



Visuel généré par l'IA Chat GPT-4

SR / fdr\_2025(prez) / STEPHANE ROUZIOU/ 10/03/2025 14:47

# FEUILLE DE ROUTE

Année 2025 - Agence Oise



Agence de  
DÉVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE

La Feuille De Route (Acronyme FDR) annuelle est notre document stratégique qui fixe les objectifs prioritaires à atteindre sur une année, en alignant les actions à mener avec les missions de l'Agence et de la stratégie « **la bataille des activités 2023-2027** ».

- Elle détaille les initiatives, les échéances, les pilotes et les indicateurs de performance pour suivre la progression vers les buts fixés.

C'est aussi un outil de pilotage interne qui permet de mieux informer et coordonner les équipes.



2023	2024	2025	2026	2027
✘	✘	✔	□	□
Exécutée & Bilan	Exécutée	A exécuter	Jalon intermédiaire	Fin du cycle – 31/12

## MOYENS MIS EN ŒUVRE POUR EXÉCUTER LA FDR 25

La FDR va s'exécuter selon des moyens tant financiers qu'humains présentés ci-après.

- BUDGET GLOBAL OISE TOURISME (+ opérations spéciales dont **XTravel Tourism** - Mise en marché du tourisme à vélo – qui gonflera crescendo les exercices de 2024 à 2027).

**1 876 868 €**

⇒ Cela représente une baisse de **-2.43%** par rapport à l'exécuté 2024.

- LES MOYENS POUR EXECUTER LA FEUILLE DE ROUTE :

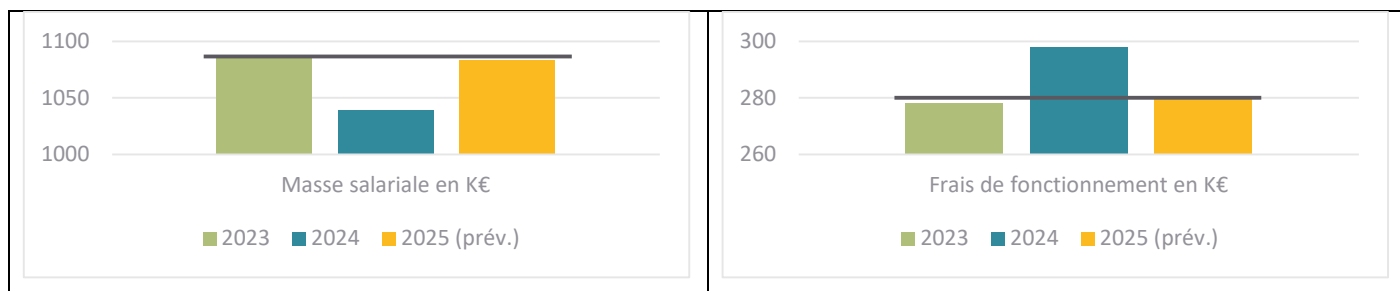
Poste de dépenses	Budget prévisionnel. 2025	Poids vs le budget total	Variation vs l'exécuté 2024
Masse salariale et charges associées	1 083 679 €	58%	+4.26%
Frais de fonctionnement	280 264 €	15%	-6.11%
Actions	512 925 €	27%	+1.91%

- Près de **82%** du budget prévisionnel sera couvert par la subvention du Conseil Départemental, qui sera de **1 535 000 € (-12,29 %)**

## Une agence « agile » optimisée pour affronter les incertitudes économiques

Depuis plusieurs années l'Agence a optimisé à la fois ses charges de personnel comme de fonctionnement\*, et assuré une contractualisation de courte durée avec des prestataires fournisseurs afin de réduire les dépendances.

\*L'Agence paye 100% de ses charges de fonctionnement.



■ LES MOYENS HUMAINS (Equivalent Temps Plein – ETP au 31/12 de l'année de référence) :

ETP 2022	ETP 2023	ETP 2024
<b>21.80</b>	<b>19.4</b>	<b>19.4</b>

## ELÉMENTS MAJEURS DE LA FDR 2025

### 1) Points d'arrivée particulièrement traités dans cette FDR

**Digitalisation de la réservation et du paiement des activités** avec les efforts consentis suivants :

- Dimension RH (redéploiement) : Création d'un binôme « place de marché d'activités » chargé à la fois :
  - d'accompagner les prestataires dans la digitalisation de leurs activités,
  - de construire la plateforme de réservations et,
  - de la développer au bénéfice du chiffre d'affaires des prestataires « embarqués ».
- Prioriser les investissements & les budgets 2025 vers cette opération : agence numérique, agence de communication et budgets d'acquisition d'audience.

### 2) Les points clés de la FDR 2025

- Lancement du site web de réservation et de paiement en ligne des activités [www.oise.fun](http://www.oise.fun)
- Formatage et digitalisation des activités pour les distribuer sur [www.oise.fun](http://www.oise.fun) ;
- Lancement de 2 parcours touristiques ludiques pour visiter l'abbaye de Chiry-Ourscamp ;

- Finalisation du programme d'une balade immersive à la cathédrale de Beauvais. Ingénierie financière et préparation de la phase de maîtrise d'œuvre ;
- Organisation d'accueil de presse « 800 ans » cathédrale de Beauvais ;



## XTravel Tourism

- Programme européen XTravel Tourism dédié au vélo .
- Exposition de nos offres de tourisme outdoor aux clientèles franciliennes via des salons et opérations spéciales.

# ZOOM SUR LES CHANTIERS DE LA FDR 2025



*Ils sont directement liés à la stratégie du tourisme dans l'Oise. En clair, ils exécutent la stratégie « bataille des activités » en contribuant à l'atteinte des points d'arrivée à fin 2027.*

5 Axes majeurs

20 cartes « chantiers » à mettre en œuvre

<p><b>1 METTRE EN PLACE LES OUTILS &amp; MENER DES ACTIONS POUR POSITIONNER L'OISE COMME DESTINATION NATURE ACTIVE POUR LES HABITANTS D'ILE DE FRANCE</b></p>	<p><b>4 ACCROITRE LE DEVELOPPEMENT DU FLUVIAL FLUVESTRE EN VALLEE DE L'OISE</b></p>
<p><b>5</b> </p>	<p><b>3</b> </p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Offres/guide balades accessibles depuis les gares de l'Oise</li> <li>■ Collection de topo-fiches vélo</li> <li>■ Carte d'appel l'Oise à vélo</li> <li>■ Tiré-à-part « boucle des monuments »</li> <li>■ Booster le téléchargement de l'appli Rando et la faire évoluer/l'enrichir.</li> <li>■ Salon « Destination Nature Paris » (stand Oise)</li> <li>■ Salon « Vélo in Paris » (stand multi-destinations).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■  Mise en tourisme du chantier de l'écluse de Montmacq</li> <li>■  Prospection des opérateurs dont salon SLOWW</li> <li>■  Reconversion touristique du Canal Seine Nord Europe</li> </ul>



Oise Tourisme sera aussi impliquée dans l'étude technique VNF escales paquebots Canal Seine Nord Europe.



2 METTRE EN ŒUVRE LE VOLET DIGITALISATION & DISTRIBUTION DES ACTIVITES



- Volet juridique (CGV, CGU, responsabilités...)
- Construire la plateforme avec l'agence GreenCub
- Stratégie Online & Offline pour développer sa fréquentation
- Recruter des prestataires d'activités
- Recruter des Offices de Tourisme
- Animer le réseau des utilisateurs de la PDM



5 TRANSFORMER L'OFFRE CULTURELLE & DE SAVOIR-FAIRE EN PRODUITS TOURISTIQUES



- Parcours abbaye de Chiry-Ourscamp
- Parcours cathédrale de Beauvais
- Faisabilité « églises ouvertes, esprits curieux »



3 CREER, RENOUVELER & METTRE EN TOURISME LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE



- Tour de l'Oise en Gravel
- Booster la fréquentation du dispositif de géocaching Louison Pignon & créer les condition de son extension XTravel

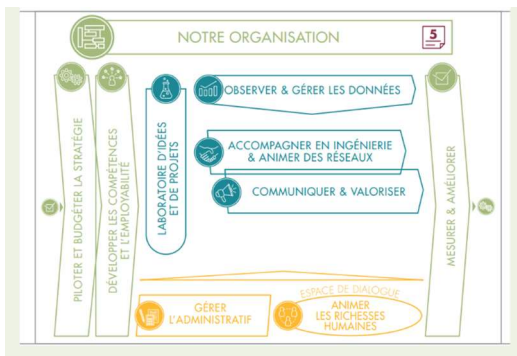


Rendez-vous en colonne 2 page précédente



Exemple d'exécution de la FDR 2025, avec un visuel de notre stand sur le salon professionnel SLOWW

# ZOOM SUR LES ACTIONS DE LA FDR 2025















Elles sont directement liées aux missions de l'Agence qui sont menées en processus (voir schéma ci-contre). Bien sûr, ces actions contribuent indirectement au succès de la stratégie touristique.

9 Processus ou modes opératoires

25 cartes « actions » à mettre en œuvre

<p> <b>PILOTER &amp; BUDGETER LA STRATEGIE</b></p>	<p> <b>ANIMER LES RESEAUX D'ACTEURS</b></p>
<p> 3</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Déployer Pilot, outil de pilotage et de « comparaison » inter CDT ;</li> <li>▪ Coordonner la mise en œuvre de la stratégie ;</li> <li>▪ Préparer le jalon intermédiaire (mars 2026 = mi-parcours) de la stratégie.</li> </ul>	<p> 5</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Animer le réseau des sites culturels (probablement autour des enjeux de boutiques) ;</li> <li>▪  Créer un temps Relayeurs pour favoriser les bonnes pratiques d'accueil des clientèles du vélo ;</li> <li>▪ Animer le club des campings (+ réaliser une rétrospective 2019-2024) ;</li> <li>▪ Animer le collectif groupes des Offices de Tourisme ;</li> <li>▪  Développer et animer le réseau des Bistrots de Pays.</li> </ul>
<p> <b>DEVELOPPER LES COMPETENCES &amp; L'EMPLOYABILITE</b></p>	<p> <b>COMMUNIQUER &amp; VALORISER</b></p>
<p> 1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Refondre les fiches de poste pour mieux accompagner les évolutions de compétences et adapter le plan de formation.</li> </ul> <p></p>	<p> 4</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ajuster la stratégie des réseaux sociaux aux objectifs de <a href="http://www.oise.fun">www.oise.fun</a> ;</li> <li>▪ Poursuivre la bonne visibilité de l'Oise auprès des médias/relais d'opinion ;</li> <li>▪ Mener 4 opérations vacances scolaires dédiées aux habitants ;</li> </ul>

Voir toujours colonne 1, page suivante

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Réaliser la nouvelle carte touristique pour les opérations marketing.</li> <li>▪</li> </ul>
 <b>○ OBSERVER &amp; GERER LES DONNEES</b>	 <b>○ MESURER &amp; AMELIORER</b>
<b>4</b> 	<b>2</b> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Favoriser l'utilisation du SIT (base de données régionale de l'Offre) ;</li> <li>▪ Produire des données éclairantes FluxVision Tourisme ;</li> <li>▪  Améliorer et diffuser les données de l'Observatoire du Fluvial ;</li> <li>▪ Observer la fréquentation des activités sur <a href="http://www.oise.fun">www.oise.fun</a>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mettre en œuvre la « nouvelle politique » Politique Qualité</li> <li>▪ Piloter le nouveau tableau de bord de suivi des indicateurs d'activités.</li> </ul>
 <b>○ A ACCOMPAGNER EN INGENIERIE</b>	 <b>○ ANIMER LES RICHESSES HUMAINES</b>
<b>4</b> 	<b>1</b> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Agglo du Beauvaisis : mettre en œuvre de l'étude Activités de Pleine Nature ;</li> <li>▪ Poursuivre le développement de nouvelles offres locatives sur le marché ;</li> <li>▪ Qualifier des opportunités foncières et les pousser sur le marché 'investisseurs » ;</li> <li>▪  Accompagner la coopération des EPCI dans les Contrats de Destination Région HDF ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Engager les actions sur les priorités du 2<sup>e</sup> baromètre QVT.</li> </ul>
 <b>1</b>  <b>○ GERER L'ADMINISTRATIF</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mettre en œuvre la continuité des services supports à l'Agence</li> </ul>

## VISION ANALYTIQUE DE LA FDR 2025

*Selon les étiquettes affectées à chacun des cartes*

*Exemples d'étiquettes*

RSE : Enqa. N°3

(EDD)-Animer les RH

RSE : Enqa N°2

(P)-Compétences/Employabi...

RSE : Enqa. N°1

(P)-Piloter &amp; Budgéter la Stra

(P)-Gérer Administratif

(MOP)\_Labo\_Idees\_Projets

Tag/Étiquette	Contenu	Nombre de cartes avec ce tag
RSE : Enqa. N°1	Implication des richesses humaines au service des pros (Bien être Agence)	1
RSE : Enqa N°2	Booster les offres d'activités dites 'responsables »	3
RSE : Enqa. N°3	Animer nos parties prenantes & renforcer la collaboration / savoir-faire ensemble	5
OiseRiverSide	Collectif Oise-Val d'Oise pour développer le fluvial sur la rivière Oise	3
XTraVel_InterregVI	Programme européen de structuration et mise en tourisme de la filière vélo	5
PDM Activité (analytique)	Action transversale de création et développement d'une place de marché d'activités	9
(MOP)_Labo_Idees_Projets	Lieu pour expérimenter et tester de nouveaux projets/de nouvelles idées	1
(P)-Piloter & Budgéter la Stra	Processus	3
(P)-Compétences/Employabi...	Processus	1
(P) Observer Gérer Données	Processus	4
(P)-Accompagner Animer	Processus	17
(P)-Communiquer-Valoriser	Processus	13
(P)-Gérer Administratif	Processus	1
(EDD)-Animer les RH	Syncro Manager – CSE – Espace de Dialogue	1



# ACCÈS À LA FEUILLE DE ROUTE DANS SA VERSION INTÉGRALE

La feuille de route est gérée depuis 2023 sur le logiciel PLANNER

The screenshot displays the PLANNER software interface with four project cards:

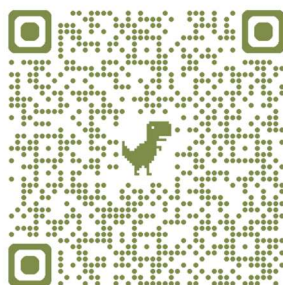
- A2 METTRE EN OEUVRE LE VOILET [D]**: Task: "05 (CH) Concevoir l'environnement JURIDIQUE et REGLEMENTAIRE de la Place de Marché (PDM)". Includes a "Juridique.png" file. Date: 01/03.
- A3 CREER, RENOUVELER & METTRE I**: Task: "12 (CH) Concevoir, marketer & mettre en marché un produit marqueur : Tour de l'Oise en gravel". Includes an "Oise en Gravel.JPG.jpg" file. Date: 31/05.
- A4 ACCROITRE LE DEVELOPPEMENT |**: Task: "14 (CH) Réussir la mise en visite du chantier de l'écluse de Montmacq". Includes an "Ecluse Montmacq.png" file. Date: 31/12.
- A5 TRANSFORMER L'OFFRE [CULTUR**: Task: "17 (CH) Achever la phase 1 de [programmation] 'cathédrale de Beauvais' et créer les bonnes conditions pour ouvrir la phase 2 [projet]". Includes a "Cathedrale Beauvais.png" file. Date: 31/12.

Voir aussi le Tableau de Bord des indicateurs des activités de l'Agence.

[Planificateur - Indicateurs de nos activités \(FDR et autres\)](#)



Scanner ce QR Code pour accéder à la version en ligne. Si nécessaire demander les accès à [stephane.rouziou@oisetourisme.com](mailto:stephane.rouziou@oisetourisme.com)



## EN SYNTHÈSE...5 POINTS

La feuille de route 2025 c'est...

## 1. Test des offres de pleine nature en salons grand public franciliens :

Oise Tourisme participe à des salons de tourisme grand public en Île-de-France pour tester et positionner l'Oise comme une destination Outdoor. Cette approche permet d'expérimenter des offres auprès d'une clientèle francilienne à fort potentiel et d'ajuster les stratégies de promotion en conséquence.

## 2. Priorité à la digitalisation :

La transformation numérique est au cœur de la stratégie 2025 avec le lancement de [www.oise.fun](http://www.oise.fun) et la volonté de rendre les offres d'activités (ludiques, sportives, récréatives, culturelles...) accessibles en ligne. Cette approche vise à moderniser la manière de consommer le tourisme local.

## 3. Toujours l'accent sur le tourisme fluvial :

Le développement du fluvial et fluvestre est une priorité, notamment avec des projets comme la reconversion touristique du Canal du Nord, la mise en tourisme du Canal Seine-Nord Europe et la visite de l'écluse de Montmacq. Cela correspond aux tendances actuelles du slow tourisme.

## 4. Expériences immersives et nouvelles activités :

La création de parcours ludiques et immersifs (abbaye de Chiry-Ourscamp, cathédrale de Beauvais & Les Folles Aventures de Louison Pignon) répond à une demande croissante d'expériences touristiques originales.

## 5. Approche collaborative :

La feuille de route met un fort accent sur l'animation des réseaux locaux & la collaboration avec les acteurs du territoire : collectif Les Relayeurs (essor du tourisme à vélo), démarche groupes des Offices de Tourisme, club des campings & Bistrots de Pays.



Agence de  
DÉVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE

22, place de la préfecture  
60000 Beauvais



[oisetourisme-pro.com](https://www.oisetourisme-pro.com)



Oise Tourisme,  
opérateur du Conseil  
départemental de l'Oise