

## EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS

Délibération n° :  
2021-CC-04-054

### AUTORISATION DE SIGNATURE DU CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE

\*\*\*\*\*

Séance du :  
23 SEPTEMBRE 2021

L'an deux mille vingt et un, le jeudi vingt-trois septembre, à vingt heures, les membres du Conseil Communautaire de la Communauté de Communes Senlis Sud Oise se sont réunis dans la salle Firmin Declercq à Fleurines, sous la présidence de Monsieur Guillaume MARECHAL, Président, en session ordinaire, après avoir été convoqués le **vendredi dix-sept septembre 2021**, conformément aux dispositions de l'article L.5211-11 du Code Général des Collectivités Territoriales.

\*\*\*\*\*

Nombre de Délégués :

#### Siégeaient à l'assemblée :

- En exercice : 44  
- Présents : 32  
- Représentés : 10  
- Votants : 42  
- Absents : 2

Monsieur BATTAGLIA Alain	Monsieur LESAGE William
Madame BENOIST Magalie	Madame LOISELEUR Pascale
Monsieur BLOT Laurent	Madame LUDMANN Véronique
Monsieur BOUFFLET Pierre	Monsieur MARECHAL Guillaume
Monsieur CHARRIER Philippe	Monsieur MELIQUE Jacky
Monsieur DIEDRICH Wilfried	Madame MIFSUD Florence
Monsieur DUMOULIN François	Monsieur NOCTON Laurent
Monsieur GAUDUBOIS Patrick	Madame PALIN SAINTE AGHATE Martine
Madame GAUVILLE-HERBET Cécile	Monsieur PATRIA Alexis
Madame GORSE-CAILLOU Isabelle	Madame PIERA Pascale
Monsieur GRANZIERA Gilles	Madame PRUVOST-BITAR Véronique
Madame JAUNET Christel	Madame REYNAL Sophie
Monsieur LAPIE Dominique	Madame ROBERT Marie-Christine
Monsieur LEFEVRE Sylvain	Madame TONDELLIER Viviane

\*\*\*\*\*

Résultats :

- Pour : 42  
- Contre : -  
- Abstention : -

#### Ont donné pouvoir :

Monsieur ACCIAI Maxime à Monsieur NOCTON Laurent  
Monsieur BARON Jean-Marc à Madame GORSE CAILLOU Isabelle  
Madame BONGIOVANNI Julie à Madame PALIN SAINTE AGATHE Martine  
Monsieur BOULANGER Damien à Madame REYNAL Sophie  
Monsieur CURTIL Benoît à Madame LUDMANN Véronique  
Monsieur GEOFFROY Rémi à Madame BENOIT Magalie  
Monsieur GUEDRAS Daniel à Madame ROBERT Marie-Christine  
Madame MARTIN Emilie à Monsieur BOUFFLET Pierre  
Monsieur NGUYEN PHUOC VONG Jean-Pierre à Madame MIFSUD Florence  
Monsieur REIGNAULT Patrice à Madame Pascale LOISELEUR

#### Etaient absents remplacés par un suppléant :

Monsieur DE LA BEDOYERE Jean-Marc par Madame BELGUERRAS Martine  
Madame LOZANO Michèle par Monsieur VAGANAY Eric  
Monsieur ROLAND Dimitri par Madame SOBCZYK Françoise  
Monsieur SICARD Bruno par Madame DIDIER Valérie

#### Ne siégeaient pas à l'assemblée pour cause d'absence :

Monsieur FROMENT Daniel  
Madame SIBILLE Elisabeth

Secrétaire de séance :  
Wilfried DIEDRICH

\*\*\*\*\*

## **AUTORISATION DE SIGNATURE DU CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE**

### ***(Annexe jointe)***

Avant l'examen de la question par le Conseil Communautaire, le Président vérifie les conditions de quorum : 32 présents et 10 pouvoirs. Il constate que le quorum est atteint et demande à **Monsieur le Vice-Président, Jean-Marc DE LA BEDOYERE**, de procéder à l'examen de la question.

### **Monsieur le Vice-Président expose à l'Assemblée délibérante :**

La Loi NOTRe a défini le tourisme comme une compétence partagée entre la Région, les Départements et les intercommunalités des Hauts-de-France. Dans ce nouveau cadre d'organisation territoriale, la **mise en place d'une politique de développement touristique efficace à l'échelle de la nouvelle Région est liée à la capacité des collectivités à travailler ensemble sur le sujet.**

Pour ce faire, la Région a engagé une démarche de mise en convergence des territoires vers un **objectif commun : le tourisme comme levier de développement économique et vecteur d'attractivité.** Il s'agit de faire émerger des offres adaptées aux nouvelles attentes des clientèles dans une logique de performance économique et d'attractivité globale.

En effet, si les territoires administratifs sont légitimes pour assurer le développement touristique et contribuer à son financement, ils n'ont pas toujours une réelle visibilité pour les visiteurs. Il est donc indispensable de travailler sur des **logiques de territoires d'expériences en transcendant les limites administratives des collectivités.** Cette approche doit permettre de rendre l'offre territoriale plus visible et lisible par une promotion rendue plus efficiente, de fluidifier le parcours du visiteur et donc d'optimiser l'expérience client et sa satisfaction, **ce nouvel espace ayant vocation à rayonner à l'échelle nationale, voire internationale.**

Cette organisation ne peut s'envisager qu'au travers de **coopérations entre les intercommunalités pour structurer la « destination » touristique au travers d'une stratégie marketing partagée avec les partenaires économiques.** Dans ce contexte, il est nécessaire de sensibiliser les territoires aux enjeux et moyens du développement touristique, puis de les accompagner dans la **définition de leur vocation et de leur stratégie touristique à une échelle pertinente,** garante d'une lisibilité accrue et d'une efficacité économique décuplée. **Ces espaces ad hoc devront engager des actions renforçant leur compétitivité par une offre segmentée attractive répondant aux attentes des visiteurs, créant un avantage comparatif significatif et générant de la valeur ajoutée pour le territoire.**

**Outre l'appui au territoire dans la définition de sa stratégie collective de développement touristique, la Région l'accompagnera dans la mise en œuvre des actions concrètes exprimées au présent contrat qui répondront aux axes prioritaires fixés par la collectivité régionale : tourisme de mieux-être, de découvertes innovantes des patrimoines, de tourisme de mémoire, et de tourisme d'affaires.**

**Cette ambition est l'objet principal de la démarche et du présent contrat de rayonnement touristique.** Par cet outil, la Région et les territoires concernés formalisent la double volonté commune d'engager une dialectique convergente nouvelle de développement touristique et de créer des espaces de rayonnement touristique en capacité de répondre aux défis touristiques de demain pour contribuer ensemble à l'attractivité régionale et au développement économique de la région.

Pour répondre à ces enjeux, la convergence des stratégies locales, la mise en place d'une gouvernance efficace et la mise en cohérence des moyens et initiatives des différents échelons de collectivités concernés sont recherchés

Le **CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE** correspond à l'identification d'orientations partagées et à la mise en œuvre d'un plan d'actions opérationnel pluriannuel. Il traduit le point de convergence entre les priorités touristiques retenues par l'ensemble des partenaires.

La Communauté de Communes Aire Cantilienne, la Communauté de Communes Senlis Sud Oise et la Région Hauts-de-France exercent ensemble la responsabilité du pilotage du CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE. L'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis porte la coordination du CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE. Les Missions d'animation et de pilotage du CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE sont assurées par L'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis. Elles s'inscrivent de fait dans la stratégie et dans la mise en œuvre des programmes d'actions pour les années 2021 à 2022, et participent à la mobilisation des acteurs locaux

L'ambition première du plan d'actions présenté ci-après vise à initier des projets structurants et transversaux pour un développement vertueux du tourisme au sein de l'Espace de Rayonnement de Chantilly-Senlis. En effet, le présent contrat couvrant la période 2021-2022, il est essentiel de souligner que les enjeux et objectifs de ces actions seront tenus à plus long terme et mise en œuvre par phases successives.

Un tourisme patrimonial ou de découverte qui se vit : incarner, rencontrer et vibrer en tant qu'acteur(s) de l'Histoire de France

> Développer une offre événementielle majeure et immersive avec entre autres le Rocher des Trésors sur Chantilly et une nouvelle création sur Senlis soit un voyage au temps des premiers rois de France.

> Doter l'Office de Tourisme d'une mission de formation et d'éducation dans le but de répondre à un important besoin de guides conférenciers de qualité, acteurs du territoire (formation ouverte aux habitants).

Un tourisme de mieux-être où la forêt tiendrait le premier rôle : valoriser, sensibiliser et préserver en tant qu'écocitoyen(s) de la Nature

> Mener une étude d'opportunité et de programmation pour la mise en œuvre d'un itinéraire de découverte de la forêt en hauteur (au niveau de la canopée).

Un tourisme d'affaire « hors sol » davantage ancré sur le territoire : initier, inciter et inviter en tant que socio-professionnel(s) acteur(s) de la destination

> Augmenter la part des « repeaters » et développer le court séjour grâce à des offres packagées selon les profils cibles « affaires ».

> Dynamiser et fédérer en priorité le réseau des hébergeurs afin de les inscrire dans une ambition partagée.

Vers une activité touristique moins cloisonnée, plus structurée et professionnalisée

> Améliorer les mobilités et la répartition des flux.  
> Mettre en valeur les autres destinations touristiques voisines et partenaires dans un souci de complémentarité mais également dans une logique de parcours client.

> Développer un outil permettant davantage d'efficacité entre l'offre et la demande touristiques (valorisation, promotion, commercialisation, GRC, etc.).

> Mettre en place un observatoire local du tourisme avec les partenaires du territoire.

En matière de financement, celui-ci se veut équitable afin de préserver l'équilibre des territoires.

Les ressources propres à Chantilly-Senlis sont de 3 ordres :

- Publiques
- Privées et sponsoring
- Billetterie de l'Office de Tourisme

Un cadre de financement doit donc être définie à toutes les échelles, allant du local au niveau européen en passant par le Département et la Région.

**LES MEMBRES DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE**, par un vote au scrutin ordinaire, par 42 voix « POUR », aucune voix « CONTRE », aucune « ABSTENTION »,

**Vu** l'arrêté préfectoral en date du 14 novembre 2016 portant création de la Communauté de communes dénommée Communauté de Communes Senlis Sud Oise,

**Vu** les statuts de la Communauté de Communes Senlis Sud Oise, modifiés par la délibération n°2017-CC-07-099 du 25 septembre 2017,

**Vu** le code général des collectivités territoriales, et notamment l'article L-1111-4,

**Vu** le code du tourisme, et notamment ses articles L111-2 ,L.131-1 à L.131-10,L134-1 à L134-6,

**Considérant** la compétence de la Promotion de territoire et de tourisme exercée par la Communauté de communes Senlis Sud Oise,

**Considérant** la Convention de Rayonnement Touristique pour l'espace de rayonnement « CHANTILLY-SENLIS » 2021 - 2022,

**Considérant** l'avis de la commission communautaire du Tourisme du 15 septembre 2021,

**Considérant** la proposition de convention de rayonnement présente,

#### **DECIDENT A L'UNANIMITÉ,**

**Article 1 : APPROUVE** les objectifs et principes d'action proposés entre l'Office de Tourisme et la Région Hauts de France concernant le Contrat de Rayonnement Touristique 2021-2022,

**Article 2 : AUTORISE** Monsieur le Président ou son représentant à signer le Contrat de rayonnement touristique avec le Président de la Région Hauts-de-France ou son représentant,

**Article 3 DONNE POUVOIR** à Monsieur le Président de la Communauté de Communes Senlis Sud Oise, ou son représentant, à signer tous documents relatifs à cette Convention et poursuivre l'exécution de la présente délibération.

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours pour excès de pouvoir, dans les deux mois de sa publication, devant le Tribunal Administratif d'Amiens, 14 rue Lemerchier, CS 81114, 80011 Amiens Cedex 01.

Le Président de la Communauté de Communes est chargé de l'exécution de la présente délibération.

Fait et délibéré en séance, à Senlis, le jeudi 23 septembre 2021,

Et ont signé au registre les membres présents,

Pour extrait certifié conforme,



Guillaume MARECHAL

Président de la Communauté de Communes Senlis Sud Oise

Envoyé en préfecture le 07/10/2021

Reçu en préfecture le 07/10/2021

Affiché le 07/10/2021

**SLOW**

ID : 060-200066975-20210923-2021CC04054-DE

# **CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE**

**ESPACE DE RAYONNEMENT**

**« CHANTILLY-SENLIS »**

**2021 - 2022**

*Version du 29 SEPTEMBRE 2021*

Vu le code général des collectivités territoriales, et notamment l'article L-1111-4,

Vu le code du tourisme, et notamment ses articles L.131-1 à L.131-7,

Vu la délibération n°2021.01139 du Conseil régional du 2 juillet 2021 relative à la délégation d'attributions du Conseil régional à sa commission permanente, Vu la délibération n°2021.01314 du Conseil régional du 20 juillet 2021 adoptant le règlement budgétaire et financier,

Vu la délibération n°20161758 du Conseil régional du 24 novembre 2016 relative aux modalités de mise en œuvre du SRADDET,

Vu la délibération n°20170444 du Conseil régional du 30 mars 2017 relative à l'adoption du SRDEII,

Vu la délibération n°20170738 du Conseil régional du 29 juin 2017 relative à la stratégie de développement touristique au service de l'attractivité régionale,

Vu la délibération n°2019.00353 de la Commission permanente du Conseil régional en date du 5 février 2019 29 mai 2018 relative à « l'appel à manifestation d'intérêt "Espace de rayonnement touristique" : lauréats de la troisième vague de candidatures »,

Vu la délibération n°2021.02087 de la Commission permanente du Conseil régional en date du 23 novembre 2021 autorisant le Président à finaliser et signer le présent contrat de rayonnement touristique.

## ENTRE

La **Région Hauts-de-France**, dont le siège est à Lille (59000), 151 Boulevard du Président Hoover, représentée par le Président du Conseil Régional, Monsieur Xavier BERTRAND, ci-après dénommée « la Région »,

### Et d'une part

- La Communauté de Communes Aire Cantilienne représentée par son président, Monsieur François DESHAYES, en vertu de la délibération du XXXXX ;
- La Communauté de Communes Senlis Sud Oise représentée par son président, Monsieur Guillaume MARECHAL, en vertu de la délibération du XXXXX.

### Et d'autre part

- Le Comité Régional du Tourisme et des Congrès des Hauts de France, représenté par son Président
- Oise Tourisme, représenté par sa présidente Madame Brigitte LEFEBVRE ;
- L'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis, représentée par son président Monsieur Frédéric NANCEL ;

**IL EST CONVENU CE QUI SUIT,**

## PREAMBULE

La Loi NOTRe a défini le tourisme comme une compétence partagée entre la Région, les Départements et les intercommunalités des Hauts-de-France. Dans ce nouveau cadre d'organisation territoriale, **la mise en place d'une politique de développement touristique efficace à l'échelle de la nouvelle Région est liée à la capacité des collectivités à travailler ensemble sur le sujet.**

Pour ce faire, **la Région a engagé une démarche de mise en convergence des territoires vers un objectif commun : le tourisme comme levier de développement économique et vecteur d'attractivité.** Il s'agit de faire émerger des offres adaptées aux nouvelles attentes des clientèles dans une logique de performance économique et d'attractivité globale.

En effet, si les territoires administratifs sont légitimes pour assurer le développement touristique et contribuer à son financement, ils n'ont pas toujours une réelle visibilité pour les visiteurs. Il est donc indispensable de travailler sur des **logiques de territoires d'expériences en transcendant les limites administratives des collectivités.** Cette approche doit permettre de rendre l'offre territoriale plus visible et lisible par une promotion rendue plus efficace, de fluidifier le parcours du visiteur et donc d'optimiser l'expérience client et sa satisfaction, **ce nouvel espace ayant vocation à rayonner à l'échelle nationale, voire internationale.**

Cette organisation ne peut s'envisager qu'au travers de **coopérations entre les intercommunalités pour structurer la « destination » touristique au travers d'une stratégie partagée avec les partenaires économiques.** Dans ce contexte, il est nécessaire de sensibiliser les territoires aux enjeux et moyens du développement touristique, puis de les accompagner dans la **définition de leur vocation et de leur stratégie à une échelle pertinente,** garante d'une lisibilité accrue et d'une efficacité économique décuplée. **Ces espaces ad hoc devront engager des actions renforçant leur compétitivité par une offre segmentée attractive répondant aux attentes des visiteurs, créant un avantage comparatif significatif et générant de la valeur ajoutée pour le territoire.**

Outre l'appui au territoire dans la **définition de sa stratégie collective de développement touristique, la Région l'accompagnera dans la mise en œuvre des actions concrètes exprimées au présent contrat qui répondront aux axes prioritaires fixés par la collectivité régionale :** tourisme de mieux-être, de découvertes innovantes des patrimoines, de tourisme de mémoire, et de tourisme d'affaires.

**Cette ambition est l'objet principal de la démarche et du présent contrat de rayonnement touristique.** Par cet outil, la Région et les territoires concernés formalisent la double volonté commune d'engager une dialectique convergente nouvelle de développement et de créer des espaces de rayonnement touristique en capacité de répondre aux défis touristiques de demain pour contribuer ensemble à l'attractivité régionale et au développement économique de la région.

Pour répondre à ces enjeux, la convergence des stratégies locales, la mise en place d'une gouvernance efficace et la mise en cohérence des moyens et initiatives des différents échelons de collectivités concernés sont recherchés.

## **Article 1 – Objet du « Contrat de Rayonnement Touristique »**

Le présent contrat a pour objet de formaliser à l'échelle de l'espace de rayonnement touristique « Chantilly-Senlis », un cadre de partenariat pour assurer le pilotage, l'animation et la mise en œuvre d'une démarche stratégique de développement touristique concerté.

Ce contrat propose :

- un **cadre d'orientations stratégiques** partagé entre les différentes composantes (notamment intercommunales) de l'espace de rayonnement touristique et la Région en s'appuyant sur les caractéristiques du territoire ainsi que sur les priorités régionales ;
- des **modalités de gouvernance** telles que définies et convenues entre les partenaires signataires et la Région Hauts-de-France ;
- **diverses familles d'actions jugées prioritaires** auxquelles la Région est susceptible d'apporter son soutien.

Ce contrat pourra, le cas échéant et si nécessaire, envisager des perspectives plus engageantes de conventionnements complémentaires.

### 1.1. Finalités du partenariat

Le CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE correspond à l'identification d'orientations partagées et à la mise en œuvre d'un plan d'actions opérationnel pluriannuel. Il traduit le point de convergence entre les priorités touristiques retenues par l'ensemble des partenaires.

Le CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE a pour objectif de renforcer la cohérence et la synergie des politiques et interventions publiques en matière de développement touristique sur le territoire concerné par le présent contrat.

Le tourisme est une activité porteuse de développement économique et vecteur d'attractivité permettant de conforter le développement économique d'un territoire. Ainsi, le CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE répond à la volonté de la Région d'accompagner les territoires dans l'animation touristique locale pour contribuer à la construction d'une dynamique de développement touristique. Pour ce faire, il s'agit notamment d'assurer la cohérence et l'articulation des projets et des actions entre les différents niveaux de collectivités et d'organismes territoriaux de tourisme.

### 1.2. Principes du partenariat

Sur la base d'une stratégie de développement touristique partagé et d'un plan d'actions pluriannuel élaborés par le territoire, la Région et les partenaires concernés conviennent de définir chaque année un programme d'actions concerté avec les acteurs touristiques, ainsi qu'un plan de financement prévisionnel correspondant.

La Communauté de Communes Aire Cantilienne, la Communauté de Communes Senlis Sud Oise et la Région Hauts-de-France exercent ensemble la responsabilité du pilotage du CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE. L'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis porte la coordination du CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE. Les Missions d'animation et de pilotage du CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE sont assurées par L'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis. Elles s'inscrivent de fait dans la stratégie et dans la mise en œuvre des programmes d'actions pour les années 2021 à 2022, et participent à la mobilisation des acteurs locaux.

## Article 2 – Présentation de l'Espace de Rayonnement Touristique « Chantilly-Senlis »

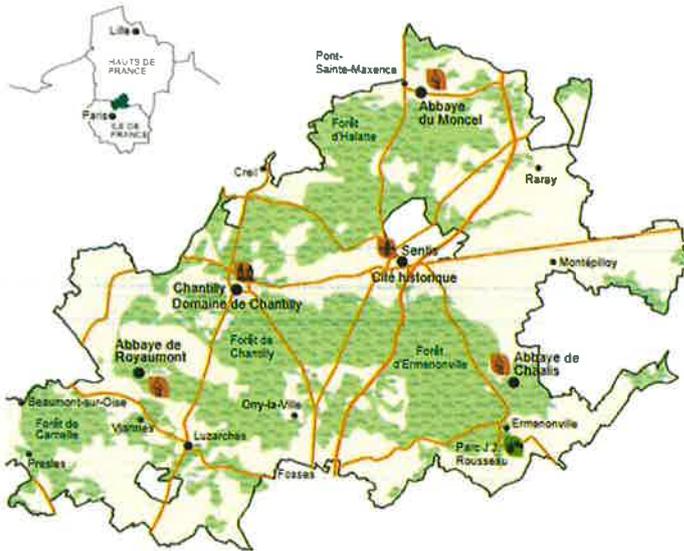
### 2.1. Présentation du territoire

Au sein du département de l'Oise, en région Hauts-de-France, l'Espace de Rayonnement Touristique de Chantilly-Senlis correspond au périmètre couvert par l'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis, composé de deux intercommunalités : la Communauté de Communes Aire Cantilienne et la Communauté de Communes Senlis Sud Oise. Le territoire compte près de 72 000 habitants répartis sur 353 km<sup>2</sup> et fédère 28 communes.

Cf. annexe 1 – L'espace de Rayonnement Touristique de Chantilly-Senlis, cartographie

### Un des fleurons de la ceinture verte de Paris

Situé dans le Parc Naturel Régional Oise-Pays de France, Chantilly-Senlis est LE poumon vert au nord de Paris. Au carrefour des forêts de Chantilly, d'Halatte et d'Ermenonville.



La prédominance des espaces forestiers est frappante. A l'échelle du Parc Naturel Régional Oise-Pays de France, la forêt couvre près de 30 000 hectares. Au-delà de l'Espace de Rayonnement, c'est une trame verte s'étendant du Val d'Oise aux Ardennes.

Les forêts du Parc assurent le lien entre les forêts picardes et les forêts franciliennes. Ces espaces sont essentiels pour la circulation de la flore et de la faune, notamment du cerf élaphe, emblématique du territoire (cf. 3.3 Présentation de la stratégie de marque et du projet du territoire).

Source PNR Oise-Pays de France

La Nature est donc omniprésente. Elle forme le précieux écrin à un patrimoine historique d'exception.

« Une forêt au service des Princes - A partir du 14<sup>e</sup> siècle, les propriétaires successifs du château de Chantilly marquèrent leur volonté d'accroître leur domaine afin de satisfaire leur passion commune pour la chasse à courre (cerfs, chevreuils...). Rattachée au domaine du château et dédiée à la vénerie, la forêt de Chantilly en porte partout la marque : par ses routes forestières rectilignes et ses carrefours en étoiles, conçus par André Le Nôtre à partir de 1669 ; par ses poteaux à ailettes, à la calligraphie originale, permettant de s'orienter ; par sa table de pierre dite de Montgrésin, haut lieu des chasses à courre depuis 1670... ».

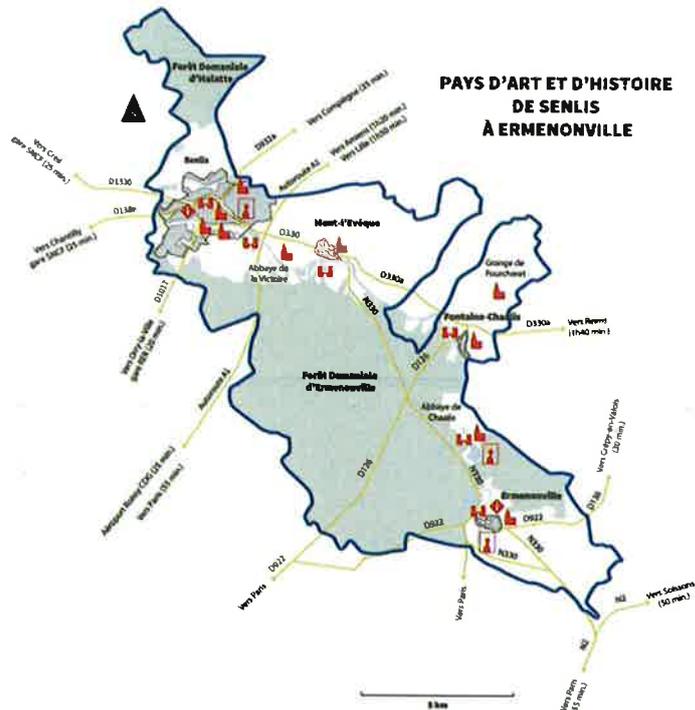
### Une destination relativement complète centrée sur le patrimoine

Occupé depuis le Néolithique, le territoire offre un patrimoine historique et culturel exceptionnel. Châteaux, cité royale, parcs et jardins, musées, édifices religieux, maisons troglodytiques mais aussi circuits de randonnées, équipements de loisirs, spécialités culinaires... tous les ingrédients sont réunis pour répondre aux envies de découverte de chacun.

Ce précieux héritage légué par les princes et les rois au fil des siècles promet aux visiteurs du territoire de Chantilly-Senlis un véritable voyage dans le temps.

Si la tête de proue reste le domaine de Chantilly avec près de 450 000 visiteurs par an, l'une des meilleures illustrations de la richesse exceptionnelle du territoire d'un point de vue architectural et culturel est la cité royale de Senlis, marquée par plus de 2 000 ans d'histoire.

Depuis 2015, la commune de Senlis est intégrée au Pays d'Art et d'Histoire de Senlis à Ermenonville.



Le Pays de Senlis à Ermenonville s'organise autour des pôles patrimoniaux majeurs formés par la cité royale de Senlis et les grands domaines de Chaalis-Ermenonville.

A l'extrémité ouest du pays de la plaine du Valois, Senlis constitue un pôle urbain de près de 17 000 habitants, enserré dans le massif formé par les forêts de Chantilly, d'Halatte et d'Ermenonville. Au-delà de son centre ancien classé Secteur Sauvegardé et de ses remparts gallo-romains et médiévaux, ses faubourgs et hameaux s'étendent le long des principaux axes de communication, témoignant du développement économique de la ville au fil des siècles.

Cf. Annexe 2 : « Focus Ville et Pays d'Art et d'Histoire de Chantilly et de Senlis à Ermenonville ».

Source ville de Senlis

### Une accessibilité remarquable et un bassin de chalandise hors normes



Source Géoportail – Carte de Cassini (XVIIIe siècle), axes routiers, gares ferroviaires et transport aérien.

Avec la présence du troisième pôle récréatif de France après Disney et le Puy du Fou (Parc Astérix plus de 2,5 millions de visiteurs par an), il est incontestable que le tourisme constitue un important levier de développement économique et d'attractivité pour l'Espace de Rayonnement Touristique de Chantilly-Senlis. Ce développement est notamment dû à une accessibilité remarquable et un bassin de chalandise hors norme.

En effet, le territoire se trouve à la croisée d'axes routiers historiques en témoignent les cartographies les plus anciennes. Senlis forme un nœud de voies de communication. C'est un important carrefour routier dès l'Antiquité sur l'ancienne route royale de Paris à Lille et les routes de Meaux à Creil, de Crépy-en-Valois à Chantilly. Au 20e siècle, l'ouverture de l'autoroute A1 et la mise en service de

l'Aéroport Paris-Charles-de-Gaulle en 1974 apportent une conjoncture favorable au développement économique et touristique.

Au-delà des infrastructures de transports, le territoire est aussi aujourd'hui un carrefour d'itinéraires de grandes randonnées (GR 11, GR 12, GR 655) et de grandes routes cyclables (Trans'Oise, Paris-Londres, Eurovéloroute 3 Scandibérique, Amsterdam-Compostelle). Le territoire compte plus de 1 200 km d'itinéraires divers (pédestre, équestre et cyclable).

Autre particularité notable, le territoire jouit d'un bassin de chalandise tout à fait exceptionnel avec des marchés potentiels à 30 minutes de plus de 1,5 millions d'habitants et à 60 minutes, de plus de 11 millions d'habitants.

On peut ainsi qualifier Chantilly-Senlis de destination charnière.

## 2.2. Pertinence de l'Espace de rayonnement

### **Un espace de rayonnement touristique, une évidence pour Chantilly-Senlis**

L'histoire du territoire concourt aux liens entre la Communauté de Communes Aire Cantilienne et la Communauté de Communes Senlis Sud Oise.

Au-delà des différences, c'est surtout la culture d'une vraie complémentarité qui est pratiquée. D'abord en matière de mobilité au regard des infrastructures de transports, avec la gare du côté de Chantilly et l'autoroute du côté de Senlis. Les flux entre ces deux portes d'accès au territoire sont très importants mais des actions d'intermodalité sont à travailler selon les modes de déplacement privilégiés par les clientèles cibles. Puis en matière de culture avec la création d'un Pass Culture offrant des opportunités de multiples découvertes incontournables, insolites ou confidentielles.

### **Un outil commun pour plus d'efficacité en matière de développement touristique**

La coopération touristique entre la Communauté de Communes Aire Cantilienne et la Communauté de Communes Senlis Sud Oise s'est concrétisée avec la création de l'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis en 2019.

Le territoire a d'ailleurs bénéficié à cette occasion d'un accompagnement au changement par la SCET de septembre 2019 à juillet 2020. La mission consistait à piloter le changement, à accompagner les équipes du nouvel Organisme de Gestion des Destinations (OGD) dans toutes les étapes de sa transformation organisationnelle, et à communiquer sur le changement. Cette intervention a été réalisée en deux temps :

- Un temps pour comprendre le changement et conduire la transformation organisationnelle (co-construction de la nouvelle organisation et élaboration du plan d'actions pour le changement)
- Un temps pour mettre en œuvre le changement une fois la transformation organisationnelle actée (analyse des besoins d'évolution des compétences, actualisation des fiches de poste et proposition d'un plan de formation)

Cet outil commun aux deux intercommunalités constitue une réponse opérationnelle adaptée aux enjeux auxquels doit répondre le territoire :

- enjeu de complémentarité et d'équilibre entre les différentes offres du territoire
- enjeu de développement économique et d'attractivité
- enjeu d'animation et de fédération du réseau multi-acteurs
- enjeu de valorisation, de promotion et de commercialisation
- enjeu de partenariats supra-territoriaux

## 2.3. Présentation des axes de coopérations avec les territoires voisins

Conscients que le développement touristique de Chantilly-Senlis passe par le renforcement des relations entre les 2 intercommunalités composant ce territoire mais également par les territoires de proximité, des coopérations se construisent.

### **Une cohérence d'attractivité qui va au-delà des deux intercommunalités**



Source diagnostic touristique – 12/04/2021

La « destination naturelle Sud Oise » trouve son homogénéité au-delà des périmètres communautaires actuels.

Au Nord et à l'Ouest, la « limite naturelle » du territoire est la vallée de l'Oise et elle englobe une partie de la Communauté de Communes du Pays d'Oise et d'Halatte (avec sa forêt).

Au Sud-Est, le Pays d'Art et d'Histoire englobe la commune d'Ermenonville et celle de Fontaine Chaalis (avec l'Abbaye de Chaalis)

Au Sud-Ouest, en Ile de France, avec le pôle de l'Abbaye de Royaumont.

## **Article 3 – Stratégie touristique**

### **3.1. Présentation de la stratégie régionale de développement touristique**

Le 29 juin 2017, les élus du Conseil régional Hauts-de-France réunis en séance plénière ont adopté le cadre stratégique de leur politique en matière de développement touristique.

Cette stratégie privilégie une approche transversale autour de **3 enjeux vecteurs de rayonnement touristique** :

- **La territorialisation de la politique « tourisme »** : un nouveau partenariat avec les territoires pour un tourisme vecteur de développement et d'attractivité du territoire qui s'appuie sur un processus de mise en convergence des territoires par la stratégie ;
- **Le soutien aux projets prioritaires d'investissement touristique** : un nouveau partenariat avec les acteurs et les entrepreneurs pour soutenir le développement et la performance économiques de l'offre touristique ;
- **L'attractivité touristique au service de la stratégie régionale** : le partenariat Région/Agence d'attractivité dans une logique d'action partagée au service de la stratégie partagée d'attractivité des Hauts-de-France.

L'ambition affichée du Conseil régional est de soutenir le développement d'une industrie touristique créatrice d'emplois et vecteur de développement et d'attractivité du territoire au travers d'une nouvelle stratégie d'attractivité et de marques identitaires fortes.

Les enjeux pour les Hauts-de-France sont d'optimiser la performance économique de l'offre (grands projets, équipements, professionnels, ...), de déployer une territorialisation de l'action régionale pour stimuler et améliorer cette offre et de développer une stratégie adaptée aux nouvelles attentes des visiteurs.

Les défis de la territorialisation de la politique tourisme nécessitent de s'inscrire dans le SRADDET, le SRDEII et de s'appuyer sur un dispositif de contractualisation avec les territoires. A cet effet, sachant que la demande des clientèles touristiques s'affranchit des périmètres administratifs et que l'action publique en faveur du développement touristique relève du triptyque Région/Département/Intercommunalités, il convient de traduire cet axiome en démarche partenariale et contractuelle dans une logique d'espaces de rayonnement en partant à la fois :

- des attentes des clientèles tant en termes de destination, comme le littoral, que d'offres : nature, patrimoine, sports & loisirs ;
- des espaces de contractualisation en cours de définition dans le cadre du dispositif régional d'aménagement et d'équilibre des territoires ;
- des territoires organisés autour d'une stratégie touristique établie ou en cours de définition.

Cette démarche a pour objectif de favoriser l'émergence de projets touristiques contribuant à l'attractivité des territoires et répondant aux priorités thématiques d'investissement touristique présentées ci-après. Il s'agit de favoriser le regroupement d'intercommunalités autour d'un **projet collectif et partagé** issu des atouts et des opportunités du territoire.

**La Région Hauts-de-France s'est, par ailleurs, fixée 4 thématiques d'interventions prioritaires :**

- **le tourisme de mémoire ;**
- **le tourisme d'affaires ;**
- **le tourisme de mieux-être ;**
- **le tourisme patrimonial ou de découverte.**

Ces deux démarches doivent permettre de répondre aux objectifs suivants :

- d'optimiser les retombées économiques des visites touristiques en privilégiant un modèle de développement fondé sur la valeur ;
- d'adapter l'offre à la demande et aux nouvelles tendances sociétales des visiteurs de proximité, de voisinage et internationaux ;
- de développer le sentiment et la fierté d'appartenance des habitants des Hauts-de-France à leur nouvelle région ;
- de faire des Hauts-de-France une région attractive ;
- d'accueillir les visiteurs comme des amis et leur faire partager une expérience riche de sens, créatrice d'une relation durable avec la Région.

### 3.2. Diagnostic du territoire

En 2019, le territoire a bénéficié d'une étude visant à définir une stratégie marketing territorial et touristique pour une nouvelle destination « Chantilly-Senlis ». Dans le cadre de cette réflexion, un diagnostic dynamique a été mené. En synthèse, la destination est dite performante, mais perfectible.

- Des facteurs endogènes très favorables à la destination.
- Une offre de destination très dense mais hyper spécialisée et donc fragile.
- Une offre affaire – MICE sur représentée à l'échelle du territoire
- Une capacité d'accueil en hébergement marchand haut de gamme, et qui doit être requalifiée pour garder son niveau de performance.
- Un territoire attractif pour toutes les cibles de clientèle, mais une offre de séjour « grand public » quasi inexistante.
- Un fonctionnement pluri saisonnier positif, et qui peut s'accroître.
- Une organisation territoriale qui se structure.
- Une problématique d'aménagement du territoire à renforcer pour permettre à la nouvelle destination d'exister.

### 3.3 Présentation de la marque touristique du territoire



## **CHANTILLY-SENLIS**

La rencontre de la Nature  
et de l'Histoire

**Incarner, rencontrer, vibrer**

Étant entendu que le positionnement nourrit la communication (marque, discours...), mais doit également orienter l'évolution de l'offre « dans le bon sens », une attention particulière à la dimension « vivre » a été portée : pour répondre pleinement à cette promesse induite dans le positionnement, la scénarisation de l'offre des équipements culturels et/ou ludiques (Parc Astérix), les animations et événements de la destination doivent en effet cultiver la dimension « visiteur acteur », plus que ce n'est fait aujourd'hui ...

Est également à prendre en compte la nécessité, pour permettre aux visiteurs de profiter de Chantilly, de Senlis et de leurs environs, d'améliorer les solutions de mobilité au sein du territoire.

**Une nouvelle dynamique de projet impulsée par un nouveau positionnement : La rencontre de la Nature et de l'Histoire**

Avec 11 M d'habitants à moins d'une heure, le bassin francilien offre un potentiel important d'excursionnistes, voire de touristes de court séjour. La promesse associe la thématique « histoire », intéressant de larges publics (couples actifs et senior, familles classiques, monoparentales, ou recomposées, intergénérationnelles...) à celle du lâcher prise, du ressourcement « culture et nature », qui fait sens auprès de ces publics urbains aspirant à « relâcher la pression ».

L'objectif est d'augmenter les courts séjours, générateurs d'une meilleure contribution économique, mais également d'augmenter le flux des excursionnistes et de tirer le meilleur profit (augmentation des dépenses) de leur visite...

Avec ses 43 millions de séjours touristiques, en hébergement marchand ou non, cette même zone de chalandise à moins d'une heure peut générer d'intéressants flux, notamment d'étrangers, à pouvoir d'achat élevé. Lors d'un séjour à Paris, la destination leur offre en effet l'opportunité, complémentaire, de « respirer » à quelques kilomètres de Paris, « la vraie France provinciale », verte et sereine, au patrimoine exceptionnel.

L'objectif est d'inscrire la destination comme complémentaire de la visite de la capitale, car offrant une expérience différente et singulière. Enfin, les touristes internationaux (principalement de Nord-Europe, en profitant notamment des flux autoroutiers vers le Sud et Paris) constituent une cible auprès de laquelle le patrimoine, l'histoire et l'art de vivre « à la française » constituent, de même que pour les touristes en résidence à Paris, une « accroche » intéressante.

## La promesse : devenir acteur(s) de l'Histoire de France

« A proximité immédiate de Paris, Chantilly, Senlis et leurs environs vous invitent – dans un cadre serein, naturel et authentique – à vivre (seul, en couple, famille, entre amis ou collègues) une étonnante expérience immersive en devenant, l'instant d'un jour ou de quelques jours, acteur(s) de l'Histoire de France ».

### Les promesses par typologie de public

#### Tourisme de loisirs :

- Couple : une destination culturelle et romantique, pour un court séjour dans un cadre enchanteur (Nature et Histoire)
- Famille : une destination où on apprend des choses sur l'Histoire de France en s'amusant (du parc Astérix... au Domaine de Chantilly !)
- Amis : une destination riche sous différents angles, capable de conjuguer les passions de chacun

#### Tourisme d'affaires :

Une destination facile d'accès (Paris, Roissy CdG), associant culture et nature, avec une vaste offre de solutions réceptives adaptées...

### Les cibles prioritaires

#### Cibles géographiques

CIBLES	IMPACT ECONOMIQUE DE LA FREQUENTATION (par visiteurs)	TAILLE DU MARCHÉ POTENTIEL	INTERET POUR LA DESTINATION	PRIORITE
Résidents et proximité (à 30 mn)	Faible	1 522 000 habitants	Clientèle captive de proximité > Fréquentation récurrente > Ambassadeurs relais d'information	3
Excursionnistes Résidents (à 60 mn)	Moyen	11 373 000 habitants	Clientèle parisienne / francilienne > Consommation sur place (restaurants, shopping) > Possible à fidéliser toutes saisons (valoriser facilité d'accès, les événements...) > Cible prescriptrice / amis, famille en hébergement non marchand, sorties du WE > Potentiels courts séjours pro (séminaires) ou personnel (ex : WE romantique, fêtes familiales)	1
Excursionnistes touristiques en séjour à Paris ou Ile de France (à 60 mn)	Moyen +	43 M de séjours 161 M de nuitées	Clientèle nationale / internationale > Consommation sur place ( restaurants, shopping) > Relais de notoriété en national et international > Toutes saisons > Potentiel de renouvellement de visite en courts séjours pro ou perso	1
Touristes courts séjours	Fort	France ( dont IdF) Belgique, Luxembourg... Europe	Clientèle affaires (semaine) et loisirs (week-end) > Utilisation des hébergements et restauration > Clientèle aisée (affaires, week-end, lâcher-prise...) > Relais de notoriété pour la destination > Permet de créer des séjours à thème, et de drainer le territoire plus en profondeur	2

#### Cibles fonctionnelles

CIBLES	IMPACT ECONOMIQUE DE LA FREQUENTATION (par visiteurs)	TAILLE DU MARCHÉ POTENTIEL	INTERET POUR LA DESTINATION	PRIORITE
Affaires Séminaires, journées d'études, ect	Fort	Marché « plénoissant » De + en + concurrentiel en IdF	> Fréquentation à l'année > Structures hôtelière adaptées > Occasion de découverte pour une clientèle plutôt aisée, peuvent revenir à titre personnel	1
Patrimoine et culture	Moyen	Marché large et stable « valeur sûre »	> Fréquentation à l'année > Clientèle cultivée, prescriptrice > +/- consommatrice ?	1
Sportifs et amateur/spectateurs de sport	Moyen +	Marchés de niche, élitistes	> Fréquentation à l'année > Clientèle aisée (golf, cheval, polo, vélo...) > Sports « à valeurs ajoutées » (prix) > Pratique ou spectateur > Compétitions médiatisées = notoriété, image (JO)	3
Événementiel	Moyen	Selon politique de programmation	> Fréquentation ponctuelle (Prix de Diane, Jumping...) > Flux importants > Médiation (nom, image)	2
Groupe autocaristes	Faible	Stagnation captif	> Restauration > Avant et après-saison > Occasion de découverte	3
Parcs récréatifs	Fort	En développement	> Attractif familles avec enfants > Hébergement, restauration, shopping > Opportunité de promotion touristique du territoire	2

## **Article 4 – Plan d'actions pluriannuel**

### **4.1. Modalités de sélection des actions**

Il est convenu entre la Région, la Communauté de Communes Aire Cantilienne, la Communauté de Communes Senlis Sud Oise et l'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis, qui co-exercent le pilotage stratégique du présent Contrat de Rayonnement Touristique, que le territoire présentera le plan d'actions pour l'année à venir. Celui-ci fera l'objet d'une analyse par les services de la Région afin d'envisager et d'optimiser les possibilités de financement pour la mise en œuvre des actions.

Les actions seront issues du programme d'actions exposé ci-dessous, permettant de répondre au présent contrat.

### **4.2 Élaboration du plan d'actions**

L'ambition première du plan d'actions présenté ci-après vise à initier des projets structurants et transversaux pour un développement vertueux du tourisme au sein de l'Espace de Rayonnement de Chantilly-Senlis. En effet, le présent contrat couvrant la période 2021-2022, il est essentiel de souligner que les enjeux et objectifs de ces actions seront tenus à plus long terme et mise en œuvre par phases successives.

#### **Un tourisme patrimonial ou de découverte qui se vit : incarner, rencontrer et vibrer en tant qu'acteur(s) de l'Histoire de France**

> Affirmer la stratégie événementielle du territoire en renforçant des événements existants comme le Rocher des Trésors sur Chantilly et en proposant un scénario événementiel d'envergure pour tout le territoire.

> Renouveler l'offre touristique notamment par la création d'un parcours scénographique immersif ayant pour thématique : « Voyage au temps des premiers rois de France » avec une dizaine de sites répartis dans le centre historique de la ville Senlis.

> Doter l'Office de Tourisme d'une mission de formation et d'éducation dans le but de répondre à un important besoin de guides de qualité, acteurs du territoire (formation ouverte aux habitants). Cette action répond notamment à la mission d'éducation et de sensibilisation aux patrimoines du label « Ville et Pays d'Art et d'Histoire ». Elle nécessite la création d'un poste dédié au sein de l'équipe permanente de l'Office de Tourisme. En effet, d'une part un important travail d'animation du territoire doit être réalisé afin d'identifier, d'accompagner et de former les habitants passionnés, volontaires et bénévoles pour faire visiter le territoire. Concrètement, il s'agirait de déployer un plan de formation et d'éducation ouvert aux habitants. Les avantages d'une plus grande participation des habitants dans le développement touristique de leur territoire sont nombreux : « reporting » (relais d'information entre l'offre et la demande), développement de la notoriété et de l'attractivité, réseau d'ambassadeurs mobilisable, expériences de découverte et de partage plus authentique. D'autre part, quand les « greeters » sont adaptés aux demandes individuels et ponctuels, les guides diplômés sont complémentaires afin de répondre aux demandes de groupes organisés et de visites thématiques pour des publics avisés en recherche d'une connaissance « plus scientifique ». La possibilité pour l'Office de Tourisme de Chantilly-Senlis de délivrer directement la carte professionnelle de guide-conférencier n'étant pas envisageable, il serait néanmoins pertinent de développer un partenariat avec une université locale conférant le grade de master et proposant les unités d'enseignement « compétences des guides-conférenciers », « mise en situation et pratique professionnelle », « langue vivante autre que le français ». Les titulaires du diplôme pourraient ensuite bénéficier d'offres professionnelles au sein de l'Office de Tourisme (selon ses besoins) sur la base de contrat d'un an répondant aux critères de médiation orale des patrimoines. **Un tourisme de mieux-être où la forêt tiendrait le premier rôle : valoriser, sensibiliser et préserver en tant qu'éco-citoyen(s) de la Nature**

> Mener une étude d'opportunité et de programmation pour la mise en œuvre d'un itinéraire de découverte de la forêt en hauteur (au niveau de la canopée). Cette action doit être mise en lien, entre autres, avec le Festival des Forêts et les actions menées sur la thématique « forêt » par les territoires partenaires comme celui de Compiègne et du PNR Oise-Pays de France.

#### **Un tourisme d'affaire « hors sol » davantage ancré sur le territoire : initier, inciter et inviter en tant que socio-professionnel(s) acteur(s) de la destination**

> Augmenter la part des « repeaters » et développer le court séjour grâce à des offres packagées selon les profils cibles « affaires ».

> Dynamiser et fédérer en priorité le réseau des hébergeurs afin de les inscrire dans une ambition partagée. Une dynamique est en cours sur le territoire pour créer un bureau/plateforme des acteurs du tourisme d'affaire et de l'événementiel (ex « Very Chantilly »). Cette dernière mérite des actions d'approfondissement en matière de gouvernance, d'animation et de déploiement.

### **Engager la digitalisation (process de réservation et paiement en ligne) des activités de découvertes et de visites**

Les comportements et attentes issus ou accélérés par la crise sanitaire (Comportements : explosion du tourisme de proximité / hyper last minute / généralisation de la réservation en ligne – Attentes : recherche d'activités de pleine nature, de découvertes / demande forte de produits d'itinérance douce...) ont un impact considérable sur l'Office de Tourisme qui est sur-sollicité par les visiteurs :

- Demandes fortes de visites et d'activités
- Conseils avisés sur l'itinérance, les circuits

C'est probablement une tendance de fond, qui nécessite donc des réponses fortes afin de dématérialiser le cycle des réservations et du paiement afin de réaffecter le personnel de l'Office de Tourisme sur des dossiers et demandes ultra personnalisées, à forte valeur ajoutée nécessitant une intermédiation forte.

L'objectif est donc :

- D'intégrer une solution numérique permettant de gérer les réservations d'activités et de visites depuis les disponibilités jusqu'au paiement en ligne
- Et de la déployer sur le territoire au niveau de l'offre à dimension conduite du changement car nécessité de changer complètement les modes de gestion de son activité

### **Vers une activité touristique moins cloisonnée, plus structurée et professionnalisée**

> Améliorer les mobilités et la répartition des flux en prenant notamment en compte le besoin et les attentes des clientèles, et plus spécifiquement aux volets « accéder » et « parcourir ». L'étude de 2019 « Stratégie marketing territorial et touristique » a révélé des points d'amélioration car actuellement le parcours client ne favorise par les retombées économiques touristiques, accentue la fragilité des sites de visites périphériques, renforce le caractère « hors sol » ou la culture de « l'entre soi » de certaines offres> Mettre en valeur les autres destinations touristiques voisines et partenaires dans un souci de complémentarité mais également dans une logique de parcours client.

> Engager le territoire dans une démarche de développement dont l'esprit est celui d'une « destination touristique intelligente » dans le but principal d'acquiescer une meilleure efficacité entre l'offre et la demande touristiques. Autrement dit, le tourisme étant l'un des secteurs les plus touchés par la révolution numérique (plateforme de réservation, GRC, communication digitale, etc.), il est logique que la démarche de développement « smart tourism destination » devienne un enjeu d'avenir majeur. La clé de voûte se trouve dans la définition et le développement d'un système qui permettra « d'améliorer l'expérience touristique et l'efficacité de la gestion des ressources afin de maximiser la compétitivité de la destination et la satisfaction des consommateurs tout en démontrant la durabilité sur une période prolongée » (Buhalis et Amaranggana – 2013).

En matière de financement, celui-ci se veut équitable afin de préserver l'équilibre des territoires.

Les ressources propres à Chantilly-Senlis sont de 3 ordres :

- Publiques
- Privées et sponsoring
- Billetterie de l'Office de Tourisme

Un cadre de financement doit donc être défini à toutes les échelles, allant du local au niveau européen en passant par le Département et la Région.

#### 4.3 Modalités d'évaluation des actions

### **Objectifs de communication**

Suite à l'étude menée en 2019 (précitée ci-dessus), pour construire un véritable dispositif d'évaluation et poser des objectifs quantifiés à court, moyen ou long terme, il convient d'avoir des données objectives « au jour d'aujourd'hui » (point zéro). En l'absence d'études quantitatives existantes et annualisées, il a été recommandé la mise en place d'un observatoire, avec des données (notoriété, image, incitation, fréquentation) constituant un « baromètre », de façon à suivre l'évolution de ces données dans le temps.

**Les objectifs :**

- Progresser en notoriété spontanée/présence à l'esprit des publics-cibles (quanti)  
*Indicateur : étude baromètre notoriété*
- Augmenter le volume de la visibilité générée dans les médias et sur les réseaux sociaux (quanti) et en qualifier les contenus (quali) pour « coller » à l'image recherchée (positionnement)  
*Indicateurs : monitoring press-book (titres de presse, nombre d'articles, thèmes traités, avis émis par les journalistes...) et étude de type e-réputation, idéalement selon la méthodologie TCI Research menée lors du diagnostic, afin de mesurer régulièrement ces progressions à intervalle régulier (tous les trois ans, par exemple)*
- Renforcer le rôle de l'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis en matière de promotion et d'information  
*Indicateurs : fréquentation du site Internet, audience des réseaux sociaux, taux d'engagement ...*

La création d'une cellule d'observation touristique au sein de l'Office de Tourisme doit être étudiée en considérant l'ensemble des scénarios possibles :

- Renforcement des partenariats (Comité Régional du Tourisme et des Congrès des Hauts-de-France, Oise Tourisme, Office du Tourisme et des Congrès de Paris, Office de Tourisme Grand Roissy, etc.) et ainsi bénéficier des outils d'observation développer aux divers échelons territoriaux.
- Appel à une prestation externalisée auprès d'un bureau d'étude spécialisé en analyse touristique offrant des solutions sur mesure en matière d'observation des flux, de rendements, de comportements et de satisfactions clients.
- Mission confiée en interne avec la possible nécessité de créer un poste au regard des plans de charge de l'effectif actuel de l'Office de Tourisme,

**Finalité : augmenter...**

Le volume de fréquentation « loisirs » de la destination :

- en maintenant parallèlement la fréquentation des clientèles affaires « MICE »
- en conjuguant conquête (nouveaux visiteurs) et fidélisation (repeaters) des clientèles loisirs
- en exploitant mieux le flux de visiteurs MICE (« bleisure » + revisite en famille)

Le pourcentage des courts séjours, financièrement plus contributifs en maintenant le volume d'excursionnistes et en augmentant celui des touristes.

Le rayon d'influence et d'attractivité :

- En France
- À l'international

**Article 5 – Gouvernance et ingénierie au service de la mise en œuvre du contrat****5.1. Comité politique de pilotage**

Le Comité politique de pilotage assurera la gouvernance locale du Contrat de Rayonnement Touristique. Il sera co-présidé par le Conseil Régional des Hauts-de-France, le CRT des Hauts de France, Oise Tourisme, la Communauté de Communes Aire Cantilienne, la Communauté de Communes Senlis Sud Oise et l'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis. Il sera ainsi composé des signataires du présent contrat et se réunira au moins 1 fois par an.

**5.2. Comité de suivi technique**

Le Comité de suivi technique sera co-animé par la Communauté de Communes Aire Cantilienne, la Communauté de Communes Senlis Sud Oise et l'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis. Il sera composé des référents techniques des structures signataires du présent contrat et ouvert, si nécessaire, aux partenaires et acteurs concernés par sa mise en œuvre. La fréquence, le calendrier et l'ordre du jour du Comité de suivi technique sera déterminé conjointement par les 3 membres du comité, l'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis étant le coordinateur de la démarche.

**5.3. Mise en œuvre opérationnelle**

Le suivi quotidien du Contrat de Rayonnement Touristique sera assuré par une équipe projet locale associant les services de l'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis, la Communauté de Communes Aire Cantilienne et la Communauté de Communes Senlis Sud Oise, fonction des

ressources humaines et financières disponibles de l'Office de Tourisme Intercommunautaire de Chantilly-Senlis.

#### 5.4 Cellule d'observation touristique

L'Espace de Rayonnement Touristique du présent contrat utilisera les données de veille et d'observation tendancielle touristique de Oise Tourisme et du Comité Régional du Tourisme et des Congrès des Hauts-de-France pour définir sa stratégie touristique. Oise Tourisme fournira les données relatives à l'offre du territoire et sa fréquentation.

### **Article 6 – Durée du contrat**

Le présent contrat entre en vigueur à signature et à compter de sa réception par la Région. Il couvre la période 2021-2022 et engage l'ensemble des signataires.

### **Article 7 – Communication**

Les partenaires signataires et la Région assureront une communication régulière concernant les actions issues de ce contrat.

Dans ce cadre, elles s'engagent à :

- signaler leur soutien mutuel dans les actions de communication et sur les supports,
- se faire le relais de la démarche dans leurs publications internes.

En outre, tout projet de communication lié aux actions s'inscrivant dans les objectifs soutenus en commun par la Région et les partenaires signataires, doit respecter les chartes graphiques respectives, et les lois en vigueur, notamment les dispositions du code électoral.

Les partenaires signataires s'engagent à faire mention du présent partenariat dans le cadre des décisions prises en application du présent contrat.

### **Article 9 – Révision du contrat – Admission - Retrait**

Le présent contrat pourra faire l'objet d'une révision à mi-parcours sur la base d'un bilan quantitatif et qualitatif de la mise en œuvre de la démarche.

Par ailleurs, tout partenaire de l'espace de rayonnement et signataire du présent contrat peut intégrer ou se retirer de celui-ci par transmission d'une demande écrite par lettre recommandée avec accusé de réception acceptée par l'ensemble des partenaires. Un avenant à ce présent contrat sera réalisé à cet effet.

### **Article 10 – Litiges**

En cas de contestation de la mise en œuvre du présent contrat, et à défaut d'accord amiable entre les parties, le différend sera porté devant la juridiction compétente.

Fait à XXXXX

Le XX/XX/XX

<p>Pour la Région Hauts-de-France Le Président</p>	<p>Pour la Communauté de Communes Aire Cantilienne, Le Président</p>
<p>Xavier BERTRAND</p>	<p>François DESHAYES</p>
<p>Pour la Communauté de Communes Senlis Sud Oise, Le Président</p>	<p>Oise Tourisme, La Présidente</p>
<p>Guillaume MARECHAL</p>	<p>Brigitte LEFEBVRE</p>
<p>Le Comité Régional du Tourisme et des Congrès des Hauts de France, Le Président</p>	<p>Pour l'Office de Tourisme intercommunautaire de Chantilly-Senlis, Le Président</p>
	<p>Frédéric NANCEL</p>

---



Envoyé en préfecture le 07/10/2021

Reçu en préfecture le 07/10/2021

Affiché le 07/10/2021

The logo for the SLOW movement, featuring the word "SLOW" in a stylized, blue, italicized font.

ID : 060-200066975-20210923-2021CC04054-DE

**ANNEXE 2 – « Focus le Pays d'Art et d'Histoire de Senlis à Ermenonville ».**