



CONTRAT DE DESTINATION TOURISTIQUE

« Sablons - Thelloise - Vexin »

2024 - 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 destination vers les contrats de destination touristique

Vu la candidature présentée,

Vu la délibération n° XX de la Commission permanente du Conseil régional en date du XX autorisant le président à signer le présent contrat de destination touristique,

Vu la délibération de la Communauté de Communes des Sablons en date du 26 juin 2025,

Vu la délibération de la Communauté de Communes Thelloise en date du 26 juin 2025,

Vu la délibération de la Communauté de Communes du Vexin-Thelle en date du 11 juin 2025,

Vu la délibération du Comité de Direction de l'Office de Tourisme Vexin en Pays de Nacre en date du 1er juillet 2025,

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

- Les EPCI composant la destination

Et d'autre part

- l'Office de tourisme Vexin en Pays de Nacre
- L'Agence de Développement touristique Oise tourisme

IL EST CONVENU CE QUI SUIT,

PREAMBULE

Contexte

↳ Vers une 4^{ème} révolution touristique

- **La 1^{ère} révolution touristique correspond à l'invention du tourisme en Europe à la fin du XVIII^{ème} siècle.** Au XVII, 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^{ème} 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^{ème} révolution touristique est celle de la mondialisation effective d'un tourisme en croissance exponentielle**, avec l'essor des classes moyennes, l'apparition des compagnies low cost a été l'un des facteurs de l'augmentation des voyages de cette classe moyenne ou supérieure. La mise en tourisme devient totale.
- **La 4^{ème} révolution touristique : l'enjeu c'est de réinventer sans détruire.** Cette 4^{ème} révolution du tourisme est inhérente à de profondes mutations aux plans économique, sociologique, numérique, écologique, ... avec un enjeu particulier afférent au tourisme durable

↳ La 3^{ème} Révolution Industrielle (REV3) en Hauts-de-France

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

- La transition énergétique, c'est choisir les sources d'énergie les moins émettrices de gaz à effet de serre et les plus renouvelables
- La transition écologique, c'est viser la sobriété et l'efficacité dans l'usage des ressources
- La transformation numérique, c'est repenser ses processus de production et de vente à l'aube du digital

- La transformation des modes de consommation, c'est repenser l'usage des produits, leur fabrication et leur fin de vie.

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

↳ 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 d'organisation territoriale, **la mise en place d'une politique de développement touristique efficace à l'échelle de la Région est liée à la capacité des collectivités à travailler ensemble sur le sujet.**

Pour ce faire, **la Région a engagé depuis 2017 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.

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, de fluidifier le parcours du visiteur et donc d'optimiser l'expérience client et sa satisfaction et de **transformer les territoires en destination touristique** dotée des atouts nécessaires à leur attractivité.

Cette ambition est l'objet principal de la démarche et 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 dialectique convergente nouvelle de développement touristique et de prendre des engagements réciproques afin de répondre aux défis touristiques de demain pour contribuer à l'attractivité régionale et au développement économique de la région.

Article 1 – Objet du « Contrat de Destination Touristique »

Le présent contrat formalise, à l'échelle de la destination Sablons-Thelloise-Vexin, 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, 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 et initiatives des différents échelons de collectivités et d'organismes gestionnaires de la destination concernés sont recherchées.

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 par le présent contrat.

Article 2 – Présentation de la Destination Sablons-Thelloise-Vexin

2.1. Présentation du territoire

◆ **Portrait Administratif du Territoire**

La Communauté de communes des Sablons, la Communauté de communes Thelloise et celle du Vexin-Thelle (ci-après désignées la Destination Sablons-Thelloise-Vexin) sont situées dans le département de l'Oise, en région Hauts-de-France.

Elles regroupent au total 99 communes, représentent 121 872 habitants (*chiffres du 1^{er} janvier 2025 sur les références RGP de 2022*) et s'étendent sur une superficie de 810 km², offrant un cadre naturel préservé aux portes de l'Île-de-France.

La Destination propose un ensemble territorial cohérent en partageant des dynamiques économiques, touristiques et naturelles communes (Cf. annexe 1).

◆ **Accessibilité et bassins de chalandise**

Située à proximité immédiate de l'Île-de-France et de la Normandie, la Destination Sablons-Thelloise-Vexin bénéficie d'une très bonne accessibilité :

- **Réseau routier** : desservie par l'Autoroute A16 ainsi que la RD1001, la RD 153 et la RD 923, permettant une liaison rapide avec Paris (50 mn) et les régions Hauts-de-France, Île-de-France et Normandie.
- **Transports ferroviaires** : 17 gares sont implantées sur le territoire ce qui permet une connexion ferroviaire efficace avec Paris (via la Gare Saint-Lazare et la Gare du Nord), la région parisienne et les grandes villes voisines (Beauvais, Chantilly, Clermont, Creil, Pontoise, Gisors...) facilitant ainsi les déplacements.
- **Proximité aéroportuaire** : la proximité des aéroports de Paris-Charles de Gaulle (45 minutes) et Beauvais-Tillé (30 minutes) constitue une porte d'entrée pour les flux touristiques nationaux et internationaux.
- **L'offre de mobilité** est riche sur l'ensemble de la destination permettant ainsi des déplacements en journée sur l'ensemble du territoire afin d'accéder aux principaux centres d'activités et des services.
- **Plusieurs offres de "transport à la demande"** sont proposées à différents endroits du territoire ainsi que des alternatives de **mobilités douces**. Ces offres permettent ainsi de rallier les gares, les centres-bourgs ainsi que les lieux d'attraction touristique.
- **Bassins de population à proximité** : La Destination rayonne sur un large bassin de chalandise incluant Paris et sa périphérie, attirant ainsi un public varié à la recherche de nature et d'authenticité.

La Destination Sablons-Thelloise-Vexin se trouve à proximité de grands sites et de pôles d'attractivité touristiques installés sur des territoires voisins qui pourraient servir le développement touristique du territoire tels que : le Château de Chantilly, la Cathédrale de Beauvais, le MUDO, Le Parc Astérix, la Mer de Sable, le Parc Saint Paul, la Base de Loisirs de Saint Leu d'Esserent, les châteaux de Compiègne, Pierrefonds et de Gisors, les villages de Gerberoy et de Giverny.

2.2. Pertinence de la Destination Sablons-Thelloise-Vexin

◆ Les marqueurs identitaires communs

Les Communautés de communes des Sablons, de la Thelloise et du Vexin-Thelle partagent une identité forte, façonnée par une histoire industrielle riche et un patrimoine naturel d'exception. Ce contrat de destination touristique vise à valoriser ces atouts en structurant une offre commune qui allie héritage industriel, savoir-faire d'aujourd'hui, préservation du patrimoine et développement d'un tourisme durable.

Historiquement marquées par une activité industrielle et artisanale importante, ces trois Communautés de communes conservent un tissu économique dynamique où les industries modernes côtoient des savoir-faire ancestraux. L'une des ambitions est de mettre en lumière cette mémoire industrielle à travers des parcours thématiques, des visites d'entreprises et des événements valorisant l'innovation et le patrimoine manufacturier.

Par ailleurs, ces territoires se distinguent par une nature préservée, entre forêts, vallées et espaces fluviaux. Le développement de l'écotourisme et des mobilités douces (randonnées, circuits cyclables, navigation fluviale) constitue un levier essentiel pour attirer un public en quête d'authenticité, de bien-être et de ressourcement. L'Oise et ses affluents (le Thérain, L'Esches), véritables atouts pour le tourisme fluvial et la valorisation des paysages, doivent être pleinement intégrés dans cette dynamique.

Enfin, les sites patrimoniaux tels que les monuments historiques (mémoire de guerre), les châteaux, les sites architecturaux historiques, les édifices religieux ou encore les villages de caractère doivent pouvoir être mis en réseau avec l'offre industrielle et environnementale afin de permettre de créer une destination cohérente et attractive, ancrée dans l'histoire, mais tournée vers l'avenir.

Dans sa volonté de structurer et de développer le tourisme sur son territoire, la Communauté de communes Thelloise a mené, en 2023/2024 une étude de stratégie touristique qui démontre que son offre pourrait être optimisée en s'appuyant sur les richesses des territoires à proximité. De plus, les offres touristiques étant éparpillées sur le territoire, une meilleure communication et une mise en réseau ne pourront être que bénéfiques.

Ainsi, une collaboration avec les territoires voisins des Sablons et du Vexin-Thelle apparaît essentielle pour renforcer l'attractivité du territoire et favoriser une approche plus large et cohérente du développement touristique.

La Communauté de communes des Sablons a délégué dès 2010 sa compétence Tourisme à l'Office de tourisme des Sablons, prenant ainsi la suite du syndicat d'initiative local. C'est en 2022 que la Communauté de communes du Vexin-Thelle a, à son tour, délégué sa compétence Tourisme à l'Office de tourisme et est venue rejoindre la structure qui est ainsi devenue intercommunautaire. Les deux Communautés de communes s'appuient depuis lors sur l'EPIC Office de tourisme Vexin en Pays de Nacre pour mettre en œuvre leur politique de développement touristique.

Ce projet collectif a pour ambition de renforcer l'attractivité touristique des trois territoires, en capitalisant sur leur complémentarité et en affirmant leur position comme porte d'entrée naturelle et stratégique entre l'Île-de-France et la Normandie.

◆ Les ambitions politiques communes

Conscientes du potentiel de leur territoire et de la nécessité de mener une action concertée en matière de développement touristique, les trois Communautés de communes s'engagent dans la signature d'un contrat de destination touristique. Ce contrat marque la volonté partagée de construire une stratégie commune, ambitieuse et cohérente.

Le tourisme est ainsi reconnu comme un levier essentiel de développement économique, générateur d'attractivité, de retombées économiques locales et créateur d'emplois durables. Ce contrat a vocation

à renforcer l'image du territoire comme destination touristique, tant pour les visiteurs de proximité que pour des clientèles plus lointaines.

Les trois collectivités souhaitent également unir leurs forces autour de projets structurants à vocation extraterritoriale, susceptibles de renforcer l'attractivité de leur destination.

Elles entendent notamment tirer pleinement parti de leur proximité avec l'Île-de-France, bassin de population et de clientèle à fort potentiel, en s'attachant à développer une offre touristique adaptée aux attentes de ces visiteurs et en facilitant leur accès au territoire.

◆ **L'histoire commune de coopération**

La dynamique de coopération intercommunale ne date pas d'hier. Les trois Communautés de communes ont su, par le passé, tisser des liens autour de projets partagés, témoignant d'une volonté de travail collectif.

L'une des premières démarches structurantes a été la mise en place du Contrat de Pays, actif de février 2009 à décembre 2021. Ce contrat avait pour objectif de porter des projets communs, notamment en matière de développement durable, de mobilité, et de valorisation du patrimoine. Il a pris fin à la suite de la dissolution du Syndicat mixte du Pays Vexin-Sablons-Thelle, mais il a laissé une empreinte dans la culture de coopération locale.

Parmi les thématiques communes aux trois Communautés de communes figure celle du développement des infrastructures de mobilités douces, qui est un axe stratégique dans le cadre du développement touristique durable.

D'autre part, nous pouvons aussi citer une coopération avec le Syndicat Mixte d'Assainissement des Sablons (SMAS) qui regroupe des communes des 3 EPCI.

Au fil des années, les trois collectivités ont organisé des rencontres, formelles et informelles, pour échanger sur leurs stratégies de développement, leurs projets touristiques et les opportunités de collaboration. Ce dialogue continu a jeté les bases d'une gouvernance partagée, propice à la réussite du présent contrat.

Article 3 – Les ambitions et les axes opérationnels de la Région et de la destination

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 destination touristique répond à la volonté de la Région et de Hauts-de-France Tourisme d'accompagner les territoires dans leur transformation visant à en faire des destinations reconnues et recommandées par les clientèles de proximité, de voisinage et internationales. Pour ce faire, il s'agit notamment d'assurer la cohérence et l'articulation des projets, des actions et des outils entre les différents niveaux de collectivités et d'organismes territoriaux de tourisme au regard de leurs enjeux respectifs.

Pour ce faire, au regard des différentes évolutions du tourisme, l'attractivité d'une destination passe nécessairement par :

- Une identification précise de ses marchés et clientèles cibles complétée par une approche segmentée de ces clientèles afin de 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 afin de l'adapter aux attentes de ces clientèles pour renforcer sa lisibilité,
- Une stratégie partagée de mise en marché au niveau local, national et international pour optimiser sa notoriété et son image.

L'objectif est ici d'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 à la destination dans la définition de sa stratégie de développement et de marketing touristique, la Région Hauts-de-France et Hauts-de-France Tourisme l'accompagneront dans la mise en œuvre des actions concrètes exprimées au présent contrat qui répondent aux priorités conjointement définies en termes de transformation de l'offre et de mise en marché.

Après avoir engagé dès 2017 une 1^{ère} génération de contrat de rayonnement touristique, la Région et Hauts-de-France Tourisme proposent une 2^{ème} génération de contrat davantage axée sur la notion de destination touristique centrée sur l'approche client et la transformation de l'offre pour la faire correspondre aux attentes de la clientèle et intégrant les étapes du marketing et de la mise en marché.

Par ailleurs, au volet territorial de la politique touristique, 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 sous toutes ses formes, le tourisme de mémoire, la médiation et la ludification des patrimoines ou encore le tourisme gourmand et gastronomique. Ces projets régionaux pourront ainsi, au regard des atouts et enjeux de la destination, s'ancrer dans le plan d'actions de la destination.

◆ Les cibles du territoire

- Les couples de promeneurs chaleureux
- Les rassemblements familiaux ou amicaux

3.1. Présentation de la stratégie de développement touristique et marketing de la destination

3.1.1 Positionnement de l'offre existante (SWOT)

Forces ● - 🍊

- Positionnement géographique stratégique et modes d'accessibilité multiples (autoroute, gares, aéroports internationaux...)
- Un territoire calme en campagne et proche de Paris, avec de bons accès routiers et ferroviaires
- Des activités de pleine nature à fort potentiel, avec présence de l'eau et de parcours de randonnée
- Un patrimoine riche et une histoire locale à valoriser, dont un patrimoine industriel
- Des villages préservés et entretenus
- Une dynamique territoriale autour du développement économique
- La présence d'entreprises performantes sur le tourisme d'affaire et d'accueil de groupes
- Croissance démographique dans une dynamique positive
- Infrastructures sportives (centres aquatiques, golfs, gymnases, paddle, structures multisport, stade de foot et cécifoot)
- Artisanat local en plein essor
- Deux communes membres du Parc Naturel Régional Oise-Pays de France (Boran-sur-Oise et Précý-sur-Oise) et à proximité immédiate du Parc Naturel Régional du Vexin Français.
- Chaumont-en-Vexin, homologuée Petite Cité de Caractère
- Exemple du financement du projet « Accueil Vélo ».
- Des projets émergents à soutenir et à valoriser (Moulin de Saint Félix, la Plage du Lys, porteurs de projets d'offres d'hébergement, Mission Thérain...)
- Pression concurrentielle des destinations plus établies

Faiblesse ● - ⚠

- Cible touristique pas réellement identifiée en termes de publics
- Hébergements peu adaptés pour l'accueil de groupes, manque de diversité de l'offre
- Saisonnalité des ouvertures des lieux de loisirs, de culture
- Horaires d'ouverture des restaurants peu adaptés aux besoins des visiteurs
- Une offre globale à développer et à structurer
- Dessertes locales dans les villages sans gares
- Recul de l'activité commerciale en centre-ville, impactant l'attractivité territoriale
- Manque de structuration dans une stratégie de marketing et de communication commune

Opportunités ● - 🚀

- Des réseaux thématiques et itinérants peuvent voir le jour, en adéquation avec l'offre du territoire (artisans d'art, savoir-faire, Chemin Stevenson, Chemin de Saint-Jacques de Compostelle...)
- Proximité du bassin parisien
- Des dynamiques communes qui émergent avec des territoires voisins avec la mise en réseau des acteurs (Ex. : Club Groupes Oise)
- Capter les touristes et visiteurs des points d'attractivité touristiques des territoires voisins
- Une offre touristique diffuse mais qui correspond aux attentes actuelles de publics urbains et de proximité
- Possibilité de combler un manque sur l'offre en commerces et restauration locale
- Recherche croissante d'authenticité de la part des touristes, développement de leur intérêt pour le slow tourisme et la déconnexion

Menaces ● - 🌪

- Situation économique et sociale sous tension
- Une concurrence accrue de territoires comparables
- La difficulté pour la puissance publique à soutenir directement des initiatives privées
- Éclatement du territoire au profit des grands pôles urbains avoisinants

◆ ANALYSE

Forces X Opportunités

Définir pour la Destination un positionnement distinctif, reposant notamment sur la promotion de la mobilité douce, la mise en valeur de son patrimoine naturel, ainsi que le développement du tourisme industriel et artisanal.

Situé à proximité immédiate de l'Île-de-France et de la Normandie tout en offrant un cadre calme et préservé, le territoire bénéficie d'un positionnement géographique stratégique, renforcé par une accessibilité multiple (autoroutes, gares, aéroports).

Il conjugue un environnement naturel riche, propice aux activités de pleine nature et au slow tourisme, ainsi qu'un patrimoine historique et industriel privilégié.

L'essor de l'artisanat local, l'offre de tourisme professionnel et événementiel en développement et une dynamique territoriale forte permettent de soutenir des projets innovants d'hébergement, d'animations ou de réseaux thématiques.

En lien avec les territoires voisins et les Parcs Naturels Régionaux, cette destination se structure autour d'une offre cohérente, durable et attractive, répondant pleinement aux attentes des publics en quête d'authenticité, de proximité et d'expériences.

Forces X Menaces

La stratégie sera de capitaliser sur les avantages compétitifs de la Destination, en mettant en avant son authenticité et sa capacité à proposer des expériences insolites.

Les orientations prioritaires doivent viser à renforcer l'attractivité propre du territoire, soutenir la structuration de projets locaux et miser sur la différenciation (*patrimoine industriel, tourisme de nature, offre de proximité*).

La mise en réseau des acteurs, l'accompagnement des initiatives privées et la valorisation d'un tourisme authentique et durable, en lien avec les valeurs portées par les EPCI, apparaissent comme les leviers clés pour affirmer la singularité du territoire dans un environnement concurrentiel avec des destinations touristiques plus établies.

Ce positionnement permet de répondre aux attentes croissantes des visiteurs en quête d'authenticité, privilégiant des expériences immersives, loin des flux touristiques de masse et des sites les plus fréquentés.

Faiblesses X Opportunités

Initier un travail collaboratif entre les acteurs de la Destination, afin que les opportunités identifiées par certains puissent répondre aux faiblesses rencontrées par d'autres.

Bien que la Destination doive encore structurer son offre touristique et travailler sur le développement des hébergements, elle bénéficie d'un ensemble d'opportunités porteuses.

Ainsi, la dynamique commune des trois territoires à faire émerger la Destination Sablons-Thelloise-Vexin crée un contexte favorable pour repenser l'accueil touristique dans une destination où seulement deux EPCI sur trois disposent d'un office de tourisme.

La mise en réseau des acteurs permettra de renforcer l'attractivité globale du territoire tout en comblant ses fragilités actuelles.

3.1.2 Présentation de la stratégie actuelle marketing de la destination

Indépendamment de la volonté de mettre en place un Contrat de Destination Touristique, les 3 EPCI, ainsi que l'Office de tourisme entreprennent des initiatives favorisant les synergies touristiques entre elles.

→ **Promotion croisée à travers les éditions touristiques de chacun.**

À l'occasion de la réalisation de brochures touristiques, chaque EPCI ainsi que l'Office de tourisme Vexin - Pays de Nacre pour le Vexin-Thelle et les Sablons, veillent à valoriser l'ensemble des territoires partenaires. Cela se traduit notamment par la mise en avant de sites d'intérêt majeurs, d'itinéraires de visite ou de villes voisines à forte attractivité touristique.

→ **Valorisation au travers de l'accueil de l'Office de tourisme.**

L'accueil physique au sein de l'Office de tourisme constitue également un vecteur important de promotion des territoires des trois EPCI. Les conseillers en séjour orientent les visiteurs vers les sites incontournables, les itinéraires de randonnée, les activités de loisirs ainsi que l'offre d'hébergement locale, en intégrant une approche intercommunautaire.

→ **Mise en place d'un circuit cyclotouristique.**

La création du parcours de randonnée cyclable "Au Pays de la Nacre" a permis de mettre en lien les territoires et de les valoriser auprès des cyclotouristes. Ce parcours est promu à travers des supports de communication en ligne (plaquette numérique, site web, base de données départementale).

→ **La collaboration Tourinsoft : promotion des lieux phares.**

À travers la base de données touristique Tourinsoft, l'Office de tourisme assure une diffusion élargie des événements et sites emblématiques des trois EPCI. Ces informations sont visibles en ligne par le grand public et accessibles à l'ensemble des Offices de tourisme de l'Oise, renforçant ainsi la visibilité du territoire à l'échelle départementale.

→ **La commercialisation de produits à destination des groupes.**

L'Office de tourisme Vexin en Pays de Nacre commercialise des journées groupes intégrant des prestations issues de la Destination Sablons-Thelloise-Vexin. Ces offres combinent activités de loisirs et offres de restauration. Elles sont diffusées via différents canaux : brochure de l'Office de tourisme, supports à l'échelle départementale, auprès de la base de données ADN Tourisme, salons touristiques, etc.

3.2. Les axes opérationnels de développement de la destination

Les axes opérationnels et leurs objectifs ont été définis par la destination, croisés avec les segments de clientèles et les offres à développer, il en ressort les priorités suivantes :

3.2.1. Axes opérationnels en fonction des cibles

Les cibles retenues sont :

- ◆ **“Rassemblements familiaux et amicaux”** : cf. annexe n°2
- ◆ **“Les promeneurs chaleureux”** : cf. annexe n°3

1. Valorisation du patrimoine naturel

- ◆ Cible “Promeneurs chaleureux” : en développant les circuits de randonnées (*création et maillage des voies douces*), les activités en lien avec la nature et l'eau (*Oise et Thérain*) afin de renforcer l'image de la Destination comme territoire de ressourcement.
- ◆ Cible “Regroupement familiaux et amicaux” : en développant les activités de loisirs et de plein-air afin de permettre aux touristes de découvrir la richesse du territoire avec une offre divertissante et différenciante. Création d'équipement dédiés aux activités de loisirs (ex. : *location de vélos, canoës*)

2. Développement du tourisme expérientiel

- ◆ Cible “Promeneurs chaleureux” et “Regroupement familiaux et amicaux” : Permettre la création d'activités authentiques et innovantes, qui mettent en lumière le patrimoine ainsi que le savoir-faire local.
- ◆ Diversifier l'offre actuelle en permettant l'émergence de nouveaux projets innovants ouverts toute l'année.

3. Mise en réseau des savoir-faire locaux et artisans

- ◆ Cible “Promeneurs chaleureux” : en valorisant les industries locales et de traditions pour une offre touristique différenciante.

4. Accompagnement et développement de l'offre d'hébergements

- ◆ Cible “Regroupement familiaux et amicaux” : favoriser la création ou le développement d'hébergement de grande capacité et de qualité pour l'accueil de ces groupes spécifiques.
- ◆ Cible “Promeneurs chaleureux” : favoriser la montée en gamme de l'offre existante ainsi que les infrastructures de types mobilités douces et ressourcement, pour répondre aux attentes des visiteurs.

5. Développement et promotion d'une offre de restauration

◆ Cible "Regroupement familiaux et amicaux" : capacité d'accueil renforcée et jours d'ouverture adaptés à cette clientèle, proposition d'activités annexes à la restauration pour occuper les familles et les amis entre les plats. Valorisation des produits locaux au travers de lieux dédiés et d'activités spécifiques.

◆ Cible "Promeneurs chaleureux" : restauration qui met en avant les spécificités / spécialités et les produits du territoire, en valorisant ses atouts et son identité, afin de faire vivre une expérience privilégiée aux visiteurs.

6. Accompagnement des projets à dimensions patrimoniale et architecturale

◆ Cibles "Promeneurs chaleureux" et "Regroupement familiaux et amicaux" : accompagner la restauration des sites patrimoniaux et architecturaux dans le but de valoriser les sites peu ou pas exploités touristiquement.

◆ Cible "Regroupement familiaux et amicaux" : mise en valeur des sites patrimoniaux avec la création de parcours ludiques / culturelles au moyen de signalétiques adaptées.

◆ Encourager la création d'une offre accessible toute l'année.

Ce contrat de destination touristique, porté par la Région Hauts-de-France, constitue une opportunité majeure pour renforcer la notoriété et l'attractivité de la Destination Sablons-Thelloise-Vexin en s'appuyant sur ses atouts naturels, économiques et touristiques.

3.2.2. Les axes de coopérations avec les territoires voisins

Quelles autres coopérations s'opèrent avec les voisins et sur quelles thématiques ou cibles

→ L'itinérance et les mobilités douces

Ces thématiques constituent un axe stratégique de développement pour chacun des trois EPCI formant la Destination Sablons-Thelloise-Vexin". Au-delà de la valorisation des mobilités douces et de l'aménagement d'itinéraires dédiés et de voies adaptées à ces pratiques, les trois territoires s'engagent et veillent au renforcement du maillage entre les parcours de randonnées pédestres, cyclables et équestres sur la Destination et avec les territoires voisins. Notamment avec le passage de l'Avenue-Verte Londres Paris, à cheval entre l'ouest de la Destination et la Normandie, la création de la boucle cyclable des Deux Vexin au Pays de Nacre, qui traverse également l'Île-de-France et la Normandie ou encore la Trans'Oise, qui passe à l'est de la Destination et qui s'étend à travers le département de l'Oise.

De cette même façon, la création ainsi que la consolidation des liens entre ces parcours d'itinérances et les gares qui desservent des lieux touristiques s'inscrivent dans la continuité de ces axes de développement.

→ Le fluvial

Les activités fluviales offrent un cadre exceptionnel pour découvrir autrement la richesse du territoire. Que ce soit en bateau, en canoë, à vélo le long des berges ou à pied sur les chemins de halage, les rivières et cours d'eau invitent à la détente, à l'exploration et à la convivialité. Véritable atout touristique et écologique, le patrimoine fluvial de l'Oise met en valeur la nature tout en favorisant un tourisme doux et durable.

→ Le patrimoine industriel

La forte présence du patrimoine industriel, sur l'ensemble de la destination, offre des opportunités de valorisation et d'interconnexions qui dépassent l'échelle intercommunale. Deux sites de visites liés à ce

patrimoine se distinguent particulièrement et sont recensés parmi les 10 sites les plus visités dans l'Oise, dans la catégorie patrimoine industriel, artisanal et technique :

- Le Musée de la Nacre et de la Tableterie à Méru avec plus de 20 000 visiteurs en 2023
- Le Musée de la Brosserie de Saint-Félix avec plus de 1500 visiteurs en 2023

→ **Artisanat d'art**

L'artisanat d'art, également composé d'anciennes industries, ouvre de nouveaux champs et de nouvelles opportunités à partager avec les territoires voisins. Des dynamismes, évènements et mise en place de stratégies communes font de la Destination, un vrai territoire attractif en termes d'artisanat d'art. Ce qui encourage la mobilité ponctuelle et parfois pérenne d'artistes dont le savoir-faire est mis en avant à travers différentes démarches comme le Circuit des artistes du Vexin-Thelle.

→ **Commercialisation de produits touristiques à l'échelle départementale**

La coopération avec les territoires voisins se manifeste également par la commercialisation commune de produits touristiques. Comme précédemment évoqué, les Offices de tourisme de l'Oise, sous la forme du "Club Groupe Oise", proposent aux touristes, des journées en groupes à travers le département. Cette initiative permet à chaque Office de tourisme de promouvoir sa zone d'intervention, celle des structures voisines mais également des zones dites "blanches", qui ne disposent pas d'Office de tourisme.

L'Office de tourisme Vexin - Pays de Nacre met en avant, à travers ce "Club Groupe Oise" non seulement des lieux de visites, artisans, producteurs locaux et restaurants de son territoire, mais aussi ceux de la Communauté de Communes Thelloise.

Article 4 – Les engagements réciproques des signataires du contrat

4.1. Une sélection commune des actions à soutenir

Il est convenu entre la Région, Hauts-de-France Tourisme et la structure, qui co-exercent l'animation du présent contrat, qu'ils 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'envisager et d'optimiser les possibilités de financements pour la mise en œuvre des actions au titre du présent contrat mais aussi des autres politiques mises en œuvre par la Région.

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 trois points :

- La production d'idées découvertes originales à la journée segmentées, à destination de la cible « habitants »
- La production d'offres de séjours segmentées pour le marché français, sur la plateforme régionale weekend-hautsdefrance avec l'engagement d'un ou de plusieurs marketeurs à l'échelle de la destination dans le processus régional de « customisation »
- La contribution à la conception d'offres produits illustrés sous la forme de carnets de séjours sur les marchés étrangers visés par le territoire en lien avec les business développeurs de Hauts-de-France Tourisme.

Diffuser et à faciliter la diffusion du magazine « Esprit Hauts-de-France » dans les points et bureaux d'accueil de la destination et dans les principaux sites touristiques,

Disposer et alimenter un SIT (Système d'Information Touristique) connecté au SIT d'Hauts-de-France Tourisme,

Favoriser l'utilisation d'outils de réservation chez les hébergeurs, compatibles avec l'outil de la plateforme régionale weekend-hautsdefrance. »,

Organiser des ateliers de mise en synergie des communications en partenariat avec Hauts-de-France Tourisme, à l'occasion desquels les territoires inviteront leurs professionnels de la communication (communication, community managers, relations presse...) :

↳ Hauts-de-France Tourisme y partagera la marque touristique régionale "La Générosité naturelle" et ses signes d'expression, qui pourront à ces occasions être enrichis d'illustrations territoriales et seront à mis à la disposition des professionnels de la communication

↳ Les participants seront invités à rejoindre un réseau régional de communicants du tourisme, réseau d'échanges et de partage des contenus qui transforment le regard sur la région, grâce au tourisme.

Co-animation.

4.3. Engagement de Hauts-de-France Tourisme

- Appui au travail sur les marchés et les clientèles ainsi qu'à la segmentation des clientèles
- Lien avec les Organismes Gestionnaires de Destination (OGD)
- Observation : au regard de la réorganisation de l'écosystème d'observation, définir entre OGD les modalités de mise en place d'un système d'observation partagé
- Accompagnement marketing des porteurs de projet (guichet unique)
- Mise à disposition des données relatives aux études et enquêtes menées
- Intégration des projets issus du contrat dans la plateforme weekend-hautsdefrance et connexion entre les contrats de destination et l'onglet « destination » du portail
- Co-animation

4.4. Engagement de la Région

- Ingénierie □ co-animation, accompagnement des porteurs de projet, guichet unique
- Déclinaison des projets régionaux
- Mise en cohérence des projets inter-contrats
- Financement en indiquant la priorité à l'investissement
- Lien avec les autres politiques régionales
- Contrat = porte d'entrée sur les politiques régionales pour les projets transversaux

4.5. Engagement de l'ADT Oise Tourisme

- Collaboration avec les signataires de cette convention
- Aide au développement, à la mutation de l'offre d'activités et à la digitalisation de l'offre auprès des prestataires du territoire
- Fourniture de données de cadrage issues de l'Observatoire, complémentaires aux données régionales
- Accompagnements des socio-professionnels dans la qualification de leur offre : Classement et labels des projets privés et de territoire
- Valorisation du rôle de l'Office de tourisme et du Service Tourisme des EPCI dans les actions entreprises
- Travail avec les signataires pour définir, piloter et manager les objectifs et indicateurs associés

Article 5 – Gouvernance et ingénierie au service de la mise en œuvre du contrat

L'animation du contrat sera assurée par la CC Thelloise la CC du Vexin-Thelle, celle des Sablons et l'Office de tourisme Vexin en Pays de Nacre. Elle sera appuyée dans ce cadre par la MITA (*Mission Ingénierie Touristique et Attractivité*) du Conseil Régional, Hauts-de-France Tourisme et Oise Tourisme.

5.1. Comité politique de pilotage

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

- Région Hauts-de-France : le Président ou son représentant
- Hauts-de-France Tourisme : le Président ou son représentant
- Les EPCI signataires : Le Président de chaque établissement ou son représentant
- L'Office de Tourisme : Le Président ou son représentant
- L'Agence Oise Tourisme : la Présidente ou son représentant

Ce comité pourra désigner en son sein un comité d'engagement chargé d'étudier et de valider les projets touristiques déposés dans le cadre des demandes de subvention (adéquation aux objectifs du présent contrat de destination touristique).

5.2. Comité de suivi technique

Le socle du comité de suivi technique est constitué par les personnes chargées de l'animation et de la mise en œuvre du présent contrat. En fonction des thématiques abordées en Comité de suivi technique, celles-ci pourront associer dans leurs réflexions les différents acteurs impliqués dans la mise en œuvre des actions du présent contrat.

5.3. Définition des rôles et des fonctions du COPIL et du COTECH

Le COPIL:

Le Comité de Pilotage se réunit au démarrage du contrat puis au moins une fois par an.

Il veille au respect des orientations définies dans le contrat, en examinant notamment le bilan des actions menées et des projets soutenus. Il fixe également les priorités annuelles.

Ce comité fait partie intégrante de la gouvernance de la nouvelle stratégie mise en œuvre par la Destination "Sablons-Thelloise-Vexin".

Le COTECH:

Le Comité technique étudie les projets touristiques déposés dans le cadre des demandes de subvention. Il se réunit de façon régulière, ainsi qu'à chaque fois que des projets nécessiteront une discussion. Il veille à ce que les projets soumis, qu'ils soient au stade de sollicitation ou de dépôt pour subventions, soient en adéquation avec la stratégie définie dans le présent contrat et conformes aux politiques de développement.

Le Comité technique examine les dossiers présentés et émet un avis d'opportunité, qui sera ensuite transmis pour l'instruction par la Région Hauts-de-France.

Le COTECH assurera le lien avec le COPIL.

Article 6 – Évaluation et indicateurs de performance

Afin d'évaluer les effets du contrat sur la Destination et sur l'économie touristique, 3 types d'indicateurs sont définis :

1. Indicateurs de traitement des dossiers et des projets accompagnés

- Nombre de dossiers traités par le Comité Technique
- Nombre de projets accompagnés et soutenus par le Comité Technique
- Dossiers acceptés/rejetés : nombre de dossiers approuvés, révisés ou rejetés
- Subventions attribuées : montant total des subventions et montant moyen par dossier

2. Indicateurs géographiques et typologiques

- Localisation des projets : carte des projets soutenus
- Typologie des porteurs de projet : classification des porteurs de projets par secteur d'activité
- Typologie des clientèles cibles : identification des clientèles visées par les projets
- Types de projets : nature des projets (hébergements, activités, restauration....)

3. Indicateurs liés au contrat

- Nombre de nouvelles offres créées : nombre d'offres ou de produits touristiques customisés créés ou structurés
- Offres sur la plateforme Week-Ends Hauts-de-France : nombre d'offres promues sur la plateforme
- Accompagnement des prestataires : nombre de prestataires (nouveaux et existants) accompagnés et nature du projet
- Satisfaction des professionnels : niveau de satisfaction et taux de concrétisation des professionnels accompagnés

Article 7 – Durée du contrat

Le présent contrat entre en vigueur à la date de sa signature. Il couvre la période 2024-2027 et engage l'ensemble des signataires.

Article 8 – Communication

Les 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.

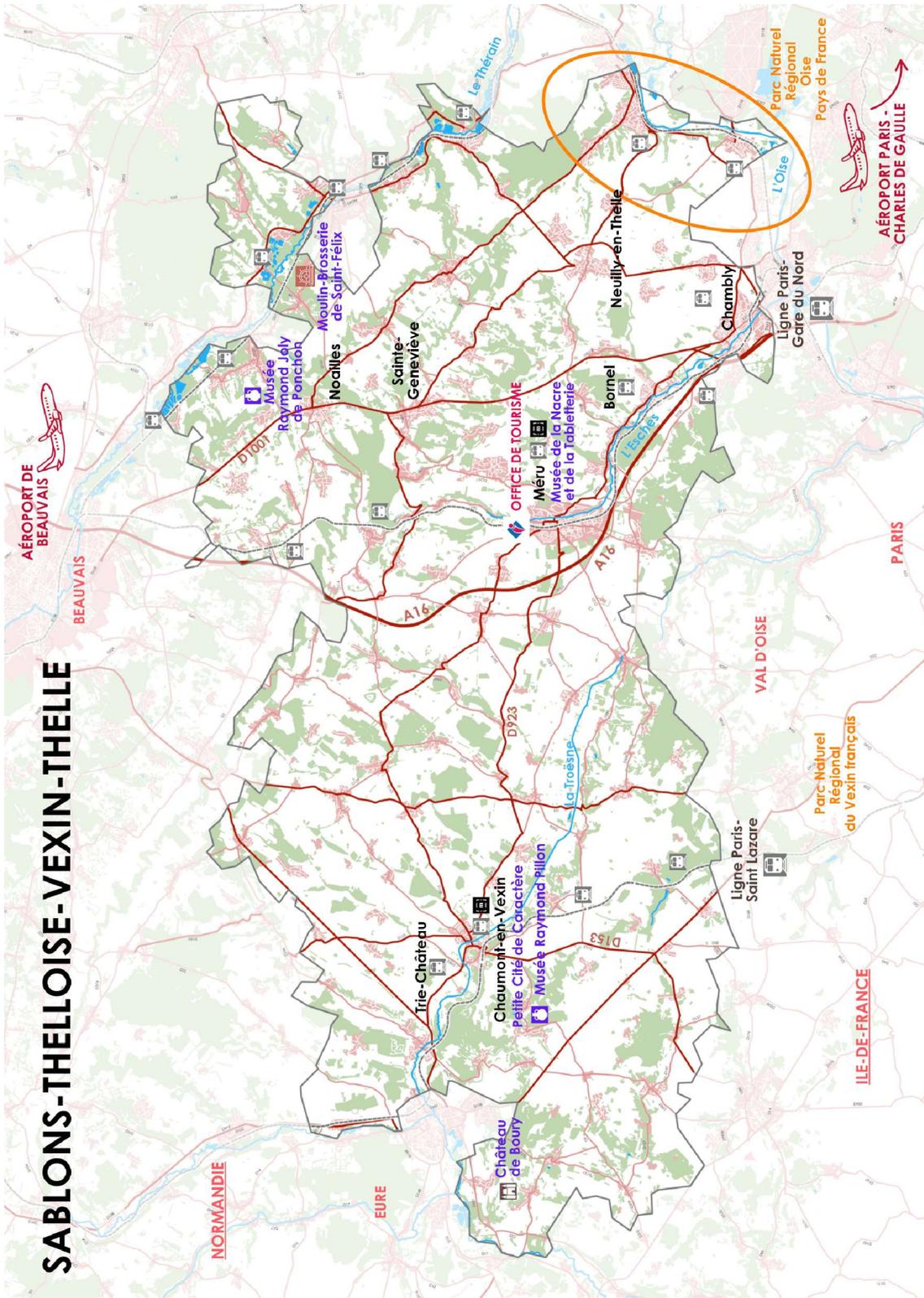
Les partenaires signataires s'engagent à faire mention du présent partenariat dans le cadre des décisions prises en application du présent contrat.

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.

ANNEXE 1

CARTE TOURISTIQUE DE LA DESTINATION



ANNEXE 2

FICHE CIBLE « Rassemblements familiaux et amicaux »

(Analyse de l'offre existante, priorités d'actions et axes opérationnels)

Définition / mots-clés de la cible « Rassemblements familiaux et amicaux » :

Groupes souvent composés d'adultes, de 25 à 65 ans. Ils n'ont pas d'enfants ou les enfants sont grands. Ils sont dynamiques et utilisent leur temps libre pour eux. Ils ont des profils « grégaires », appréciant la communauté, l'esprit de groupe. Un événement peut déclencher l'envie de séjour. Ils recherchent du plaisir, de l'amusement convivial. Ils ont envie de découvrir, de sortir de l'ordinaire. Ils ont un besoin de confort de plus en plus marqué et des contraintes budgétaires plus ou moins fortes, dépendantes de l'âge. Ils ont besoin de s'amuser et rire avec de la famille ou des amis et de partager des moments forts et de complicité.

Besoins :

Besoins prioritaires : Cultiver, resserrer les liens d'amitié en partageant des moments de convivialité et d'amusement. Le bonheur d'être ensemble et de créer des souvenirs.

Besoins complémentaires : Découvrir ensemble de nouveaux lieux, de nouvelles activités en se divertissant. Se ressourcer, rompre avec le quotidien, s'évader : être soi-même et oublier le quotidien.

Facteurs clés de succès :

- ++ Hébergement spacieux et confortable et des propositions du prestataire d'hébergement en cas de mauvais temps
- ++ Accueil chaleureux et convivial
- ++ Activités multiples (culturelles, ludiques, ateliers...) mais pas de visite organisée
- + Restauration de qualité, produits locaux et carte variée dans une ambiance conviviale et festive, lieu spacieux, capable d'accueillir des groupes
- + Accessibilité aux gares

Priorités d'actions en commun :

- 1/ Développer une offre de restauration de groupe** tout en valorisant le terroir
- 2/ Favoriser le tourisme expérientiel**, des activités authentiques et innovantes, qui mettent en lumière le patrimoine ainsi que le savoir-faire local
- 3/ Développer les activités de loisirs et les sports de plein-air** à travers la promotion du patrimoine naturel et dans le but de proposer une offre divertissante et différenciante
- 4/ Encourager l'offre d'hébergements de groupe** et accompagner les hébergeurs vers une montée en gamme

Offre existante sur la Destination :

Activités / loisirs	<ul style="list-style-type: none">- Parc Hérouval- Canoepte, Club de Hermes (sorties en canoë),- Golf de Rebetz, Golf de Bertichères et Golf des Templiers (initiations golf),
---------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Complexe Aquatique Aquathelle, Complexe aquatique Aquavexin, Centre aquatique Aquoise - Le Relais du Vexin – location de vélos - Balades dans les communes du PNR – Parc Naturel Régional - Les Jardins de Morainval - Fermes pédagogiques <p>Et : (loisirs)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Centres équestres - Mini-golfs (outdoor, indoor, paddle) - Cinémas - Pêche - Salles d’arcades, laser game, escape game, paintball, trampoline parc <p>Et : (artisanat)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Laeti Céramiques (cours et initiation à la céramique), - Perle de Savon (ateliers création de savon), - La Féerailleuse (ateliers créatifs), - Faïence Ponchon (visite d’atelier, expositions) - Confitures l’Autre Saison (visite d’atelier et achat de produits locaux)
Aménagements, offres	<ul style="list-style-type: none"> - 70 parcours de randonnée - la Trans’Oise - l’Avenue verte Paris-Londres - la Boucle des deux Vexin au Pays de Nacre
Sites patrimoniaux, culturels et historiques	<ul style="list-style-type: none"> - Moulin de la Brosserie et Musée de Saint-Félix (concerts, animations, visites) - l’Observatoire Charles Lestras (visites, expositions...) - Musée de la Nacre et de la Tableterie (ateliers, escape game, événements) - Musée Raymond Pillon (expositions, événements) - Château de Boury (jeux dans le parc du château) - Dolmen de la Pierre aux Fées (sépulture collective du néolithique) - Musée Raymond Joly
Gastronomie	<p>Restaurants :</p> <p>Aux Trois Fleurs, Restaurant du Golf de Rebetz, Restaurant du Golf des Templiers, Les Jardins de l’Uzine, Au Rendez-Vous Campagnard, Au Bon Accueil Le Palais de Marrakech, Pizzeria du Bray, Restaurant de la Tableterie, Instant M, Chez Jorge, Kington Lounge, Le XII Café, La Marsala, Le Clos des Vignes, Le Saut du Loup, Le Bistrot du Coin, Le Rose Noir, Parisienne, Le Bistrot du Terroir, Le Bistrot des Arts, L’Elan, Le Bistrot de l’Imprévu, Salons de Thé Le Jardin des Roses, Le Jardin du Cloître et Chez Elles, Atelier d’Yves, Les Ferlempins, La Fontaine Saint-Jean (Label Bistrot de Pays en cours), Auberge à la Bonne Idée et Table de César, Le Cheval Blanc, La Grange (1*), Chez Popotte, Le Madison, Au Bureau, Buffalo Grill, Crêperie des Hauts Vents, Crêpe Touch, India Pub, La Rotonde Steak House, Le Marigny, Le P’tit Bistrot, Volfoni, L’Aristide, Au Bon Coin, Le Convivial, Au Rendez-vous des Chasseurs, Au P’tit Crouy, L’Auberge des Tilleuls, Pizza Roma, Bar du Centre, L’Auberge</p>

	<p>du Jeu D'Arc, L'Esprit de Famille, Crêperie aux 4 Saisons, Le Relais de Saint Félix, Chez Vincent, Au Petit Fercourt,</p> <p>Produits du Terroir :</p> <p>La Ferme de Mésenguy, EARL Postolle, La Bergerie du Ménéillet, Papilles et Camomilles, Le Rucher de la Clairière aux Oiseaux, Le Clos des Abeilles, Les Bons Miels du Vexin et du Midi, Les Jardins de Fosseuse, Fraise des Vallées, Les Fraises de Rebetz, Le Potager du Haut Clocher, Aux Beaux Légumes, La Ferme du Relais, La Cueillette d'Anserville, La Ferme de Lamberval, les Produits Fermiers du Thelle, les Salaisons du Val de Sillet</p>
Hébergements	<p>Château du Jard, Gîte La Bergerie, Gîte Les Chênes, Le Paddock, En toute simplicité, La Halte du Vexin, La Commanderie des Templiers, Les Fleurs en liberté, Le Puits d'Angle, La Grange Rousselin, Le Relais des Hirondelles, Les Marguerites, STNAHOME, La Faune et La Flore, Au Vieux Château, Le Logis du Cliquet, La Grange de Boulaines, Les Yourtes des Templiers, Domaine de Montchevreuil, La Ferme des Carrières, Gîte des Templiers, Château de la Folie, Hôtel Saint Nicolas, Hôtel de la Tableterie, Domaine de Saint-Germer, Les Granges d'Haillancourt, Le Moulin de la Noué, Le Domaine de la Ferme de Tumbrel, Grand gîte des Merlettes, Clairefontaine, Demeure de Famille, Appartement de la Princesse Murat, L'Ecole Buissonnière, Gîte le Cèdre, Parc Naturel de Weekend, Les Aubépines, La Maison Bourgeoise, Le Château de Lamberval, Camping du Chateau Vert, Au Coeur de nos Campagnes, Gîte de Richemont, L'Auberge du Jeu d'Arc, La Villa des Iris, Les Glycines, Le Clos d'Ully, Gîte de Groupe de Saint Félix</p>

Analyse des besoins basée sur l'offre existante :

Analyse de la destination	<p>Le territoire présente une offre variée et adaptée à un public familial et amical, avec une diversité d'activités (culturelles, ludiques, sportives), la présence significative d'artisans et producteurs locaux, une offre de restauration diversifiée, un certain nombre d'hébergements ainsi que des aménagements propices à la découverte de la nature (randonnées, circuits cyclables).</p>
Analyse des besoins	<p>Besoins spécifiques de la cible "Rassemblements familiaux et amicaux" qui nécessitent des ajustements ou des renforcements :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hébergements adaptés aux groupes et disposant d'une plus grande capacité d'accueil : lieux spacieux, espaces collectifs et propositions du prestataire d'hébergement en cas de mauvais temps - Multiplier les offres d'activités groupées mais qui ne sont pas « contraignantes » : pas d'horaires imposés et réservation souple + accueil de groupe possible, avec idéalement une tarification spécifique et la possibilité de découvrir à travers des expériences authentiques, créatives, hors des sentiers battus - Besoin d'offres loisirs et restauration ouvertes sur une plus grande amplitude durant l'année (restauration les dimanches, ouverture des sites toute l'année...) - Offre de restauration plus adaptée à l'accueil de groupes : lieux spacieux pensés pour les rassemblements

	<p>Mais également : mise en cohérence de ces offres : facilités au niveau de la prise d'information et de réservation. Augmenter la lisibilité et l'articulation de toutes ces offres entre les trois EPCI pour encourager la venue d'un groupe pour un séjour (hébergement + restauration + activité).</p>
--	---

Axes opérationnels :

1/ Développer une offre de restauration de groupe tout en valorisant le terroir

Encourager une restauration locale et collective et valoriser notre terroir à travers des expériences originales :

- Mettre en avant les établissements de restauration capables d'accueillir des groupes et inciter ces structures à adapter leur offre (tarifs préférentiels, formules spécifiques...) et accompagner les projets d'agrandissement ou la création de ce type de structure,
- Encourager l'organisation d'animations autour de la gastronomie locale (dégustations, immersion à la ferme, pique-niques dans des lieux atypiques, randonnées gourmandes...),
- Valoriser et favoriser la mise en réseau des producteurs locaux entre eux et avec d'autres structures, à travers des événements et animations,
- Proposer davantage de visites et d'ateliers autour des produits du terroir (ateliers cuisine, dégustations, démonstrations...).
- Développer l'offre de fermes pédagogiques et d'animations.
- Valoriser, dans les hébergements de groupe, l'offre de restauration locale existante.

2/ Favoriser le tourisme expérientiel, des activités authentiques et innovantes, qui mettent en lumière le patrimoine ainsi que le savoir-faire local

Proposer une nouvelle manière de découvrir le patrimoine local

- Renouveler / repenser les offres liées à la découverte du patrimoine local : visites théâtralisées, parcours thématiques, dispositifs numériques et outils de réalité augmentée...
- Favoriser une mise en réseau des lieux de visite à travers des outils communs : signalétique, supports numériques, des circuits dédiés, des pass touristiques...
- Valoriser le tourisme expérientiel, les activités authentiques notamment dans les hébergements de groupe,
- Mettre en avant les savoir-faire locaux à travers des ateliers (savonnerie, céramique, vannerie...), en adaptant ces activités à l'accueil de groupes.

3/ Développer les activités de loisirs et les sports de plein-air à travers la promotion du patrimoine naturel et dans le but de proposer une offre divertissante et différenciante

Développer les activités de loisirs et les sports de plein-air

- Enrichir, valoriser et animer les offres liées aux activités nautiques et aux espaces naturels,
- Créer des offres de randonnée communes aux 3 EPCI et faire vivre ces parcours (circuits thématiques, parcours d'interprétation).

4/ Encourager l'offre d'hébergements de groupe et accompagner les hébergeurs vers une montée en gamme

Développer l'offre d'hébergements collectifs et de qualité, adaptés aux attentes des groupes

- Encourager la création et l'équipement de gîtes de grande capacité,
- Sensibiliser et former les hébergeurs : accueil et obligations légales pour accueil de groupe, montée en gamme des prestations qu'ils proposent,
- Faire connaître aux hébergeurs et autres prestataires toutes les opportunités de la Destination pour qu'ils soient en capacité de proposer des animations à leurs hôtes, dont en intérieur (jeux, ateliers) en cas de mauvais temps.

ANNEXE 3

FICHE CIBLE « Promeneurs chaleureux »

(Analyse de l'offre existante, priorités d'actions et axes opérationnels)

Définition / mots clés de la cible « Promeneurs chaleureux » :

Toutes tranches d'âge. Actifs, ils aiment se balader, voir les incontournables/essentiels d'une région et faire des découvertes variées (sans trop s'y attarder) : visites light de musées, villes et villages atypiques, paysages. Ils sont organisés mais relax, cool en séjour : les visites sont préparées mais ils veulent dérouler le programme à leur rythme, en conservant leur liberté, leur autonomie. Leur hébergement doit leur apporter calme et confort, dans un cadre accueillant (charme).

Besoins :

Besoins prioritaires : Découvrir grâce à une multitude de balades, sans exploration approfondie

Besoins complémentaires : Se faire plaisir à table : gastronomie locale. Partager des moments de convivialité « like a local »

Facteurs clés de succès :

+++ La localisation centrale de l'hébergement, la grande diversité des activités et des sites à visiter et leur facilité d'accès

+++ des restaurants typiques du coin, fréquentés par les locaux (gage de qualité), ancrés dans le territoire, emblématiques, accueil et service convivial, cuisine régionale et produits locaux. Ex : bistros de pays, estaminets...

++ Le confort de l'hébergement (prioritaire pour les couples matures), le calme, le charme de l'hébergement, la décoration soignée, la vue (prioritaire pour les couples jeunes)

++ Le rapport qualité / prix et les promotions / réductions (prioritaire pour les couples jeunes)

++ les conditions d'annulation sans frais

++ L'organisation cool/relax : le séjour doit être préparé afin de dérouler le programme à son rythme, librement, en savourant chaque instant, sans contraintes.

++ La possibilité d'itinérance douce

+ Les bons plans partagés par l'hébergeur et les habitants.

Priorités d'actions en commun :

1/ Valoriser le patrimoine naturel en développant les circuits de randonnées et les activités en lien avec la nature et l'eau afin de renforcer l'image de la Destination comme territoire de ressourcement et permettre aux touristes de découvrir la richesse du territoire.

2/ Mettre en réseau les savoir-faire locaux et artisanaux en valorisant les industries locales et de traditions pour une offre touristique différenciante.

3/ Accompagner et développer les hébergements de qualité et les infrastructures de type mobilité douce, pour répondre aux attentes des visiteurs.

4/ Valoriser et développer une offre de restauration ancrée dans le territoire.

5/ Encourager les projets à dimensions patrimoniale et architecturale.

Offres existantes sur la Destination Sablons-Thelloise-Vexin :

<p>Activités / loisirs</p>	<p>Canoëpte (sorties en canoë), Golf de Rebetz, Golf de Bertichères, Golf des Templiers, Complexe Aquatique Aquathelle, Complexe aquatique Aquavexin, Centre aquatique Aquoise, Relais du Vexin (location de vélos), Parc Naturel Régional (Balades dans les communes du PNR), Les Jardins de Morainval</p> <p>Et : (loisirs) Centres équestres, Minigolfs, Cinémas, Pêche</p> <p>Et : (artisanat) Laeti Céramiques (cours et initiation à la céramique), Perle de Savon (ateliers création de savon), La Féerailleuse (ateliers créatifs), Nathalie Gioria (visite d'atelier, expositions), Pascal Catry (visite d'atelier, expositions), Faïence Ponchon (visite d'atelier, expositions), Confitures l'Autre Saison (visite d'atelier et achat de produits locaux), Sire et Cie – L'Atelier (visite d'atelier et expositions), Poterie de l'Argillère (visite d'atelier et expositions)</p>
<p>Aménagements, Offres</p>	<p>Rivières Oise et Thérain (<i>chemins de halage, infrastructures de mobilités douces</i>), Halte de cyclotourisme (Précy-sur-Oise), 70 parcours de randonnée, la Trans'Oise, l'Avenue verte Paris-Londres, la Boucle des deux Vexin au Pays de Nacre</p>
<p>Gastronomie</p>	<p>Restaurants :</p> <p>Aux Trois Fleurs, Restaurant du Golf de Rebetz, Restaurant du Golf des Templiers, Les Jardins de l'Uzine, Le Bordeaux, Au Rendez-Vous Campagnard, Au Bon Accueil, Le resto "Chez Pat", Le Palais de Marrakech, Château de Bertichères, Pizzeria du Bray, Restaurant de la Tableterie, Instant M, Chez Jorge, Kington Lounge, Le XII Café, La Marsala, Le Clos des Vignes, Le Bistrot du Coin, Le Rose Noir, Parisienne, Le Bistrot du Terroir, Le Bistrot des Arts, L'Elan, Le Bistrot de l'Imprévu, Salons de Thé Le Jardin des Roses, Le Jardin du Cloître et Chez Elles, Atelier d'Yves, Les Ferlempins, La Fontaine Saint-Jean (Label Bistrot de Pays en cours), Auberge à la Bonne Idée et Table de César, Le Cheval Blanc, La Grange (1*), Chez Popotte, Le Madison, Crêperie des Hauts Vents, La Rotonde Steak House, Le Marigny, Le P'tit Bistrot, Volfoni, L'Aristide, Au Bon Coin, Le Convivial, Au P'tit Crouy, L'Auberge des Tilleuls, L'Auberge du Jeu D'Arc, L'Esprit de Famille, Crêperie aux 4 Saisons, Le Relais de Saint Félix, Chez Vincent, Au Petit Fercourt,</p> <p>Produits du Terroir :</p> <p>La Ferme de Mésenguy, EARL Postolle, La Bergerie du Ménillet, Papilles et Camomilles, Le Rucher de la Clairière aux Oiseaux, Le Clos des Abeilles, Les Bons Miels du Vexin et du Midi, Les Jardins de Fosseuse, Fraise des Vallées, Les Fraises de Rebetz, Le Potager du Haut Clocher, Aux Beaux Légumes, La Ferme du Relais, La cueillette d'Anserville, La Ferme de Lamberval, les Produits fermiers du Thelle, les Salaisons du Val de Sillet</p>
<p>Hébergements</p>	<p>Gîte du Haut Clocher, Ferme des Nonains, À côté, Château du Jard, Gîte MiDo, Gîte La Bergerie, Château de La Houssoye, Villa et loft du Château de La Houssoye, Le Gîte du Chêne Rouvre, Les Lilas, Le Paddock, En toute simplicité, La Cabane à Chouette, La Halte du Vexin, La Chouette, Le Gîte de l'artiste, Maison de campagne, Les Fleurs en liberté, Domaine L'Instant du</p>

	<p>Colibri, Le Puits d'Angle, La Petite Chaumontoise, Le Poirier Betz, Au Cocon Vexinois d'Emaé , La Fermette, Gîte du Cornouiller, La Grange Rousselin, Quiétude vexinoise, Le Relais des Hironnelles, Les Marguerites, Le Clos, Lavender Cottage, Chez le Petit Peintre, Le Beauvaisis, STNAHOME, Chez Robins, La Faune, La Flore, Au Vieux Château, Le Clos Saint Jean, Gîte des Groux, Le Logis du Cliquet, Le clos Saint-Pierre, La Grange de Boulaines, Domaine de Montchevreuil, Château de la Folie, Les Roses de Montherlant, Château de Bertichères, Hôtel Saint Nicolas, Hôtel de la Tableterie, Le Clos des Vignes, Domaine de Saint-Germer, Les Granges d'Haillancourt, Gîte les Merlettes, La Ferme du Couvent, La Villa Birds, Gîte de la Source, Gîte les 3 Chênes, Graine de Tiny, Parc Naturel de Weekend, Les Aubépines, Le Gîte du Fief, La Maison et L'Atelier, Le Château de Lamberval, Domaine du Château Vert, Camping du Chateau Vert, Gîte de Richemont, L'Auberge du Jeu d'Arc, La Demeure en Tomette, La Maison des Champs, La Demeure, Le Clos Rémy, L'Escale, Le Chalet du Lac, La Grange aux Châtaignes, Les Glycines, Tiny House des Glycines, L'Albertine, Jardin de Campagne, Aux Portes du Dolmen</p>
--	--

Analyse des besoins basée sur l'offre existante

<p>Analyse de la destination</p>	<p>La Destination propose un cadre calme, préservé et un environnement naturel riche favorable aux activités de pleine nature et au slow tourisme. Elle possède également un patrimoine historique et industriel privilégié. On observe une présence significative d'artisans et de producteurs locaux, une offre de restauration variée ainsi qu'un nombre important d'hébergements adaptés à un public en quête de ressourcement, d'authenticité et de découvertes.</p>
<p>Analyse des besoins</p>	<p>Les besoins spécifiques de la cible "Promeneurs Chaleureux" qui nécessitent des ajustements ou des renforcements :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborer des parcours de visite des « incontournables » du territoire, avec une certaine autonomie et sans contraintes - Encourager la création de visite de savoir-faire - Développer l'offre de restauration conviviale et local - Enrichir l'offre d'hébergement de qualité et de confort - Développer l'offre de mobilité douce en créant des points de locations de vélos et de services liés à l'itinérance <p>Mais aussi, mettre en cohérence de ces offres : facilités au niveau de la prise d'information et de réservation. Augmenter la lisibilité et l'articulation de toutes ces offres entre les trois EPCI pour encourager la venue pour un séjour (hébergement + restauration + activité/visite).</p>

Axes opérationnels :

1/ Valoriser le patrimoine naturel

En développant les circuits de randonnées, les voies douces et les activités en lien avec la nature et l'eau afin de renforcer l'image de la Destination comme territoire de ressourcement et permettre aux touristes de découvrir la richesse et l'authenticité du territoire.

- Créer et valoriser des offres de découvertes de la nature via des parcours avec signalétique et balisage,
- Créer des circuits de promenades faciles, documentés centrés sur la découverte (paysages emblématiques, faune et flore locale, anecdotes patrimoniales et culturelles telles que légendes locales ou traditions anciennes...),
- Concevoir des parcours et visite type « rallye nature » axés sur la reconexion et le bien-être en format ludique pour encourager l'observation du patrimoine naturel,
- Accompagner des organisateurs d'évènements en lien avec la nature

2/ Mettre en réseau les savoir-faire locaux et artisanaux en valorisant les industries locales et de traditions pour une offre touristique différenciante tout au long de l'année.

- Mettre en réseau des producteurs locaux à travers des événements, animations, visites, dégustations...
- Concevoir des parcours de types « itinéraires des savoir-faire et de traditions locales » avec visite immersive chez des producteurs locaux, dégustations...
- Développer l'agro-tourisme (vente directe à la ferme, séjour en immersion, ateliers, expositions...)

3/ Accompagner et développer les hébergements de qualité et les infrastructures de types mobilités douces, pour répondre aux attentes des visiteurs.

- Mettre en réseau et valoriser l'offre existante et à venir via des documents de communication ou des plateformes de recensement des offres
- Développer l'offre d'hébergements, en particulier ceux dédiés bien-être (offrant des prestations de qualité de type : spa, massage, soins, ressourcement),
- Créer des offres packagées hébergement + expérience en développant des « offres combinées » : nuitée + activité nature ou savoir-faire local + repas terroir,
- Développer les points de location de vélos, trottinettes et services associés au niveau des gares, des lieux touristiques emblématiques du territoire et des centres-bourgs,
- Favoriser l'accessibilité des différents sites "touristiques" du territoire, la mobilité et encourager la création et l'usage des voies douces entre les points d'activités (centres-bourgs, pôles gares...) et les sites patrimoniaux remarquables,
- Encourager et développer les modes de transport décarbonés (covoiturage...).

4/ Valoriser et développer une offre de restauration ancrée dans le territoire

- Mettre en valeur des métiers de bouche travaillant en circuit court ou en local,
- Encourager le développement des visites, cueillettes, dégustations de produits à la ferme ou chez les producteurs maraîchers et communiquer davantage sur l'offre,
- Accompagner les porteurs de projets à développer une offre de restauration qualitative et diversifiée, si possible dans des lieux authentiques avec des horaires et des jours d'ouverture adaptés aux visiteurs,

- Accompagner les restaurateurs actuels à monter en gamme par l'obtention de labels (Bistrots de Pays, Charte Qualité Commerce, Charte Qualité Confiance... Artisans en Or).

5/ Encourager les projets à dimensions patrimoniale et architecturale

- Créer offre de découverte du patrimoine par la "petite" histoire (anecdotes, visites théâtralisées, parcours thématiques...),
- Valoriser patrimoine industriel (expositions, visites...),
- Encourager la rénovation des bâtiments remarquables destinés à l'accueil des touristes,
- Structurer les liens entre les sites et développer des outils de valorisation (signalétique adaptée, circuits spécifiques, pass de destination...),
- Encourager la création d'une offre accessible toute l'année,

ANNEXE 4 :

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 termes 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

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