € / an	6
Masse salariale supérieure à 45 000 € / an	6

3. Clé de répartitions de la masse salariale 2025 pour les missions de service public et missions commerciales assujetties à la TVA sur la taxe sur les salaires

ANNEE 2025		MISSION DE SERVICE PUBLIC	MISSION COMMERCIALE assujettie à la TVA
POSTES OT / MDP			
Direction	Elise NICOLAS-BERTHE	55 %	45 %
Assistante de direction	Stéphanie DHOLLANDE	Mise à dispo	Mise à dispo
POSTES OT			
Responsable communication	Frédérique DUBUT	50 %	50 %
Animatrice du réseau des partenaires, Conseillère en séjour, guide	Floriane RIAUDEL (Mise à dispo)	50 %	50 %
Animateur numérique	Emilie LAURENTIE	50 %	50 %
Chargée des groupes	Brigitte PAWLY	20 %	80 %
Guides conférenciers			100 %
Trésor Public	Christophe DOSIMONT	100 %	
Apprenti	Ghulam MOHAMMAD	90 %	10 %
POSTES MDP			
Responsable culturelle, Communication, médiation culturelle	Mélanie BATICLE	50 %	50 %
Chargée des groupes, administratif	Héléna OLIVEIRA	30 %	70 %
Chargée de développement commercial et médiation Puis Directrice adjointe, référente accueil de tournages en juillet	Nouara SOUDET	40 %	60 %
Médiateurs Culturel	2 CDD saisonniers 6 mois	50 %	50 %
Apprentie	Zongo WENDEMMI	50 %	50 %

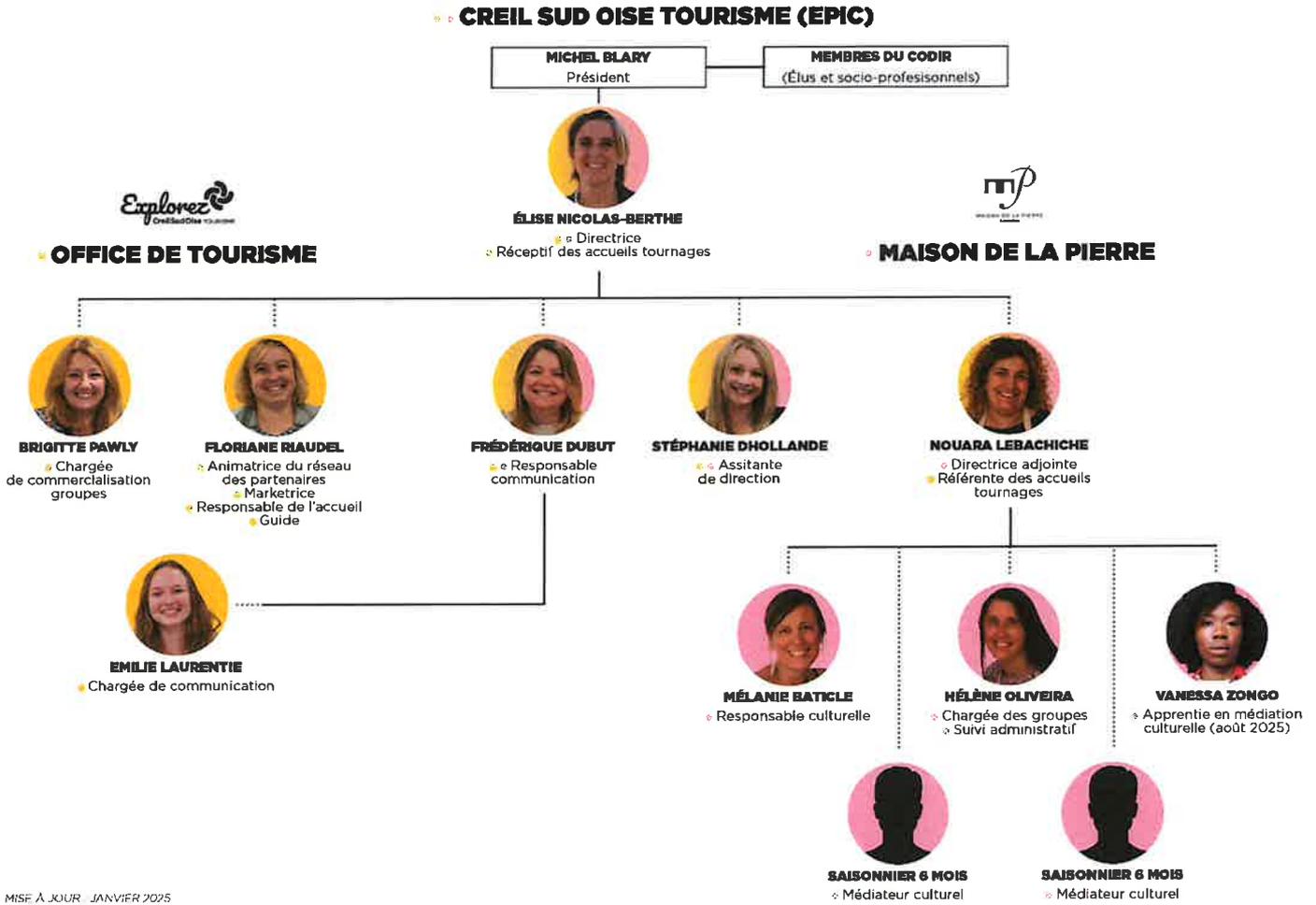
4. Les formations réalisées

Libellé de l'emploi - Nom / Prénom	Année 2019 (Intégration MDPSO 01/10/19)	Année 2020	Année 2021	Année 2022	Année 2023	Année 2024
Directrice Elise NICOLAS- BERTHE	-	Comptabilité M4 GFI- Némausic Mooc CNFPT ERP Formation incendie sécurité Formation PSC1 (1 ^{er} secours) 5 formations	Formation S'organiser pour alléger sa charge mentale professionnelle Formation GFI- Némausic Webinaire logiciel travaux collaboratifs Trello Webinaire les RDV de la DGFIP sur les moyens de paiement modernes pour un recouvrement efficaces dans les régies Webinaire La micro-aventure : derrière la tendance à la mode, un vrai engagement durable 5 formations/webinaires	Fiscalité commerciale des EPIC / TVA Formation et certification COOPREX Diapason Logiciel Aloa 3 formations	Formation convention collective des organismes de tourisme Formation "se former à la nouvelle classification RH (webinaire 1h) Formation Anglais Formation perfectionnement Némausic Formation incendie sécurité Formation PSC1 (1 ^{er} secours) 5 formations et 1 webinaire	Formation Anglais 1 formation
Assistante de direction Stéphanie DHOLLANDE	-	Comptabilité M4 GFI- Némausic Formation incendie sécurité Formation PSC1 (1 ^{er} secours) 4 formations	Formation S'organiser pour alléger sa charge mentale professionnelle Formation GFI- Némausic 2 formations	Logiciel Aloa Fiscalité commerciale des EPIC / TVA Dématérialisation Némausic / TP 3 formations	Formation convention collective des organismes de tourisme Formation Anglais Formation perfectionnement Némausic 3 formations	Formation Anglais 1 formation
Chargée de commercialisation groupes Brigitte PAWLY	Ré-enchanter la relations clients 1 formation	Réglementation de la commercialisation touristique Formation PSC1 (1 ^{er} secours) 2 formations	Formation S'organiser pour alléger sa charge mentale professionnelle Formation du back office du site web de l'OT Formation Gérer les avis clients Webinaire Sensibilisation par l'e- mailing 4 formations/webinaires	Les clés de la fonction de régisseurs d'avances et de recettes 1 webinaire	Formation Anglais 1 formation	Formation Anglais Prospecter, argumenter et fidéliser pour déclencher une vente 2 formations
Responsable communication Frédérique DUBUT	Maitriser son temps sur ses projets 1 formation	Adobe - Photoshop + Illustrator + Indesign avec certification TOSA Desktop Formation incendie sécurité Formation PSC1 (1 ^{er} secours) 3 formations	Formation S'organiser pour alléger sa charge mentale professionnelle Formation du back office du site web de l'OT Formation Gérer les avis clients Webinaire Droit à l'image Webinaire logiciel weezevent (e- billetterie) Webinaire Sensibilisation par l'e- mailing 6 formations/webinaires		Formation Anglais 1 formation	Formation Anglais 1 formation
Animation des partenaires, Conseillère en séjour / guide Floriane RIAUDEL	Renouveler son marketing de services auprès des prestataires et des élus La gestion des conflits et de l'agressivité en situation d'accueil 2 formations	Formation incendie sécurité Maintien et actualisation des compétences des sauveteurs secouristes du travail 2 formations	Formation S'organiser pour alléger sa charge mentale professionnelle Formation du back office du site web de l'OT Formation Gérer les avis clients Formation préparation orale concours catégorie B Webinaire les RDV de la DGFI sur les moyens de paiement modernes pour un recouvrement efficaces dans les régies Webinaire les tendances touristiques 2021 Webinaire Le rôle des tuteurs des services civiques Webinaire La micro-aventure : derrière la tendance à la mode, un vrai engagement durable 8 formations/webinaires	Pilotage et gestion de projet SST 2 formations	Accompagnement des volontaires au quotidien Concevoir son projet d'accueil hors les murs Formation Anglais 3 formations	Formation Anglais Recyclage Sauveteur Secouriste du Travail 2 formations
Animatrice numérique Emilie LAURENTIE					Arrivée en juin 2023 Formation Anglais Formation incendie	Formation Anglais 1 formation

Responsable culturelle, médiatrice Mélanie BATICLE	-	Adobe avec certification TOSA Deskstock Formation incendie sécurité Formation PSC1 (1 ^{er} secours) 3 formations	Formation S'organiser pour alléger sa charge mentale professionnelle Formation Gérer les avis clients Formation du back office du site web de l'OT Webinaire Sensibilisation par l'e-mailing Webinaire Fidélisation client dans le tourisme et la culture Webinaire comment parler de la science dans sa structure patrimoniale Webinaire Guide pratique de la communication Fête de la science Webinaire annuaire des acteurs de la culture scientifique, technique et industrielle des HDF 8 formations		3 formations Formation Anglais Formation incendie sécurité Formation PSC1 (1 ^{er} secours) 3 formations	Formation Anglais 1 formation
Chargée des groupes et suivi administratif Hélène OLIVEIRA	-	Comptabilité M4 GFI- Némausic Formation incendie sécurité Formation PSC1 (1 ^{er} secours) 4 formations	S'organiser pour alléger sa charge mentale professionnelle Formation Gérer les avis clients 2 formations	Les clés de la fonction de régisseurs d'avances et de recettes 1 webinaire	Formation Anglais Formation incendie sécurité Formation PSC1 (1 ^{er} secours) 3 formations	Formation Anglais 1 formation
Chargée de développement commercial, médiatrice Nouara SOUDET	-	Mooc CNFPT ERP Perfectionnement Excel (en cours) Formation incendie sécurité Formation PSC1 (1 ^{er} secours) 3 formations	Formation S'organiser pour alléger sa charge mentale professionnelle Formation Gérer les avis clients 2 formations		Formation Anglais Formation incendie sécurité Formation PSC1 (1 ^{er} secours) 3 formations	Formation Anglais Action de formation Carrières souterraines en île-de-France 2 formations
Apprenti Ghulam MOHAMMAD					Formation PSC1 (1 ^{er} secours) 1 formation	
Apprentie Vanessa ZONGO WENDEMMI					Formation incendie sécurité Formation PSC1 (1 ^{er} secours) 2 formations	Formation Anglais 1 formation

Ces formations font partie de budgets alloués par l'AFDAS, opérateur de compétence (OPCO), le CNFPT et budget Creil Sud Oise Tourisme. Les formations prévues pour l'année 2025 seront définies lors des entretiens professionnels individuels, en tenant compte des budgets alloués, et se dérouleront tout au long de l'année 2025.

5. Organigramme de Creil Sud Oise Tourisme



ANNEXE N°2 RAPPORT DE L'ACTIVITE DE CREIL SUD OISE TOURISME 2024

Envoyé en préfecture le 19/02/2025

Reçu en préfecture le 19/02/2025

Publié le



ID : 060-834212789-20250218-DEL1DOB2025-DE