

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS

du Conseil Communautaire du mardi 29 septembre 2026

Convocation
Date : 23/09/2026
Affichée ou mise en
ligne le : 23/09/2026

Délibération n°
159-CC290926

Nombre de Membres :

- En exercice : 44
- Présents : 27
- Pouvoirs : 13
- Votants : 40
- Absents : 4

Résultats :

- Pour : 40
- Contre : 0
- Abstention : 0

Liste des délibérations
Affichée ou mise en
ligne le : 30/09/2026

Délibération mise en
ligne sur le site internet
de la CCSSO le :

07 OCT. 2026

AUTORISATION DE SIGNATURE DU CONTRAT DE DESTINATION TOURISTIQUE

L'an deux mille vingt-six, le mardi 29 septembre, à vingt heures, les membres du Conseil Communautaire de la Communauté de Communes Senlis Sud Oise se sont réunis à la Salle Polyvalente « Jean Ruby » - Infrastructure sports et loisirs - 5 route de Nanteuil - 60300 Mont-l'Évêque, sous la présidence de Monsieur Alain BATTAGLIA, Président, en session ordinaire, après avoir été convoqués le mercredi 23 septembre 2026, conformément aux dispositions de l'article L.5211-11 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Président de séance : Monsieur BATTAGLIA Alain
Secrétaire de séance : Madame CARDOËN Catherine

Siégeaient au Conseil Communautaire :

Monsieur ACCIAI Maxime	Madame HERBET Cécile
Madame ALVES Eugénie	Madame HINQUE Sarah
Madame ANDRE-ROMAGNY Agnès	Madame JAUNET Christel
Monsieur BATTAGLIA Alain	Monsieur LAINÉ Patrice
Madame CARDOËN Catherine	Monsieur LAPIE Dominique
Madame CARVENNEC Anne	Monsieur LHOYER Denis
Monsieur de LA BÉDOYÈRE Emmanuel	Madame LOISELEUR Pascale
Monsieur DELAMARE Jacques	Madame LOZANO Stéphanie
Monsieur DERYCKE Xavier	Madame MATHIAULT Pascale
Monsieur DUMOULIN François	Monsieur MEDIONI Régis
Madame ESTARDIER Maya	Monsieur PAIGNEAU Bertrand
Monsieur GAUDION Philippe	Monsieur PATRIA Alexis
Monsieur GRANZIERA Gilles	Monsieur TACCONE André
Madame HECQUET Sonia	

Ont donné pouvoir :

Madame AMMOUN-BOURDELAS Malvina à Madame LOISELEUR Pascale
Madame BALOSSIER Françoise à Madame HINQUE Sarah
Monsieur BERTINATTI Joël à Madame CARVENNEC Anne
Monsieur BLOT Laurent à Monsieur PATRIA Alexis
Monsieur FRACHON Hugues à Monsieur DERYCKE Xavier
Monsieur GUGLIERI Mathieu Monsieur GRANZIERA Gilles
Madame LAOUAMER Wassila à Madame LOZANO Stéphanie
Monsieur MARÉCHAL Guillaume à Monsieur LAINÉ Patrice
Monsieur MOREIGNEAUX-COUDOURNAC Wolfgang à Madame MATHIAULT Pascale
Monsieur NOIRTIN Guillaume à Monsieur GAUDION Philippe
Madame TAQUET Florence à Madame ALVES Eugénie
Madame TONDELLIER Viviane à Monsieur ACCIAI Maxime
Madame TRACA Carole à Monsieur BATTAGLIA Alain

Ne siégeait pas au Conseil Communautaire mais était représenté par son suppléant :

Néant

Étaient absents :

Monsieur DELAYEN Cédric
Monsieur MÉNAND-CHAMBON Maximilien
Monsieur ROLAND Dimitri
Monsieur SICARD Bruno

Le Président de séance vérifie les conditions de quorum : 27 présents et 13 pouvoirs.
Il constate que celui-ci est atteint et procède donc à l'examen de la question.

EXPOSÉ DES MOTIFS

(Annexe jointe)

Madame la Vice-Présidente expose aux membres du Conseil Communautaire que,

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 cadre, la mise en place d'une politique de développement touristique efficace à l'échelle régionale est liée à la capacité des collectivités à travailler ensemble.

Depuis 2017, 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 attentes des clientèles dans une logique de performance économique et d'attractivité globale.

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. Cette approche rend l'offre plus visible et lisible, fluidifie le parcours du visiteur, optimise l'expérience client et transforme les territoires en destinations dotées des atouts nécessaires à leur attractivité.

Cette ambition est l'objet principal du présent contrat de destination touristique. Par cet outil, la Région, Hauts-de-France Tourisme et les territoires concernés formalisent la volonté commune d'engager une dynamique convergente de développement touristique et de prendre des engagements réciproques pour répondre aux défis de demain.

Le présent contrat formalise, à l'échelle de la destination Chantilly-Senlis, un cadre de partenariat, pour assurer le pilotage, l'animation et la mise en œuvre d'une démarche stratégique de développement touristique partagé.

Pour répondre à ces enjeux, sont recherchées : une approche méthodologique partagée, la convergence des stratégies, la définition de priorités d'actions lisibles, la mise en place d'une gouvernance efficace et la mise en cohérence des moyens des différents échelons de collectivités et d'organismes gestionnaires.

Paraphes	
	

Le contrat de destination touristique correspond à l'identification d'orientations partagées et à la mise en œuvre d'un plan d'actions opérationnel pluriannuel (2026-2027). Il traduit le point de convergence entre les priorités touristiques retenues par l'ensemble des partenaires.

Il a pour objectif de renforcer la cohérence et la synergie des politiques et interventions publiques en matière de développement touristique sur le territoire concerné.

Le présent contrat s'inscrit dans la continuité du Contrat de Rayonnement Touristique. Il vise à doter la destination Chantilly-Senlis d'un cadre stratégique et opérationnel reconnu par la Région et par l'ensemble des partenaires signataires. Il constitue à la fois un outil de lisibilité touristique et un instrument de développement économique.

Il doit permettre aux organismes financeurs d'évaluer la pertinence des projets proposés et de soutenir ceux qui renforcent les priorités identifiées de la destination.

Dans l'esprit des Contrats de Destination Touristique de la Région Hauts-de-France, il vise notamment à faire évoluer la destination d'un tourisme majoritairement à la journée vers des séjours plus longs, à renforcer les marqueurs identitaires, à structurer une mise en marché opérationnelle et à intégrer les enjeux de transition (tourisme durable, sobriété, REV3).

Après avoir entendu l'exposé,

LES MEMBRES DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE

Vu le code général des collectivités territoriales (C.G.C.T.), et notamment l'article L-1111-4 ;

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 l'arrêté préfectoral en date du 21 octobre 2025 portant modification des statuts de la Communauté de Communes Senlis Sud Oise ;

Vu le Règlement Intérieur de la Communauté de Communes Senlis Sud Oise ;

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

Vu la compétence obligatoire, en matière de développement économique : actions de développement économique dans les conditions prévues à l'article L. 4251-17 du CGCT ; création, aménagement, entretien et gestion de zones d'activité industrielle, commerciale, tertiaire, artisanale, touristique, portuaire ou aéroportuaire ; politique locale du commerce et soutien aux activités commerciales d'intérêt communautaire ;

Vu la délibération 2019-CC-04-076 prenant acte de la fusion des deux offices de tourisme Chantilly et Senlis ;

Vu la délibération 81-CC211223 pour la signature de la convention tripartite d'objectifs et de moyens de l'Office de Tourisme Chantilly-Senlis ;

Vu la délibération 2021-CC-05-064 pour la signature de la convention de rayonnement touristique ;

Considérant les actions tourisme et promotion du territoire exercée par la Communauté de communes Senlis Sud Oise dans le cadre de la compétence développement économique ;

Paraphes	
	

Considérant l'avis favorable de la commission communautaire Développement économique et attractivité du Territoire du 8 septembre 2026 ;

Considérant la nécessité de signer la proposition de contrat de destination touristique présentée ;

Considérant la nécessité du parallélisme des formes entre toutes les parties prenantes ;

DÉCIDENT A L'UNANIMITÉ

ARTICLE 1 : D'APPROUVER les objectifs et principes d'action proposés entre l'Office de Tourisme et la Région Hauts de France concernant le contrat de destination touristique 2026-2027 ;

ARTICLE 2 : D'AUTORISER Monsieur le Président ou son représentant à signer avec le Président de la Région Hauts-de-France ou son représentant, le Contrat de destination touristique, annexé à la présente délibération ;

ARTICLE 3 : D'AUTORISER Monsieur le Président de la Communauté de Communes Senlis Sud Oise, ou son représentant, à signer le contrat annexé ainsi que les actes nécessaires à l'exécution de la présente délibération.

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

Certifié exécutoire compte tenu de la transmission

En Sous-Préfecture le : 07 OCT. 2026

De la publication sur le site internet de la CCSSO : 07 OCT. 2026

Fait à Senlis, le 07 OCT. 2026

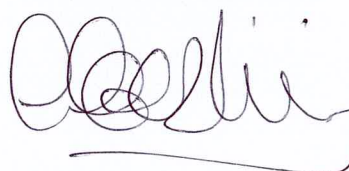
Alain BATTAGLIA



Président de la Communauté
de Communes Senlis Sud Oise



Catherine CARDOËN



Secrétaire de séance

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours pour excès de pouvoir devant le Tribunal Administratif d'Amiens, 14 rue Lemerchier, CS 81114, 80011 Amiens Cedex 01 dans un délai de deux (2) mois à compter de date à laquelle elle est devenue exécutoire. Le Tribunal Administratif peut être également saisi via l'application informatique télerecours citoyen accessible par le biais du site www.telerecours.fr

Envoyé en préfecture le 07/10/2026

Reçu en préfecture le 07/10/2026

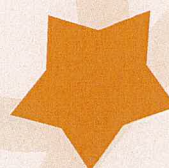
Publié le 07/10/2026

ID : 060-200066975-20261007-159_CC290926-DE

S²LOW

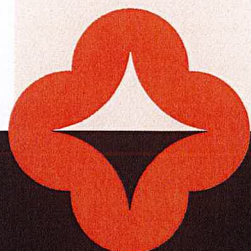


CHANTILLY-SENLIS



CONTRAT DE DESTINATION TOURISTIQUE

2026-2027



Hauts-de-France
Tourisme



**OFFICE
DE TOURISME**
CHANTILLY-SENLIS

SOMMAIRE



3	Contrat de destination touristique /
4	Préambule / Vers une 4 ^e révolution touristique La 3 ^e Révolution Industrielle (REV3) en Hauts-de-France La stratégie régionale de territorialisation de la politique touristique
5	Article 1 / Objet du Contrat de Destination Touristique
6	Article 2 / Présentation de la Destination Chantilly-Senlis
7	Article 3 / Ambitions et axes opérationnels de la Région et de la destination 3.1 Stratégie de développement touristique et marketing 3.2 Les axes opérationnels de développement de la destination
17	Article 4 / Engagements réciproques des signataires 4.1 Une sélection commune des actions à soutenir 4.2 Engagement de la destination 4.3 Engagement de Hauts-de-France Tourisme 4.4 Engagement de la Région 4.5 Engagement de Oise Tourisme
18	Article 5 / Gouvernance et ingénierie 5.1 Comité politique de pilotage 5.2 Comité de suivi technique 5.3 Cadre d'appréciation des projets
20	Article 6 / Évaluation et indicateurs de performance
20	Article 7 / Durée du contrat
20	Article 8 / Communication
21	Article 9 / Révision, admission, retrait
21	Article 10 / Litiges
21	Signatures /
22	Annexes / Annexe 1 – Cartographie de la destination Annexe 2 – Analyse VER de la destination Annexe 3 – Acteurs impliqués dans la mise en œuvre Annexe 4 – Personnes chargées de l'animation et de la mise en œuvre Annexe 5 – Modalités d'intervention de la Région

CONTRAT DE DESTINATION TOURISTIQUE

Destination Chantilly-Senlis — 2026-2027



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.131-10,

Vu la loi n°2015-991 du 7 août 2015 portant Nouvelle Organisation territoriale de la République (NOTRe),

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°2023.01252 du Conseil régional du 5 octobre 2023 adoptant le règlement budgétaire et financier,

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°2022.01210 du Conseil régional du 23 juin 2022 adoptant la Feuille de route 2022/2027 Rev3, transformons les Hauts-de-France,

Vu la délibération n°2022.01821 du conseil régional du 8 décembre 2022 adoptant le Schéma Régional de Développement Économique, d'Innovation et d'Internationalisation,

Vu la délibération n°2024.00283 du Conseil régional du 8 février 2024 relative à l'organisation de la transition des contrats de rayonnement vers les contrats de destination touristique,

Vu la candidature présentée par les partenaires de la destination Chantilly-Senlis,

Vu la délibération du Conseil d'Administration de l'Office de Tourisme Chantilly-Senlis en date du 23 septembre 2026,

Vu la délibération de la Communauté de Communes Senlis Sud Oise en date du 29 septembre 2026,

Vu la délibération de la Communauté de Communes de l'Aire Cantilienne en date du 30 septembre 2026,

Vu la délibération de la Commission permanente du Conseil régional en date du 15 octobre 2026 autorisant le président à signer le présent contrat de destination 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 »,

Hauts-de-France Tourisme, dont le siège est à Amiens (80000), 3, rue Vincent Auriol, représenté par le Président, Monsieur Daniel FASQUELLE,

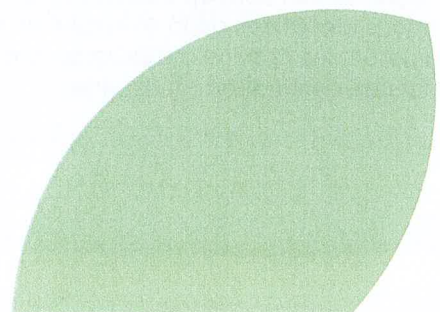
Et d'une part,

- ❖ **La Communauté de Communes de l'Aire Cantilienne**
- ❖ **La Communauté de Communes Senlis Sud Oise**

Et d'autre part,

- ❖ **L'Office de Tourisme Chantilly-Senlis**

Il est convenu ce qui suit.



PRÉAMBULE



Vers une 4^e révolution touristique

La 1^{re} révolution touristique correspond à l'invention du tourisme en Europe à la fin du XVIII^e siècle. À cette époque, le voyage est une quête philosophique pratiquée par les élites cultivées ou par des pèlerins et des prêtres. Ces populations ont en commun une idée simple : voyager pour découvrir.

La 2^e révolution touristique a été celle de la démocratisation du tourisme, amorcée un siècle plus tard et qui s'épanouit à partir des années 1950.

La 3^e révolution touristique est celle de la mondialisation effective d'un tourisme en croissance exponentielle, avec l'essor des classes moyennes et l'apparition des compagnies low cost. La mise en tourisme devient totale.

La 4^e révolution touristique pose un nouvel enjeu : réinventer sans détruire. Elle est inhérente à de profondes mutations économiques, sociologiques, numériques et écologiques, avec une attention particulière portée au tourisme durable.

La 3^e Révolution Industrielle (REV3) en Hauts-de-France

Dans un contexte de transformations structurelles et conjoncturelles mondiales toujours plus difficiles à prévoir, les Hauts-de-France se transforment pour capter les opportunités liées aux transitions :

- ❖ **La transition énergétique** : choisir les sources d'énergie les moins émettrices de gaz à effet de serre et les plus renouvelables.
- ❖ **La transition écologique** : viser la sobriété et l'efficacité dans l'usage des ressources.
- ❖ **La transformation numérique** : repenser ses processus de production et de vente à l'aube du digital.
- ❖ **La transformation des modes de consommation** : repenser l'usage des produits, leur fabrication et leur fin de vie.

Ces opportunités correspondent pleinement aux mutations identifiées de la 4^e révolution du tourisme et guideront les actions mises en œuvre dans les contrats de destination touristique.

”

La 4^e révolution touristique pose un nouvel enjeu : réinventer sans détruire.

La stratégie régionale de territorialisation de la politique touristique

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 cadre, la mise en place d'une politique de développement touristique efficace à l'échelle régionale est liée à la capacité des collectivités à travailler ensemble.

Depuis 2017, 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 attentes des clientèles dans une logique de performance économique et d'attractivité globale.

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. Cette approche rend l'offre plus visible et lisible, fluidifie le parcours du visiteur, optimise l'expérience client et transforme les territoires en destinations dotées des atouts nécessaires à leur attractivité.

Cette ambition est l'objet principal du présent contrat de destination touristique. Par cet outil, la Région, Hauts-de-France Tourisme et les territoires concernés formalisent la volonté commune d'**engager une dynamique convergente de développement touristique** et de prendre des engagements réciproques pour répondre aux défis de demain.

Article 1

OBJET DU CONTRAT DE DESTINATION TOURISTIQUE



Le présent contrat formalise, à l'échelle de la destination Chantilly-Senlis, un cadre de partenariat pour assurer le pilotage, l'animation et la mise en œuvre d'une démarche stratégique de développement touristique partagé.

Pour répondre à ces enjeux sont recherchées : une approche méthodologique partagée, la convergence des stratégies, la définition de priorités d'actions lisibles, la mise en place d'une gouvernance efficace et la mise en cohérence des moyens des différents échelons de collectivités et d'organismes gestionnaires.

Le Contrat de Destination 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.

Il a pour objectif de **renforcer la cohérence et la synergie** des politiques et interventions publiques en matière de développement touristique sur le territoire concerné.

Le présent contrat s'inscrit dans la continuité du Contrat de Rayonnement Touristique. Il vise à doter la destination Chantilly-Senlis d'un cadre stratégique et opérationnel reconnu par la Région et par l'ensemble des partenaires signataires. Il constitue à la fois un outil de lisibilité touristique et un instrument de développement économique.

Il doit permettre aux organismes financeurs d'évaluer la pertinence des projets proposés et de soutenir ceux qui renforcent les priorités identifiées de la destination.

Dans l'esprit des Contrats de Destination Touristique de la Région Hauts-de-France, il vise notamment à faire évoluer la destination d'un tourisme majoritairement à la journée vers des séjours plus longs, à renforcer les marqueurs identitaires, à structurer une mise en marché opérationnelle et à intégrer les enjeux de transition (tourisme durable, sobriété, REV3).

Article 2

PRÉSENTATION DE LA DESTINATION CHANTILLY-SENLIS



Au sein du département de l'Oise, en région Hauts-de-France, la destination Chantilly-Senlis correspond au périmètre couvert par l'Office de Tourisme Chantilly-Senlis. Elle réunit les Communautés de Communes de l'Aire Cantilienne et de Senlis Sud Oise, soit 28 communes, 71 810 habitants et une superficie de 353 km².

La destination s'inscrit au cœur du Parc naturel régional Oise-Pays de France et constitue l'un des fleurons de la ceinture verte au nord de Paris. Située au carrefour des forêts de Chantilly, d'Halatte et d'Ermenonville, elle bénéficie d'un **environnement naturel remarquable**, véritable écrin paysager et écologique.

La prédominance des espaces forestiers structure fortement l'identité de la destination. La forêt y est à la fois un patrimoine naturel, un support d'expériences touristiques et un élément majeur de différenciation. Cette armature verte contribue à l'image d'un territoire de **respiration**, de **ressourcement** et de **déconnexion**, à proximité immédiate de l'agglomération parisienne.

La destination se caractérise également par la qualité et la densité de son **patrimoine historique, culturel et paysager** : le Domaine de Chantilly, la cité royale de Senlis — berceau de la dynastie capétienne, aujourd'hui engagée dans le projet « Voyage au temps des premiers rois de France » —, le Domaine de Chaalis, le Château de Raray, les centres anciens, les édifices religieux et les paysages culturels participent à l'épaisseur historique et à la singularité du récit territorial.

Cette richesse s'articule avec des **polarités clairement identifiées**. Chantilly incarne une porte d'entrée majeure, autour de son domaine, de ses équipements équestres (Hippodrome et Polo de Chantilly), de son art de vivre et de sa gare qui la connecte au bassin francilien. Senlis constitue une polarité patrimoniale complémentaire de premier ordre, marquée par plus de 2 000 ans d'histoire et par son inscription dans le Pays d'Art et d'Histoire Senlis à Ermenonville.

Le territoire bénéficie d'une **accessibilité remarquable** : à proximité immédiate de Paris, de l'aéroport Paris-Charles-de-Gaulle, de l'aéroport d'affaires de Paris-Le Bourget (30 à 40 minutes, clientèle affaires et visiteurs du musée de l'Air et de l'Espace) et de l'autoroute A1. Cette situation confère à la destination un bassin de chalandise exceptionnel, estimé à environ 1,5 million d'habitants à moins de 30 minutes et à près de 11 millions à moins d'une heure. Chantilly-Senlis apparaît ainsi comme une destination charnière entre l'Île-de-France et les Hauts-de-France.

28

communes
(2 intercommunalités)

71 810

habitants
(population 2026)

353 KM²

de superficie
(au cœur du PNR Oise
Pays de France)

1,5 M

d'habitants à -30 min

11 M

d'habitants à -1h
(bassin francilien)

+1 000 KM

d'itinéraires
(pédestres, cyclables,
équestres)

Au-delà des infrastructures d'accès, la destination est traversée par de nombreux **itinéraires de découverte et de mobilité douce** : plus de 1 000 km de sentiers pédestres, cyclables et équestres, et plusieurs axes structurants tels que la véloroute Paris-Londres, l'EuroVelo 3, le Trans'Oise et plusieurs sentiers de grande randonnée.

L'un des marqueurs structurants réside dans la coexistence d'**offres d'envergure nationale** et d'une trame plus diffuse de patrimoines et d'expériences. Le Parc Astérix, locomotive majeure du territoire, confère à Chantilly-Senlis une puissance d'attraction exceptionnelle sur le segment des loisirs familiaux. À ses côtés, sites patrimoniaux, équipements culturels, offre équestre, golfs, activités de pleine nature et art de vivre composent un ensemble dense mais encore perfectible dans sa lisibilité et sa mise en marché.

La pertinence de la destination repose sur une **logique de complémentarité** : entre les deux intercommunalités, entre Chantilly et Senlis, entre patrimoine et nature, entre excursion et séjour, et entre offres de rayonnement national et propositions locales. La création de l'Office de Tourisme Chantilly-Senlis a doté le territoire d'un outil commun de valorisation, d'animation, de promotion et de commercialisation, à la bonne échelle.

L'enjeu principal consiste à mieux transformer des flux déjà importants en séjours marchands, en consommation touristique locale et en retombées économiques réparties à l'échelle du territoire.

Article 3

AMBITIONS ET AXES OPÉRATIONNELS DE LA RÉGION ET DE LA DESTINATION



Le tourisme est une activité porteuse de développement économique et vecteur d'attractivité. Le contrat de destination touristique répond à la volonté de la Région et de Hauts-de-France Tourisme d'accompagner les territoires dans leur transformation, pour en faire des destinations reconnues et recommandées par les clientèles de proximité, de voisinage et internationales.

Pour ce faire, l'attractivité d'une destination passe nécessairement par :

- ❖ Une **identification** précise de ses **marchés** et **clientèles** cibles, complétée par une approche segmentée pour connaître leurs attentes.
- ❖ Une **connaissance actualisée de ses offres** en hébergement et en activités, et de leur fréquentation.
- ❖ Une **vision de ses atouts** qui font son identité et qui la différencient.
- ❖ Une stratégie partagée de **développement** et de **transformation** de son offre pour l'adapter aux attentes des clientèles.
- ❖ Une stratégie partagée de **mise en marché** aux niveaux local, national et international.

L'objectif est d'engager des actions renforçant la compétitivité par une offre segmentée attractive, créant un avantage comparatif significatif et générant de la valeur ajoutée pour le territoire.

Outre l'appui à la définition de la stratégie, la Région et Hauts-de-France Tourisme accompagneront la destination dans la mise en œuvre d'actions concrètes répondant aux priorités conjointement définies.

Au volet territorial, la Région poursuivra la mise en œuvre des projets d'envergure régionale sur les mobilités douces (vélotourisme, nautisme et plaisance, tourisme équestre), l'innovation touristique, le tourisme de mémoire, la médiation et la ludification des patrimoines, ou encore le tourisme gourmand et gastronomique.

3.1 Stratégie de développement touristique et marketing

3.1.1 Positionnement de l'offre existante

Le positionnement de l'offre existante repose sur une analyse AFOM (Atouts, Faiblesses, Opportunités, Menaces) de la destination :

Forces

Proximité immédiate de Paris, de Roissy-CDG et de l'autoroute A1. Bassin de clientèle exceptionnel : 1,5 million d'habitants à 30 min et 11 millions à 1 h. Forte notoriété de **sites emblématiques** (Domaine de Chantilly, Senlis, Parc Astérix, Chaalis, Raray). **Patrimoine historique et paysager** de grande qualité, associé à trois massifs forestiers structurants. **Positionnement différenciant** articulant histoire, nature, loisirs familiaux, art de vivre, l'univers du cheval (hippodrome, polo, centres équestres) et golf. **Armature d'itinérance** et de mobilités douces déjà engagée (GR, Paris-Londres, EuroVelo 3, Trans'Oise). **Projet patrimonial structurant** « Voyage au temps des premiers rois de France ». Château royal de Senlis, Prix emblématique Bern Hauts-de-France 2026.

Faiblesses

Part encore importante d'**excursionnisme** par rapport aux séjours marchands. **Offre de séjour à consolider** et à mieux mettre en marché, notamment sur le segment grand public. **Lisibilité** interterritoriale et connexion entre les polarités encore perfectibles. **Hétérogénéité** de la chaîne de services : réservation, information, accessibilité, intermodalité. **Dépendance** de certaines offres à des clientèles ou équipements très spécifiques.

Opportunités

Développement des **courts séjours** et des offres combinées grâce à la proximité de marchés puissants. Essor durable des **clientèles de proximité** et demande accrue de nature, de patrimoine et d'expériences. **Complémentarité** possible avec Paris pour les clientèles internationales à fort pouvoir d'achat. Mise en valeur croisée des grands sites et des sites secondaires via **parcours, pass et packages**. Développement du **tourisme durable**, des mobilités douces et des expériences quatre saisons.

Menaces

Pression croissante sur les milieux naturels et sensibles, notamment forestiers. **Concurrence renforcée** des destinations de proximité franciliennes ou de courts séjours. **Vulnérabilité** liée à la dépendance aux flux de passage et à la concentration sur quelques locomotives. **Risque de dégradation** de l'expérience client si les enjeux de mobilité, signalétique et accueil universel ne progressent pas. **Contexte économique** pouvant fragiliser les investissements.

”

En synthèse, l'enjeu stratégique central consiste à convertir une destination très accessible et très connue en une destination de séjours plus lisible, mieux distribuée et mieux valorisée économiquement, tout en maîtrisant ses impacts sur les milieux et les usages.

3.1.2 Stratégie marketing de la destination

La destination vise deux grandes catégories de clientèles :

- ♦ **Clientèles nationales franciliennes** — 11 millions d'habitants à moins d'1 h et 1,5 million à moins de 30 minutes. Le défi est de convertir ces flux en séjours avec nuitées.
- ♦ **Clientèles internationales** — notamment nord-européennes et visiteurs en séjour à Paris, recherchant patrimoine, art de vivre et nature. L'objectif est d'attirer ces segments à fort pouvoir d'achat.

La signature de la destination est « La Rencontre de la Nature et de l'Histoire ». Elle s'incarne dans quatre segments prioritaires :



Un temps pour soi, un temps pour nous

Ralentir,
faire une pause



Promeneurs chaleureux

S'évader ensemble,
multiplier les découvertes



Explorateurs passionnés

Approfondir une thématique au contact d'experts



Happy family !

Divertir les enfants, partager du temps ensemble

La stratégie s'organise autour de **quatre axes structurants** :

- ♦ Histoire de France et patrimoine.
- ♦ Loisirs familiaux et séjours en tribu.
- ♦ Nature, bien-être et mobilités douces.
- ♦ Transformation de l'offre et mise en marché (qualité, accessibilité, médiation, services).

Les **marqueurs identitaires** reposent notamment sur :

- ♦ **le loisir familial et les courts séjours**, portés notamment par le Parc Astérix, locomotive touristique majeure ;
- ♦ **le patrimoine historique, culturel et paysager d'exception**, articulé autour du Domaine de Chantilly, de la cité royale de Senlis et des grands sites ;
- ♦ **l'art de vivre, les sports de nature, le golf, le bien-être et la gastronomie**, avec la Crème Chantilly comme marqueur patrimonial et expérientiel majeur ;

- ♦ **l'univers du cheval**, incarné par l'Hippodrome de Chantilly, le Polo de Chantilly et un maillage de centres équestres, signature historique et marqueur identitaire à part entière de la destination ;

- ♦ **les massifs forestiers et l'itinérance douce**, supports d'expériences de ressourcement, de promenade, de randonnée et de vélo.

La richesse de l'offre culturelle et événementielle, portée par les équipements, festivals, manifestations familiales, événements patrimoniaux et temps forts saisonniers, contribue à l'animation, au rayonnement et à l'attractivité de la destination tout au long de l'année.

Les priorités d'actions portent sur la transformation de l'offre en produits de séjour lisibles, la création de parcours commercialisables, la montée en qualité de l'accueil, la médiation, l'accessibilité, la mise en marché et la mutualisation des contenus et des outils.

3.1.3 Les segments de clientèle

Conformément à la stratégie marketing et aux quatre segments prioritaires, chaque cible est présentée ci-après selon son profil et ses attentes, ses facteurs clés de succès, l'offre existante du territoire et les atouts et points de vigilance identifiés.



Couples

Un temps pour soi, un temps pour nous

Ralentir, faire une pause

Profil et attentes

Cette cible correspond à des couples actifs, souvent à partir de 30 ans, CSP+ et très pris par leur vie professionnelle. Le séjour est envisagé comme une parenthèse pour ralentir, déconnecter et se retrouver à deux. La destination doit leur permettre de réduire les contraintes et de profiter d'un cadre apaisant, de moments de bien-être et d'expériences qualitatives, notamment autour de l'hébergement et de la restauration.

- ❖ **Besoin prioritaire** : ralentir par rapport au rythme soutenu de la semaine.
- ❖ **Besoins complémentaires** : se retrouver, resserrer les liens du couple et se dépayser par la contemplation des paysages, des soins ou des activités bien-être.

Facteurs clés de succès

- ❖ **Accessibilité simple et rapide**, pour éviter toute perte de temps dans les transports.
- ❖ **Hébergements calmes, confortables et qualitatifs** : vue, décoration moderne et apaisante, prestations haut de gamme.
- ❖ **Accueil chaleureux**, attentionné et fluide, sans irritant dans le parcours client.
- ❖ Proximité ou facilité d'accès aux **activités bien-être** : spa, piscine, massages, balade contemplative, soins.
- ❖ **Liberté d'organisation** : horaires souples, petit-déjeuner adapté, room-service, absence de planning contraignant.
- ❖ **Restaurants calmes et intimistes**, au cadre raffiné, service discret, cuisine gastronomique ou haut de gamme.



ATOUTS DU TERRITOIRE

- > Nombreux hébergements haut de gamme.
- > Nombreux équipements bien-être.
- > Lieux propices à la déambulation et à la contemplation (forêts, parcs, jardins, villages, musées, édifices...).



POINTS DE VIGILANCE

- > Hébergements multi-cibles entraînant une cohabitation couples / familles avec enfants.
- > Difficulté à faire sortir les visiteurs de leur hébergement pour découvrir la destination.
- > Manque de meublés de tourisme avec équipements bien-être.
- > Manque de restaurant étoilé.

Offre existante pour cette cible

Hébergements : Auberge du Jeu de Paume, InterContinental Château Mont Royal, Château Jeanne & the Forest, Le Grand Pavillon, Le Château de la Tour, Cabanes des Grands Chênes, Château d'Ermenonville, Le Chantilly, La Maison du 18, La Maison des Roses, La P'tite Troglo, la Bulle de Chantilly, la Bohème, La Maison de Chaalis...

Restauration : La Villa, L'Étang d'Art, Le Jardin d'Hiver, La Brasserie by Egua, Le Quai, Le Craft, Le Hameau, Le Bistrot de la Place, Le Bistrot de Senlis, La Bohème, Le Boudoir...

Visites et activités : Château de Chantilly, cathédrale de Senlis, Domaine de Chaalis, centre-ville de Senlis, Musée d'Art et d'Archéologie, Château de Raray, forêts de Chantilly, d'Halatte et d'Ermenonville, Potager des Princes, Musée de la Dentelle, parc Jean-Jacques Rousseau, étangs de Commelles, yoga en plein air, balade sophrologique en forêt, golf, balade à cheval avec les Écuries de Java ou les chevaux Henson, en attelage, parcours « Chantilly en ville », atelier d'œnologie...



IDÉE DE SÉJOUR

« ESCAPE COCOONING EN AMOUREUX »

Jour 1

- > Flânerie dans Senlis
- > Déjeuner au Bistrot de la Place ou La Bohème
- > Circuit A du livret « Senlis la cité royale » puis balade en forêt d'Halatte jusqu'au temple gallo-romain
- > Dîner et nuit aux Cabanes des Grands Chênes ou au Château Jeanne & the Forest

Jour 2

- > Visite du Château de Chantilly
- > Déjeuner au Hameau ou à La Prego
- > Visite du Potager des Princes



Couples Promeneurs chaleureux

S'évader ensemble, faire un maximum de découvertes en liberté

Profil et attentes

Les promeneurs chaleureux sont des couples actifs de toutes tranches d'âge. Ils aiment se balader, voir les incontournables d'une région et multiplier les découvertes variées sans forcément approfondir chaque sujet. Leur séjour est préparé, mais ils veulent conserver leur liberté, dérouler le programme à leur rythme et profiter d'un cadre accueillant, confortable et authentique.

❖ **Besoin prioritaire :** découvrir une multitude de balades et de lieux essentiels, sans exploration trop approfondie.

❖ **Besoin complémentaire :** se faire plaisir à table, goûter la gastronomie locale et partager des moments de convivialité « like a local ».

Facteurs clés de succès

❖ **Grande diversité de sites** à visiter, lisibles et faciles d'accès.

❖ **Restaurants typiques**, fréquentés par les locaux, avec cuisine régionale, produits locaux et accueil convivial.

❖ **Hébergement central, calme, avec du charme** ; la vue est un critère important pour les couples jeunes.

❖ **Confort de l'hébergement**, particulièrement déterminant pour les couples seniors.

❖ **Organisation souple :** informations pratiques claires, suggestions de parcours, liberté dans le rythme.

❖ **Possibilité d'itinérance douce :** promenades, boucles, vélo, marche, connexions entre sites d'intérêt.

❖ **Bon rapport qualité-prix** et bons plans transmis par les hébergeurs, habitants ou conseillers en séjour.



ATOUTS DU TERRITOIRE

> Offre de visites et d'activités riche et variée.



POINTS DE VIGILANCE

> Manque d'enseignes de restauration traditionnelle (Bistrot de Pays, crème Chantilly, spécialités locales...).

> Manque d'accessibilité entre les différents points d'intérêt.

> Peu de contenu rando / vélo accessible.



IDÉE DE SÉJOUR

« LA CRÈME DE LA CRÈME ! »

Jour 1

> Visite du Château de Chantilly avec audioguides

> Déjeuner à la Capitainerie

> Découverte du parc en petit train

> Cours de crème Chantilly

> Dîner chez Charnu

> Nuit à l'hôtel Le Chantilly

Jour 2

> Circuit « Senlis, la cité royale »

> Déjeuner au Gril des Barbares

> Roadtrip en 4L sur la destination

Offre existante pour cette cible

Hébergements : L'Hostellerie du Lys, L'Avenue, Le Relais d'Aumale, le Manoir des Cavaliers, Le Chantilly, L'Hôtel Bellon, L'Hostellerie de la Porte Bellon, L'Hôtel de Bellebast, La Maison de Chaalis, Château d'Ermenonville...

Restauration : Le Vertugadin, La Capitainerie, La Renardière, Le Gril des Barbares, Le Sylvia, O'Bistrot Chic, Le Capétien, Le Bistrot de Senlis, Chez Nous...

Visites et activités : Audioguides au Château de Chantilly, Spectacle immersif du Voyage au temps des Premiers Rois de France à Senlis, livrets de parcours dans Chantilly et Senlis, atelier crème Chantilly, roadtrip en 4L avec L'Oise en mode rétro, balade en mobylette vintage avec Roule Adèle, visite guidée à vélo avec Bobebike...



Couples Explorateurs passionnés

Approfondir une thématique qui les passionne au contact d'experts

Profil et attentes

Les explorateurs passionnés sont principalement des couples de 50 à 65 ans, en fin de carrière ou au début de la retraite, CSP+. Cette tranche d'âge décrit un cœur de cible et non une limite : les attentes et les comportements de visite présentés ci-après se retrouvent chez des publics sensiblement plus jeunes comme chez des visiteurs plus âgés, auxquels la destination s'adresse avec la même promesse d'expérience. Leurs enfants sont adultes et ils disposent de plus de temps pour nourrir leurs centres d'intérêt. Dynamiques, rigoureux et exigeants, ils cherchent à apprendre, comprendre et aller au bout des sujets qui les passionnent. Ils attendent une expérience enrichissante, approfondie et crédible.

- ❖ **Besoin prioritaire** : s'enrichir de nouvelles connaissances liées à un centre d'intérêt.
- ❖ **Attente centrale** : s'immerger totalement dans un sujet pour le découvrir en profondeur, avec un accompagnement expert.

Facteurs clés de succès

- ❖ **Conseil en amont** pour préparer le séjour, puis accompagnement sur place par des guides pointus et experts.
- ❖ **Accès à des visites insolites, privilégiées ou VIP**, idéalement en petit groupe ou en individuel.
- ❖ **Séjour organisé** pour optimiser le temps disponible tout en gardant une expérience qualitative.
- ❖ **Authenticité** de l'hébergement, de la restauration et des rencontres proposées.
- ❖ **Restaurants ancrés dans le territoire**, permettant de découvrir des spécialités et d'échanger sur les savoir-faire.
- ❖ Attention portée à la **vue**, au **paysage**, au **cadre** et au niveau de service.
- ❖ **Possibilité de personnalisation** : guide privé, médiation approfondie, thématiques ciblées, contenus avant / après séjour.



ATOUTS DU TERRITOIRE

- > Offre culturelle et patrimoniale riche et pointue.
- > Nombreux guides spécialisés dans leurs domaines.



POINTS DE VIGILANCE

- > Manque d'offres de visites insolites.
- > Manque d'enseignes de restauration traditionnelle (Bistrot de Pays, crème Chantilly, spécialités locales...).



IDÉE DE SÉJOUR « ITINÉRAIRE PASSIONNÉ »

Jour 1

- > Visite du Château de Chantilly avec l'application mobile
- > Visite guidée des Appartements Privés
- > Déjeuner à La Capitainerie
- > Musée vivant du Cheval et démonstration de dressage
- > Visite du parc en petit train
- > Dîner chez Charnu
- > Nuit à l'Avenue

Jour 2

- > Visite guidée privée du monde des courses hippiques
- > Déjeuner au Vertugadin
- > Parcours « Les Canaux de Chantilly » en réalité virtuelle
- > Visite-conférence du Pavillon de Manse

Offre existante pour cette cible

Hébergements : Le Chantilly, L'Avenue, Le Château de la Tour, L'Aunette Cottage, Hôtel du Parc, L'Hostellerie du Lys...

Restauration : Le Gril des Barbares, Le Vertugadin, le Jardin d'Hiver, Charnu, Le Hameau, La Capitainerie...

Visites et activités : Visites guidées Ville d'Art et d'Histoire à Chantilly, Pays d'Art et d'Histoire à Senlis, visite privée à l'entraînement des chevaux de course, journée aux Grands Prix de l'Hippodrome de Chantilly (Jockey Club, Prix de Diane, plus de 30 000 visiteurs), Jumping de Chantilly, découverte du Polo de Chantilly (école tous niveaux, compétitions internationales gratuites), balade en forêt avec un guide nature, brochures du Parc Naturel Régional, spectacle immersif « Voyage au temps des premiers rois de France » dans la cave médiévale du XIII^e siècle du Musée de la Vénérerie (projection à 360°, ouverture prévue à l'automne), découverte du Château royal de Senlis en réalité virtuelle (restitution réalisée par l'Université de Technologie de Compiègne), parcours audioguidé bilingue du Château royal proposé par la Société de Sauvegarde de Senlis, livret « Focus » sur Chantilly et Senlis...



Familles Happy Family

Divertir les enfants et partager du temps ensemble

Profil et attentes

La cible Happy Family correspond aux familles dont les parents ont généralement entre 30 et 50 ans, avec de jeunes enfants. Ils doivent concilier vie professionnelle et vie privée et disposent de peu de temps au quotidien. Vacances et week-ends sont donc des moments de retrouvailles, pour faire plaisir aux enfants, créer des souvenirs et permettre aux adultes de souffler.

- ❖ **Besoin prioritaire :** passer du temps ensemble et faire plaisir aux enfants.
- ❖ **Besoin complémentaire :** se reposer et recharger les batteries ; plus secondairement, découvrir de nouveaux horizons.

Facteurs clés de succès

- ❖ **Proximité** et diversité des **offres de loisirs** par rapport à l'hébergement.
- ❖ Hébergement offrant à la fois un **espace dédié aux enfants** et un espace parents pour se reposer.
- ❖ Hébergement au calme, literie confortable et **équipements adaptés aux familles**.
- ❖ **Accueil « kids friendly »** : bienveillance, souplesse, informations claires, services adaptés.
- ❖ **Souplesse** dans les horaires, les réservations, les repas et l'organisation.
- ❖ Activités permettant de **partager du temps ensemble** et de créer des souvenirs.
- ❖ **Restaurant familial** à proximité : carte variée, menus enfants, ambiance conviviale, espace extérieur.
- ❖ **Prix cohérents**, transparents et sans mauvaise surprise.

ATOUTS DU TERRITOIRE

- > Multitude d'activités.
- > Accès facilité à la nature.

POINTS DE VIGILANCE

- > Manque d'hébergements et de restaurants « kids friendly ».
- > Manque de parcours pédestres et vélo courts et clairs

IDÉE DE SÉJOUR

« EN FAMILLE À CHANTILLY-SENLIS ! »

Jour 1

- > Rallye dans Senlis
- > Déjeuner à la Brasserie du Cerf
- > Visite et animations au Potager des Princes
- > Visite familiale au Pavillon de Manse
- > Dîner chez Alma
- > Nuit aux Cabanes des Grands Chênes

Jour 2

- > Journée au Parc Astérix

Offre existante pour cette cible

Hébergements : Mercure Chantilly, L'Aunette Cottage, Cabanes des Grands Chênes...

Restauration : Alma, La Prego, La Brasserie Cantilienne, L'Atelier de la Chantilly, La Brasserie du Cerf, Le Capétien...

Visites et activités : Jeux de pistes dans Senlis, chasse au trésor à vélo « Louison Pignon », Potager des Princes, Pavillon de Manse, Musée d'Art et d'Archéologie de Senlis, livrets parcours famille, spectacles équestres, balades à cheval Henson (à partir de 12 ans), compétitions internationales de Polo de Chantilly (accès gratuit), journées Oh Courses (expériences en famille à l'Hippodrome de Chantilly), chasse au trésor au domaine de Chaalis, Spectacle immersif du Voyage au temps des Premiers Rois de France à Senlis.



C'est de cette analyse de l'offre existante au regard des attentes de chaque cible que découlent les axes opérationnels présentés à l'article 3.2. —>

3.2 Les axes opérationnels de développement de la destination

Les axes opérationnels découlent directement du croisement entre les ambitions rappelées à l'article 3, le positionnement issu de l'analyse AFOM (3.1.1) et la stratégie marketing segmentée (3.1.2). Trois constats structurent ces axes : une destination très accessible et très connue mais encore marquée par l'excursionnisme ; une offre de séjour à consolider et à mieux mettre en marché, en particulier sur le segment grand public et familial ; et un enjeu de conversion des flux franciliens en nuitées marchandes et en retombées économiques réparties sur le territoire.

L'enjeu central est de transformer une destination de passage en une destination de séjours, en agissant prioritairement sur le maillon aujourd'hui le plus contraignant : la capacité et la diversité de l'offre d'hébergement, notamment pour les familles.

Les axes opérationnels sont au nombre de cinq. Le premier, consacré au développement de l'hébergement, constitue la priorité de la période contractuelle.

Axe 1 / Développer et diversifier l'offre d'hébergement marchand

L'analyse AFOM identifie la consolidation de l'offre de séjour comme une faiblesse majeure, et l'analyse des segments fait apparaître un déficit spécifique d'hébergements adaptés aux familles (« kids friendly »). Or la cible Happy Family constitue l'un des quatre segments prioritaires de la destination, porté par une locomotive de rayonnement national, le Parc Astérix. Le développement de l'hébergement est donc la condition première de l'allongement des séjours et de l'augmentation des nuitées marchandes.

La priorité est donnée au développement de nouveaux hébergements sur la cible familles, à proximité des grands générateurs de flux et des locomotives familiales. Les actions visées sont les suivantes :

- ♦ **Soutenir la création d'hébergements familiaux** (résidences de tourisme, hébergements de plein air montés en gamme, hôtellerie familiale, meublés et gîtes de capacité adaptée aux séjours en tribu), à proximité des locomotives familiales.
- ♦ **Qualifier l'offre existante selon des critères « kids friendly »** : capacité d'accueil des familles, équipements adaptés, espaces enfants et parents, souplesse de réservation et de restauration.
- ♦ **Accompagner les porteurs de projets privés** (investisseurs, exploitants, propriétaires) dans l'émergence, le montage et le financement de projets d'hébergement, en lien avec le guichet de l'Office de Tourisme et les dispositifs régionaux.
- ♦ **Favoriser une montée en gamme et une diversification** de l'ensemble du parc, afin de répondre également aux autres segments (couples, explorateurs) et de réduire la dépendance à une offre trop spécifique.
- ♦ **Veiller à l'intégration territoriale et environnementale** des nouveaux hébergements, dans une logique de sobriété, d'insertion paysagère et de maîtrise des impacts, conformément aux orientations REV3.

Axe 2 / Renforcer l'effet séjour et la conversion des flux en nuitées

- ❖ **Poursuivre la structuration et la promotion des offres de courts séjours** et des produits combinés lisibles et commercialisables, articulant hébergement, grands sites et expériences de la destination.
- ❖ **Poursuivre la conception et la diffusion des carnets de séjours** et des parcours segmentés par cible (familles, couples, explorateurs), afin de transformer la fréquentation des locomotives en nuitées marchandes.
- ❖ **S'appuyer sur la proximité des marchés franciliens et internationaux** pour développer la demande de week-ends et de séjours, en complémentarité avec Paris, notamment par le biais des outils digitaux pilotés par l'Office de Tourisme, mais également par une présence plus large dans la presse.
- ❖ **S'appuyer sur le projet patrimonial « Voyage au temps des premiers rois de France »**, porté par la Ville de Senlis, qui vise à restaurer et valoriser le Château royal de Senlis — plus ancienne résidence palatiale des rois de France capétiens conservée en élévation — ainsi que la cave médiévale du XIII^e siècle du Prieuré Saint-Maurice (Musée de la Vénérerie). Le projet s'appuie notamment sur un spectacle immersif projeté à 360° dont l'ouverture est prévue à l'automne 2026, une restitution du château en réalité virtuelle réalisée par l'Université de Technologie de Compiègne — bientôt complétée par une maquette à l'Office de Tourisme — et par un parcours audioguidé bilingue proposé par la Société de Sauvegarde de Senlis. Lauréat en mai 2026 du Prix emblématique de la Mission Bern (Fondation du Patrimoine) pour les Hauts-de-France, ce projet constitue une nouvelle locomotive patrimoniale pour la destination, dont l'Office de Tourisme accompagnera la valorisation touristique et la mise en marché.
- ❖ **Accompagner la valorisation du domaine historique de Raray**, identifié comme l'une des portes d'entrée de la destination et comme trait d'union avec le Pays du Valois. Portés par l'Association pour la sauvegarde, la restauration et le rayonnement du domaine historique de Raray (AS3R), trois projets de valorisation patrimoniale et touristique sont envisagés à horizon 2027 : un espace de médiation patrimoniale immersif au Pigeonnier, un parcours de médiation historique jalonné de panneaux enrichis de QR codes, et un parcours-spectacle associant récit historique et vidéo-mapping.
- ❖ **S'appuyer sur la signature hippique de la destination** — l'Hippodrome de Chantilly, qui offre des réunions de courses toute l'année et une découverte panoramique unique du patrimoine architectural cantilien — pour favoriser la transformation d'excursionnistes en touristes, en étendant la programmation de courses et d'événements en soirée, tant en loisirs qu'en événementiel. Un projet d'éclairage des pistes, mobilisant des techniques à la fois esthétiques et compatibles avec les exigences des courses, permettrait de développer l'activité de l'hippodrome en soirée et de soutenir ainsi l'attractivité de la destination auprès de l'ensemble de ses segments cibles.

Axe 3 / Améliorer la lisibilité et relier les polarités

- ❖ **Mieux relier les sites, centralités et polarités d'accès** (Chantilly, Senlis, communes associées) pour rendre la destination plus lisible et faciliter le parcours du visiteur. Une meilleure desserte des transports publics vers les hôtels, les lieux touristiques et les gares est aujourd'hui un élément prioritaire. Par ailleurs, la fréquence et le dimensionnement des trains et RER en gare de Chantilly-Gouvieux est également un point de rupture sur les périodes de forte affluence, ce qu'il faudra résoudre pour permettre d'améliorer la qualité de l'expérience.
- ❖ **Développer l'itinérance douce, l'intermodalité et les mobilités de proximité**, en cohérence avec les itinéraires structurants (Paris-Londres, EuroVelo 3, Trans'Oise).
- ❖ **Améliorer la signalétique, l'information, l'accessibilité et l'accueil universel** sur l'ensemble de la chaîne de services. La prise en compte des spécificités de l'ensemble des publics et des profils voyageurs est une priorité, tout comme la mise en place de points d'accueil, de service et d'information en quantité suffisante sur les lieux de fréquentation et les portes d'entrée du territoire.

Axe 4 / Accompagner les socioprofessionnels et la mise en marché

- ❖ **Accompagner les hébergeurs, restaurateurs et opérateurs de loisirs** dans la montée en gamme, la qualification de l'offre, la distribution et la digitalisation.
- ❖ **Poursuivre le déploiement d'une stratégie de communication** et de mise en marché commune, en articulation avec les outils régionaux (plateforme weekend-hauts de France, SIT, magazine « Esprit Hauts-de-France »), et investir sur des outils performants de gestion de la relation client à l'échelle du territoire afin de mesurer les différents indicateurs de l'activité touristique.
- ❖ **Mutualiser les contenus**, les données et les outils d'observation à l'échelle de la destination.

Axe 5 / Coopérer avec les territoires voisins et inscrire la transition

- ❖ **Construire des coopérations** avec l'ensemble du Parc Naturel Régional et les territoires voisins, sur l'itinérance et les activités touristiques et de loisirs qui viennent renforcer notre positionnement sur les cibles prioritaires, tant en Loisirs qu'en MICE.
- ❖ **Inscrire l'ensemble des projets dans les enjeux de transition** (tourisme durable, sobriété, gestion des flux, préservation des massifs forestiers), conformément à la démarche REV3.

Article 4

ENGAGEMENTS RÉCIPROQUES DES SIGNATAIRES



4.1 Une sélection commune des actions à soutenir

La Région, Hauts-de-France Tourisme, Oise Tourisme, la CCAC, la CCSSO et l'Office de Tourisme Chantilly-Senlis, qui co-exercent l'animation du présent contrat, se réunissent à échéance régulière pour accompagner les porteurs de projets et formaliser un avis technique sur les projets présentés. Celui-ci fera l'objet d'une analyse par les services de la Région afin d'optimiser les possibilités de financement, au titre du présent contrat comme des autres politiques régionales.

4.2 Engagement de la destination

- ❖ S'inscrire dans la démarche de **passage de l'économie d'équipements à l'économie des produits**, en collaborant avec Hauts-de-France Tourisme sur la production d'idées découvertes et d'offres de séjours segmentées.
- ❖ Contribuer à la conception d'offres produits illustrées sous forme de **cahiers de séjours** sur les marchés visés.
- ❖ **Diffuser le magazine « Esprit Hauts-de-France »** dans les points d'accueil et les principaux sites touristiques.
- ❖ Disposer et alimenter un **SIT connecté** à celui de Hauts-de-France Tourisme.
- ❖ Favoriser l'utilisation d'**outils de réservation compatibles** avec la plateforme régionale weekend-hautsdefrance.
- ❖ Organiser des **ateliers de mise en synergie des communications** avec Hauts-de-France Tourisme.
- ❖ Assurer la **co-animation du contrat** et la coordination locale des acteurs publics et privés.

4.3 Engagement de Hauts-de-France Tourisme

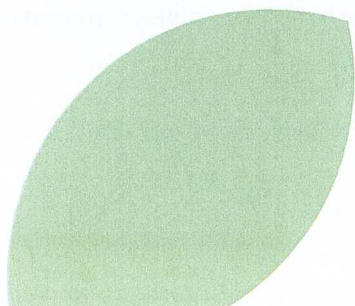
- ❖ **Appui** au travail sur les marchés, les clientèles et leur segmentation.
- ❖ **Lien avec les OGD** et accompagnement à la structuration d'un système d'observation partagé.
- ❖ **Accompagnement marketing** des porteurs de projet dans une logique de guichet unique.
- ❖ **Mise à disposition des données** relatives aux études et enquêtes menées.
- ❖ **Intégration des projets** dans la plateforme weekend-hautsdefrance et connexion avec l'onglet « destination » du portail.
- ❖ **Co-animation du contrat.**

4.4 Engagement de la Région

- ❖ **Ingénierie** : co-animation, accompagnement des porteurs de projet, guichet unique.
- ❖ **Déclinaison des projets régionaux** et mise en cohérence des projets inter-contrats.
- ❖ **Financement** des projets, en indiquant la priorité à l'investissement.
- ❖ **Lien avec les autres politiques régionales** ; le contrat constitue une porte d'entrée pour les projets transversaux.

4.5 Engagement de Oise Tourisme

- ❖ **Contribuer à la qualification de l'offre**, à l'accompagnement des porteurs de projet et à la diffusion des informations utiles à la mise en marché.
- ❖ **Participer à l'observation**, à la production de contenus et à la mise en réseau des acteurs touristiques.
- ❖ **Contribuer à la cohérence départementale** des actions conduites à l'échelle de la destination.



Article 5

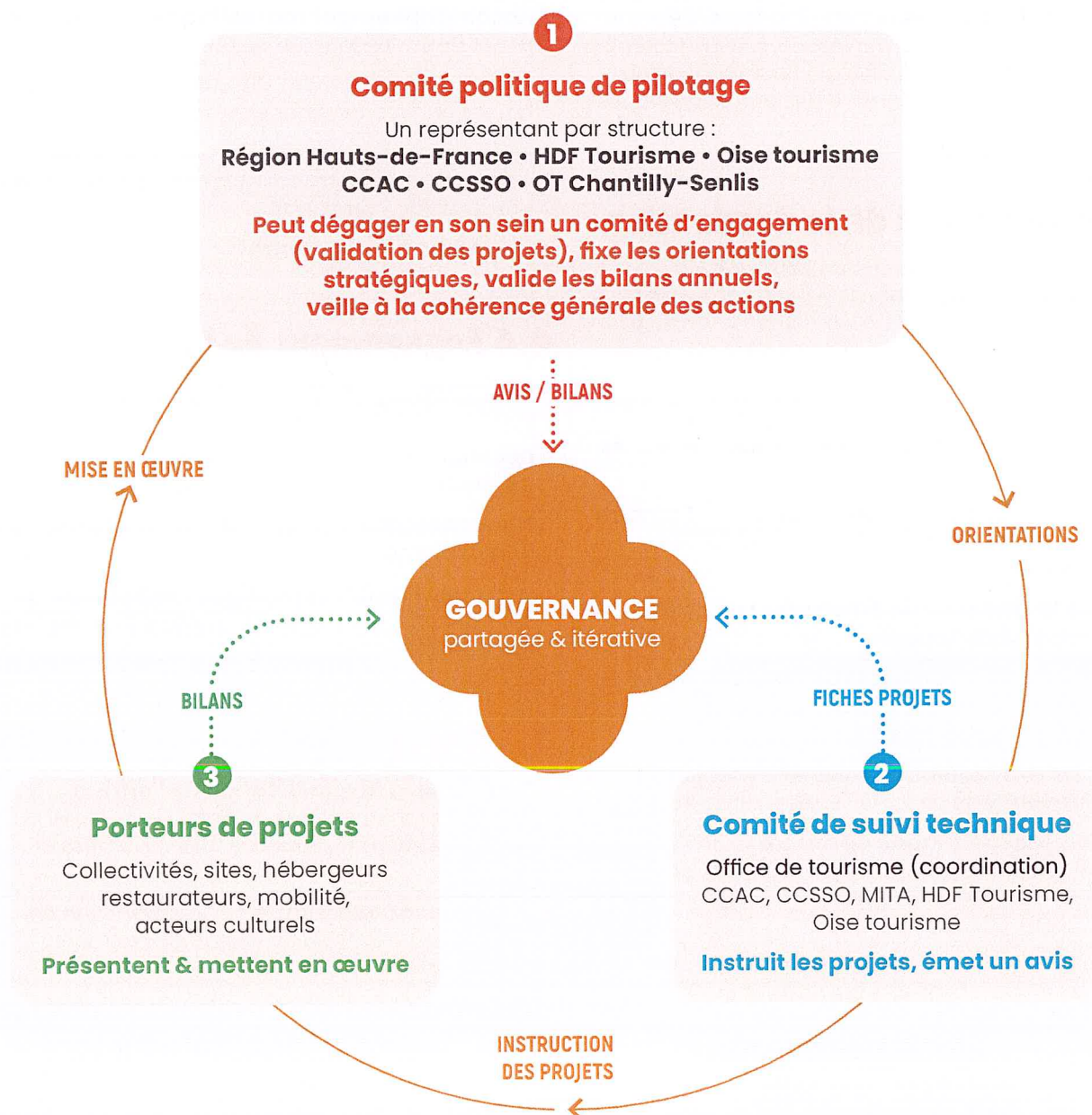
GOVERNANCE ET INGÉNIERIE



L'animation du contrat sera assurée par la CCAC, la CCSSO et l'OT Chantilly Senlis, avec l'appui de la Mission Ingénierie Touristique et Attractivité (MITA) du Conseil Régional, Hauts de France Tourisme et Oise Tourisme. L'OT Chantilly-Senlis en sera le coordinateur.

La gouvernance s'organise comme un cycle continu : les orientations descendent du comité de pilotage vers l'instruction puis la mise en œuvre, tandis que les fiches-projets, avis et bilans remontent pour alimenter le pilotage.

Le cycle de gouvernance partagée de la destination



5.1 Comité politique de pilotage

La gouvernance sera assurée par un comité de pilotage composé d'un représentant des structures suivantes :

- ❖ **Région Hauts-de-France** : le Président ou son représentant désigné.
- ❖ **Hauts-de-France Tourisme** : le Président ou son représentant.
- ❖ **Oise Tourisme** : la Présidente ou son représentant.
- ❖ **Communauté de Communes de l'Aire Cantillienne** : le Président ou son représentant.
- ❖ **Communauté de Communes Senlis Sud Oise** : le Président ou son représentant.
- ❖ **Office de Tourisme Chantilly-Senlis** : le Président ou son représentant.

Ce comité pourra désigner en son sein un comité d'engagement chargé de valider les projets répondant aux objectifs du contrat. Le Comité de pilotage fixe les orientations stratégiques, valide les bilans annuels et veille à la cohérence générale des actions.

5.2 Comité de suivi technique

Le socle du comité de suivi technique est constitué par les personnes chargées du présent contrat, qui pourront associer les différents acteurs impliqués. Coordonné par l'Office de Tourisme, il examine les projets, oriente les porteurs, émet un avis technique partagé et prépare les arbitrages des partenaires.

Modalités de présentation et d'instruction des projets :

- ❖ **Guichet de réception** : l'Office de Tourisme centralise les sollicitations et accompagne la qualification initiale.
- ❖ **Fiche-projet standard** : chaque porteur transmet une fiche synthétique accompagnée des pièces de maturité nécessaires.
- ❖ **Avis technique partagé** : le Comité technique examine les projets, oriente les porteurs et émet un avis.
- ❖ **Instruction régionale** : les services de la Région examinent l'éligibilité et les possibilités de financement.
- ❖ **Décision et conventionnement** : les projets retenus font l'objet d'un acte de financement précisant engagements, livrables et reporting.
- ❖ **Suivi et évaluation** : un reporting partagé conditionne l'amélioration continue des actions.

5.3 Cadre d'appréciation des projets

Afin de faciliter l'instruction et la décision d'accompagnement, le contrat précise un cadre commun d'appréciation. Les partenaires s'accordent sur **une sélection commune** des actions à soutenir : les projets portés à leur connaissance sont qualifiés au regard des priorités du contrat, font l'objet d'un avis technique partagé, puis sont instruits par les services compétents.

L'inscription d'un projet au sein du contrat ne vaut **pas décision de financement** : elle vise à sécuriser l'adéquation stratégique, la maturité et l'impact attendu du projet, ainsi que sa cohérence avec les dispositifs mobilisables.

Principes partagés d'appréciation des projets :

- ❖ **Contribution démontrée à la transformation de l'offre** (expérience client, lisibilité, mise en marché et à la création de valeur ajoutée).
- ❖ **Adéquation à des clientèles cibles** identifiées et prise en compte du parcours visiteur (avant / pendant / après).
- ❖ **Impact attendu** sur la conversion des flux en séjours marchands, sur la consommation locale et sur l'attractivité.
- ❖ **Inscription dans une logique de coopération et de mutualisation** (échelle intercommunale, partenariat public / privé).
- ❖ **Compatibilité avec les exigences de transition** (sobriété, gestion des impacts, intégration paysagère) et l'accueil universel.
- ❖ **Faisabilité et maturité** (maîtrise d'ouvrage, foncier / autorisation, calendrier réaliste, plan de financement).
- ❖ **Contribution à la valorisation** de l'identité culturelle, patrimoniale et événementielle de la destination, à la diversification de l'offre proposée aux visiteurs et au renforcement de son attractivité tout au long de l'année.
- ❖ **Capacité de suivi et d'évaluation** (indicateurs, données, contribution au reporting partagé).



Article 6

ÉVALUATION ET INDICATEURS DE PERFORMANCE



Le suivi du contrat s'appuie sur une **cellule d'observation** et un **reporting partagé** entre signataires. L'objectif est de documenter la progression des actions, l'effet « séjour », la performance de mise en marché et les engagements de transition, afin d'éclairer les décisions d'accompagnement et l'amélioration continue.

Les indicateurs suivis porteront notamment sur :

- ♦ le nombre de projets accompagnés, leur niveau de maturité et leur état d'avancement ;
- ♦ l'évolution de la fréquentation des sites, des offres et des itinéraires ;
- ♦ le nombre de nuitées générées ou confortées et l'allongement de la durée de séjour ;
- ♦ les retombées économiques locales et la contribution à la consommation touristique ;
- ♦ la performance de mise en marché : référencement, réservation, trafic, conversion, avis clients ;
- ♦ la qualité de l'accueil, l'accessibilité, la médiation et l'adaptation aux clientèles cibles ;
- ♦ les résultats obtenus en matière de sobriété, de mobilité douce, de gestion des flux et de transition.

Une note annuelle de suivi, comprenant bilan et perspectives, sera présentée au Comité de pilotage.

Article 7

DURÉE DU CONTRAT



Le présent contrat entre en vigueur à la date de sa signature. Il couvre la période 2026-2027 et engage l'ensemble des signataires.

Article 8

COMMUNICATION



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

Elles s'engagent à **signaler leur soutien mutuel** dans les actions et supports de communication, et à se faire le relais de la démarche dans leurs publications internes.

Tout projet de communication lié aux actions soutenues en commun doit **respecter les chartes graphiques respectives** et les lois en vigueur, notamment les dispositions du code électoral.

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

Article 9

RÉVISION, 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.

Tout partenaire de l'espace de destination pourra intégrer le contrat, et tout signataire pourra s'en retirer par demande écrite (lettre recommandée avec accusé de réception) acceptée par l'ensemble des signataires. Dans les deux cas, un avenant 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 le Tribunal administratif d'Amiens ou de Lille en fonction du territoire concerné.

Fait à _____, le _____

Pour la Région Hauts-de-France

Le Président

Xavier BERTRAND**Pour Hauts-de-France Tourisme**

Le Président

Daniel FASQUELLE**Pour Oise Tourisme**

La Présidente

Brigitte LEFEBVRE**Pour la CC de l'Aire Cantilienne**

Le Président

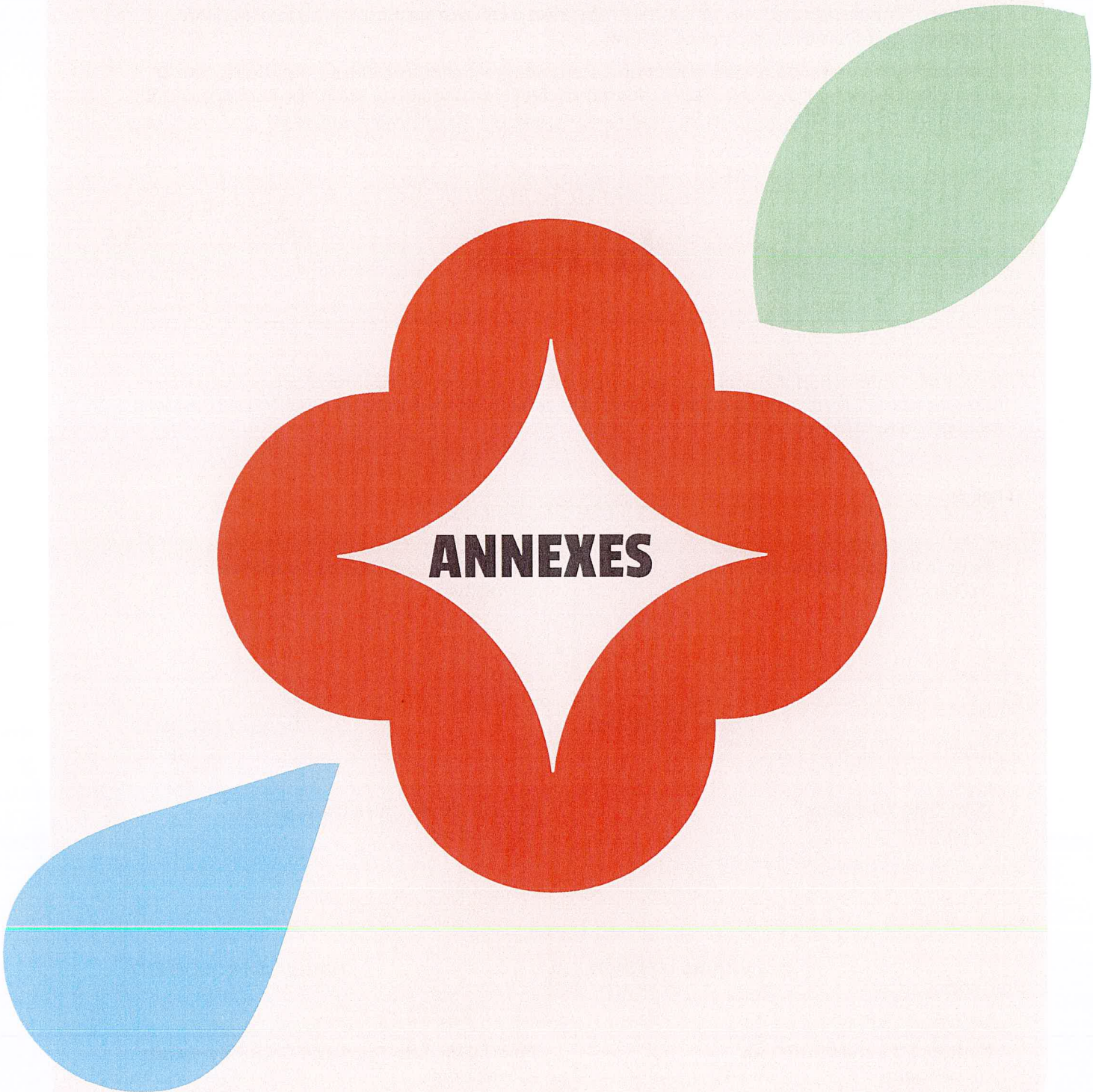
Nathanaël ROSENFELD**Pour la CC Senlis Sud Oise**

Le Président

Alain BATTAGLIA**Pour l'Office de Tourisme Chantilly-Senlis**

Le Président

Alexis de KERMEL



ANNEXES

Annexe 1

CARTOGRAPHIE DE LA DESTINATION

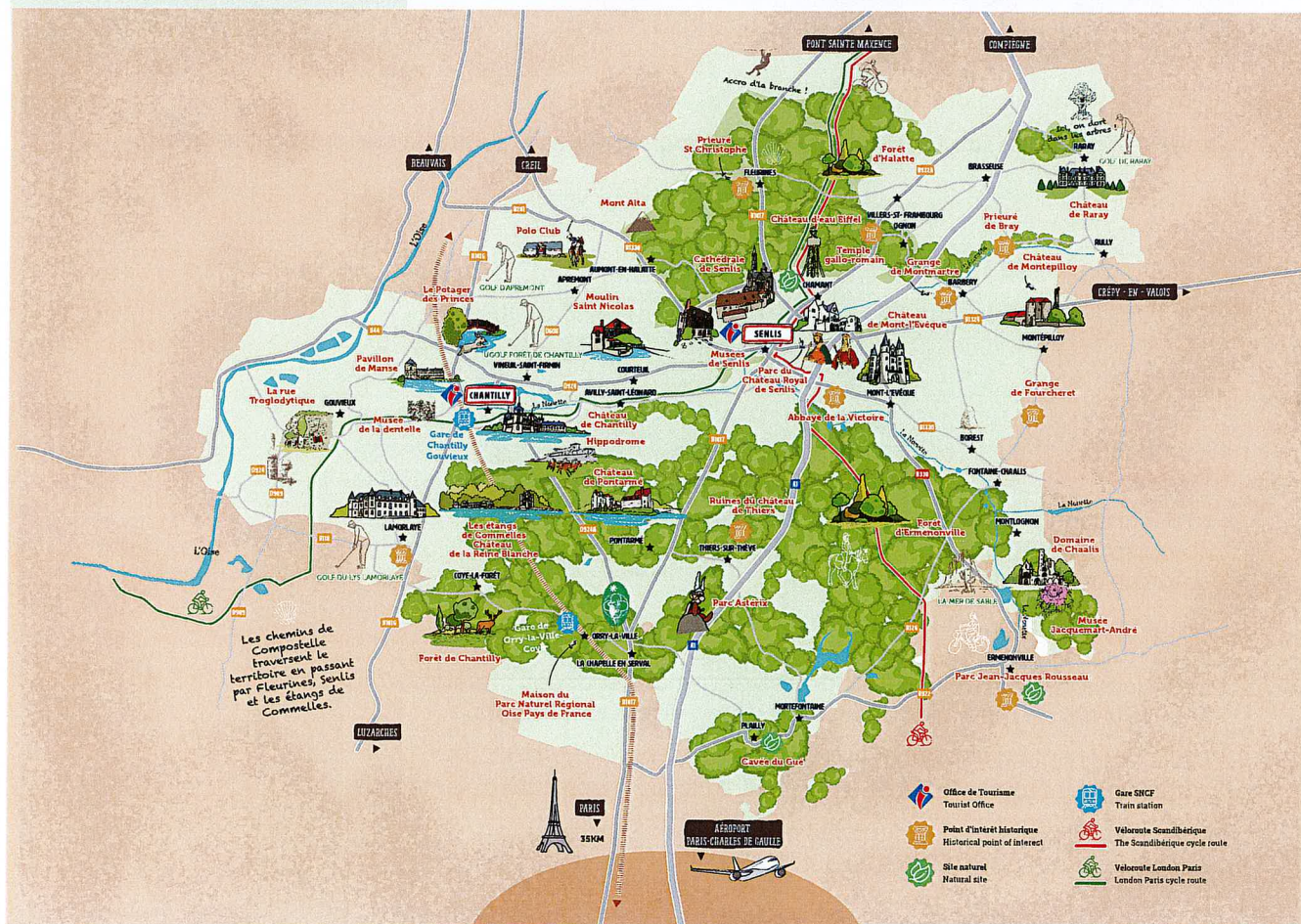


Données-clés actualisées

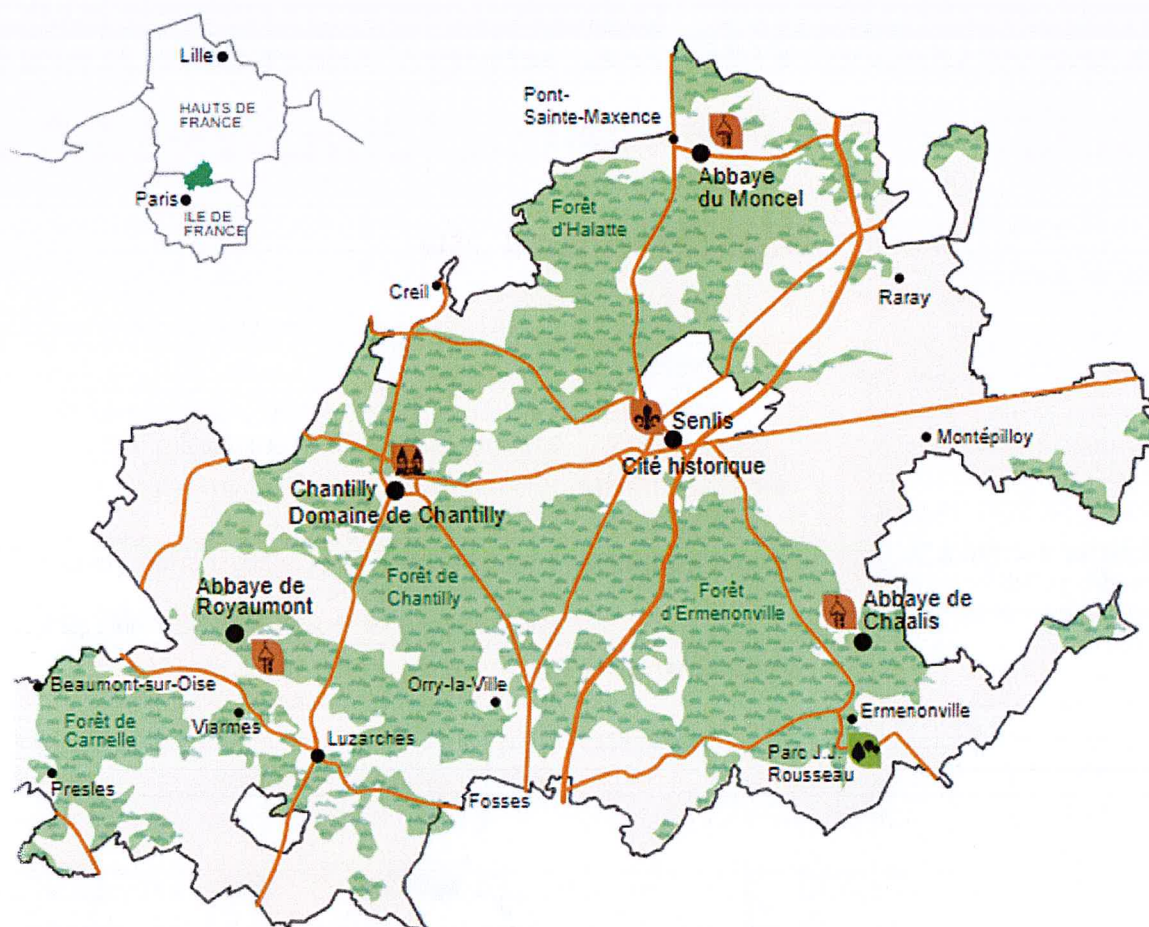
- ❖ Cartographie du périmètre de la destination Chantilly-Senlis.
- ❖ Principales polarités, sites structurants, massifs forestiers, axes de desserte et itinérances.

NB : Les cartes ci-dessous sont issues du précédent contrat de rayonnement touristique et sont réemployées à titre de contextualisation. Les données-clés ont été actualisées pour le présent contrat.

PÉRIMÈTRE	2 intercommunalités (CCAC et CCSSO), 28 communes, 353 km².
POPULATION	71 810 habitants (2026).
ACCESSIBILITÉ	À moins de 30 minutes de Paris, proximité immédiate de Roissy-Charles-de-Gaulle et de l'autoroute A1.
BASSIN DE CLIENTÈLE	1,5 million d'habitants à moins de 30 minutes ; 11 millions à moins d'une heure.
SITES STRUCTURANTS	Parc Astérix ; Domaine de Chantilly ; cité royale de Senlis ; Domaine de Chaalis ; Château de Raray ; Hippodrome de Chantilly ; Polo de Chantilly ; offre golfique.
ARMATURE NATURELLE	Parc naturel régional Oise-Pays de France ; massifs de Chantilly, d'Halatte et d'Ermenonville.
ITINÉRANCES	Plus de 1 000 km de sentiers pédestres, plusieurs GR, Paris-Londres, EuroVelo 3, Trans'Oise.



Carte 1 – Carte touristique de la Destination Chantilly-Senlis.



Carte 2 – Polarités, sites structurants, massifs forestiers et principaux accès (illustration issue du précédent contrat).

Lecture territoriale synthétique

- ♦ La destination s'organise autour de deux polarités majeures et complémentaires : Chantilly, porte ferroviaire, et Senlis, porte autoroutière et patrimoniale.
- ♦ Les grands sites jouent un rôle de locomotives mais doivent être davantage reliés aux villages, sites secondaires, hébergements et itinérances. Le tourisme rural dans les villages alentour constitue à ce titre un levier de diffusion des flux et d'allongement des séjours.
- ♦ Les massifs forestiers constituent un marqueur identitaire fort, un support de ressourcement et un espace sensible à gérer durablement.
- ♦ La logique de destination suppose de transformer cette forte accessibilité en parcours de séjour lisibles et commercialisables.

Annexe 2

ANALYSE VER DE LA DESTINATION



Vision, Enjeux, Résultats attendus
de la démarche de destination

Vision

Faire de Chantilly-Senlis une **destination de courts séjours reconnue**, lisible et durable, complémentaire de Paris, conciliant histoire, nature, loisirs et art de vivre dans une logique de création de valeur pour le territoire.

Enjeux

- > **Transformer** les flux d'excursion en nuitées
- > **Mieux relier** les polarités de Chantilly, Senlis et des communes associées
- > **Structurer** la mise en marché et l'outillage de destination
- > **Améliorer** la qualité d'accueil, l'accessibilité et la médiation
- > **Préserver** les paysages, les forêts et les équilibres d'usage dans une logique REV3.

Résultats attendus

- > **Augmentation** de la durée de séjour et des nuitées marchandes
- > **Meilleure répartition** des flux dans le temps et l'espace
- > **Montée en gamme** et diversification de l'offre
- > **Progression** des consommations locales
- > **Renforcement** de la notoriété et de la satisfaction des clientèles.

Indicateurs de suivi à privilégier

- ☐ Fréquentation des grands sites et des sites secondaires.
- ☐ Nuitées marchandes, durée moyenne de séjour et saisonnalité.
- ☐ Nombre d'offres packagées, de contenus de mise en marché et de produits commercialisables.
- ☐ Taux de satisfaction, avis clients, visibilité numérique et performance des campagnes.
- ☐ Usage des itinérances douces et fréquentation des services associés.

Annexe 3

ACTEURS IMPLIQUÉS DANS LA MISE EN ŒUVRE



Région Hauts-de-France, Hauts-de-France Tourisme,
Oise Tourisme, CCAC, CCSSO et Office de Tourisme Chantilly-Senlis,
ainsi que les partenaires publics et privés : sites touristiques, hébergeurs,
restaurateurs, gestionnaires d'itinérance, opérateurs de mobilité, acteurs
culturels et patrimoniaux.

CATÉGORIE / STRUCTURE	RÔLE PRINCIPAL	CONTRIBUTION ATTENDUE
Région Hauts-de-France	Pilotage stratégique et financement	Co-animation, instruction des projets, mobilisation des politiques régionales et soutien financier.
Hauts-de-France Tourisme	Appui marketing et mise en marché	Segmentation des clientèles, outillage régional, campagnes, accompagnement marketing et mise en réseau.
Oise Tourisme	Appui départemental	Observation, valorisation départementale, conseil aux porteurs et articulation avec les démarches de l'Oise.
CC de l'Aire Cantilienne (CCAC)	Maîtrise d'ouvrage territoriale	Portage ou co-portage de projets, mobilisation des communes, aménagement et services.
CC Senlis Sud Oise (CCSSO)	Maîtrise d'ouvrage territoriale	Portage ou co-portage de projets, mobilisation des communes, aménagement et services.
Office de Tourisme Chantilly-Senlis	Animation de destination	Accueil, coordination du contrat, accompagnement des acteurs, observation, promotion et commercialisation.
Sites structurants (Parc Astérix, Domaine de Chantilly, Senlis, Chaalis, Raray, Hippodrome, Polo, Golfs)	Locomotives d'attractivité	Création d'offres de séjour, partenariats commerciaux, médiation et qualification de l'offre.
France Galop Hippodrome et Centre d'entraînement de Chantilly	Locomotive d'attractivité et expertise filière cheval	Programmation hippique (réunions de courses, Grand Prix du Jockey Club, Prix de Diane), organisation d'événements internationaux, partenariats et valorisation touristique de la filière cheval.
Ville de Senlis Voyage au temps des premiers rois de France	Locomotive patrimoniale (lauréat Mission Bern 2026)	Restauration et valorisation du Château royal et de la cave médiévale (Musée de la Vénérerie) ; spectacle immersif, restitution en réalité virtuelle (UTC) et médiation avec la Société de Sauvegarde de Senlis.
Hébergeurs, restaurateurs, loisirs	Chaîne de services	Montée en gamme, réservation, packages, accueil universel, diffusion de l'information touristique.
Gestionnaires d'itinérance et mobilités	Accessibilité / parcours client	Signalétique, intermodalité, services aux itinérants, continuité des parcours et information pratique.
Acteurs culturels, patrimoniaux et environnementaux	Médiation et valorisation	Programmation, interprétation, gestion des flux, sensibilisation et valorisation des patrimoines.

Cette annexe a vocation à être complétée, si nécessaire, par la liste nominative des acteurs associés au comité de pilotage, au comité technique et aux groupes de travail thématiques.

Annexe 4

PERSONNES CHARGÉES DE L'ANIMATION ET DE LA MISE EN ŒUVRE



STRUCTURE	RÉFÉRENT	RÔLE DANS LA MISE EN ŒUVRE
Région Hauts-de-France Mission Ingénierie Touristique et Attractivité	Virginie DELAPORTE	Co-animation, appui en ingénierie, articulation avec les politiques régionales et instruction des projets.
Hauts-de-France Tourisme	Christophe SERIEYS	Appui sur les marchés, les clientèles, la segmentation, la mise en marché et les outils régionaux.
Oise Tourisme	Leslie BRIAND	Contribution à l'observation, à la valorisation départementale, au conseil aux acteurs et à la coordination territoriale.
Communauté de Communes de l'Aire Cantilienne	Guillaume PICHOT	Promotion du Contrat auprès des communes ; En charge du sujet des hébergements touristiques ; Accompagnement, suivi de porteurs de projets, sur cette thématique.
Communauté de Communes Senlis Sud Oise	Laurence MIROUX	Promotion du Contrat auprès des communes ; En charge du sujet des hébergements touristiques ; Accompagnement, suivi de porteurs de projets, sur cette thématique.
Office de Tourisme Chantilly-Senlis	Olivier MALHERBE	Animation quotidienne du contrat, accompagnement des porteurs, coordination locale et suivi du plan d'actions.

NB : ces noms sont donnés à titre indicatif. En cas d'évolution, les parties s'engagent à s'informer mutuellement sans qu'il soit nécessaire de passer un avenant au contrat.

Rôle des référents

- ❖ **Assurer** le suivi opérationnel du contrat et la préparation des instances de gouvernance.
- ❖ **Faciliter** l'instruction des projets et la circulation des informations entre partenaires.
- ❖ **Coordonner** le reporting annuel, le suivi des indicateurs et la valorisation des actions engagées.
- ❖ **Garantir** l'articulation entre les actions de destination, les dispositifs régionaux et les démarches départementales et locales.

Annexe 5

MODALITÉS D'INTERVENTION DE LA RÉGION



Les Bénéficiaires

- ❖ Entreprises (hors personnes physiques agissant à titre particulier, hors statut agricole et SCI),
- ❖ Associations (Loi 1901)
- ❖ Collectivités locales
- ❖ Etablissements publics
- ❖ Offices de Tourisme

Les critères de sélection

L'initiative des dossiers présentés appartient au territoire, aux partenaires signataires du contrat et à la MITA de la région Hauts-de-France sur la base de la stratégie territoriale inscrite dans chaque contrat de destination. A ces critères s'ajoutent des critères de sélections régionaux :

Critères économiques

- ❖ Viabilité économique et pérennité confirmées par une étude préalable
- ❖ Création ou maintien d'emplois
- ❖ Formation des salariés
- ❖ Degré d'innovation du projet
- ❖ Impact en terme de fréquentation touristique et de consommation

Critères écoresponsables/REV 3

Le tourisme a vocation à se positionner au regard de la transition n°3 de la feuille de route 2022-2027 Rev3 du 23 juin 2022, celle des évolutions sociales et sociétales, notamment dans le domaine des usages et des besoins. Les critères seront réunis dans un guide référentiel qui s'appliquera aux projets ciblés dès sa validation.

Critères touristiques et marketing

- ❖ Création d'une ou plusieurs nouvelles offres expérientielles adaptées aux cibles clientèles de la destination
- ❖ Offre en lien avec les compétences prioritaires régionales et/ou les priorités touristiques régionales
- ❖ Cohérence de la chaîne de prestations (accès – accueil – hébergement – services)
- ❖ Mise en relation des porteurs de projet avec Hauts-de-France Tourisme en vue d'une éventuelle intégration de l'offre sur la plateforme Weekend Hauts-de-France

Les modalités d'intervention

Les projets proposés devront justifier d'un montant de dépenses éligibles supérieur à 30 000 €.

Les projets retenus seront accompagnés dans la limite des crédits annuels inscrits au budget prévisionnel.

Pour les projets en phase de maturation :

La Région propose une aide à l'ingénierie avec un taux d'intervention régionale maximum de **50% des dépenses éligibles**, dans la limite d'un **plafond d'aide fixé à 50 000 euros**.

Les dépenses éligibles sont les suivantes : les prestations d'études d'opportunité, de définition, de faisabilité, de programmation, de conception, préalables à la réalisation d'investissements, et réalisées par un bureau d'études.

Pour les projets en phase de réalisation :

La Région propose une aide à l'investissement et à la pérennisation avec un taux d'intervention régionale maximum de **30% des dépenses éligibles** pour les organismes publics et de **20%** pour les entreprises ou organismes assimilés, dans la limite d'un **plafond d'aide fixé à 200 000 euros** (sur une période de 24 mois).

Dépenses éligibles : Missions de maîtrise d'œuvre relatives à l'investissement concerné, travaux de second œuvre, investissements matériels relatifs à l'exploitation de l'activité du site ou de l'équipement concerné

Principales exclusions : Acquisition foncière, Travaux de gros œuvre, VRD, impôts et taxes, dotations aux amortissements et aux provisions, frais de gestion ou bancaire, charges exceptionnelles, signalétique non intégrée dans un projet touristique

Pour les temps forts, promotion et animation de la destination :

La Région accompagne le développement marketing des territoires et la mise en convergence avec la dynamique de marketing partagé de Hauts-de-France Tourisme ainsi que les temps forts de la destination d'envergure nationale, voire internationale et sur plusieurs jours avec nuitées sur le territoire.

La Région propose une aide pour les temps forts, promotion et animation de la destination avec un taux d'intervention régionale maximum de **30% des dépenses éligibles**, dans le cadre d'une répartition équilibrée des coûts entre l'ensemble des collectivités et financeurs publics et dans la limite d'un **plafond d'aide fixé à 100 000 euros**.

Principales exclusions : poste RH de la structure

Taux de subvention publique

Le porteur de projet s'engage à respecter le droit européen de la concurrence et ses régimes exemptés. Le taux de subvention publique maximum pour un projet, toute aide confondue est de :

- ♦ 80% pour un organisme public
- ♦ 50% pour entreprises ou organismes assimilés
- ♦ 60% pour entreprises ou organismes assimilés disposant d'une contrepartie LEADER, sauf si carence ou insuffisance de l'initiative privée

BASES JURIDIQUES

Règlement (UE) n°2023/2831 relatif à l'application des articles 107 et 108 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne aux aides **de minimis**, adopté par la Commission européenne le 13 décembre 2023 et publié au JOUE le 15 décembre 2023

Régime d'aides exempté n° SA.111728, relatif aux aides en faveur des **PME** pour la période 2024-2026, adopté sur la base du règlement général d'exemption par catégorie n°651/2014 de la Commission européenne, publié au JOUE du 26 juin 2014, modifié par les règlements 2017/1084 du 14 juin 2017 publié au JOUE du 20 juin 2017, 2020/972 du 2 juillet 2020 publié au JOUE du 7 juillet 2020, 2021/1237 du 23 juillet 2021 publié au JOUE du 29 juillet 2021 et 2023/1315 du 23 juin 2023 publié au JOUE du 30 juin 2023

Régime d'aide exempté n° SA.111666 relatif aux aides en faveur de la **culture et de la conservation du patrimoine** pour la période 2024-2026, adopté sur la base du règlement général d'exemption par catégorie n° 651/2014 de la Commission européenne, publié au JOUE du 26 juin 2014, tel que modifié par les règlements (UE) n°2017/1084 du 14 juin 2017 publié au JOUE du 20 juin 2017 et n°2020/972 du 2 juillet 2020 publié au JOUE du 7 juillet 2020, 2021/1237 du 23 juillet 2021 publié au JOUE du 29 juillet 2021 et 2023/1315 du 23 juin 2023 publié au JOUE du 30 juin 2023

Régime cadre exempté de notification N°SA.111817, relatif aux aides en faveur des **infrastructures sportives et des infrastructures récréatives multifonctionnelles** pour la période 2024- 2026, adopté sur la base du règlement général d'exemption par catégorie N°651/2014 de la Commission européenne, publié au JOUE du 26 juin 2014 tel que modifié par les règlements 2017/1084 du 14 juin 2017 publié au JOUE du 20 juin 2017, 2020/972 du 2 juillet 2020 publié au JOUE du 7 juillet 2020, 2021/1237 du 23 juillet 2021 publié au JOUE du 29 juillet 2021 et modifié par le règlement (UE) 2023/1315 du 23 juin 2023 publié au JOUE du 30 juin 2023

Régime d'aide exempté n° A.111668, relatif aux aides à finalité régionale (**AFR**) pour la période 2024-2026, adopté sur la base du règlement général d'exemption par catégorie N°651/2014 du 17 juin 2014 de la Commission européenne, publié au JOUE du 26 juin 2014, tel que modifié par les règlements 2017/1084 du 14 juin 2017 publié au JOUE du 20 juin 2017, 2020/972 du 2 juillet 2020 publié au JOUE du 7 juillet 2020, 2021/1237 du 23 juillet 2021 publié au JOUE du 29 juillet 2021 et 2023/1315 du 23 juin 2023 publié au JOUE du 30 juin 2023

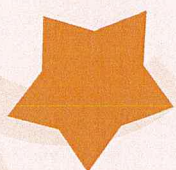
Envoyé en préfecture le 07/10/2026

Reçu en préfecture le 07/10/2026

Publié le 07/10/2026

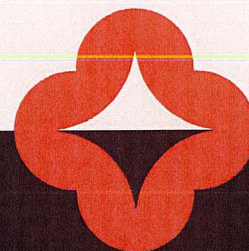
S²LOW

ID : 060-200066975-20261007-159_CC290926-DE



CHANTILLY-SENLIS

design graphique : okowoko.fr



Hauts-de-France
Tourisme



**OFFICE
DE TOURISME**
CHANTILLY-SENLIS