

DEPARTEMENT DE L'AISNE

Arrondissement de CHATEAU-THIERRY



République Française

PETR-UCCSA
UNION DES COMMUNAUTES DE COMMUNES
DU SUD DE L'AISNE

Ferme du Ru Chailly - 02650 FOSSOY

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU COMITE SYNDICAL

Séance du 21 octobre 2024

**OBJET : MAISON DU TOURISME « LES PORTES DE LA CHAMPAGNE » :
APPROBATION DU COMPTE DE GESTION 2023, DU COMPTE
ADMINISTRATIF 2023 ET DU BUDGET PRIMITIF 2024**

L'an deux mil vingt-quatre, le 21 octobre à 17 h 30, dans la salle de réunion du PETR - UCCSA, Ferme du ru Chailly, les délégués du Comité Syndical du PETR - UCCSA légalement convoqués, se sont réunis, sous la Présidence de Monsieur Dominique MOÏSE, en l'absence du Président Monsieur Olivier DEVRON,

Ce Comité Syndical fait suite à la séance du 3 juillet 2024 à laquelle le quorum n'a pas été atteint,

Date de convocation le : 16 octobre 2024

Délégués en exercice : 32

Présents (titulaires et suppléants) : 6

Pour : 4

Absents (titulaires) : 26

Contre : 0

Représentés (suppléants) : 0

Abstention : 0

Votants : 4

Communauté de Communes du Canton de Charly sur Marne :

Titulaires présents :

M. PITTON TERRIEN, Mme REGARD.

Titulaires excusés :

Mme CLOBOURSE, M. DEVRON.

Communauté d'Agglomération de la Région de Château-Thierry :

Titulaires présents :

M. HAQUET, M. LAHOUATI, M. MOÏSE, M. POIX.

Titulaires excusés :

M. BAILLEUL, M. EUGENE, M. LOGEROT.

Suppléants excusés :

M. LEDUC JL, M. TROUBLÉ.

Secrétaire de séance : M. POIX

**OBJET : MAISON DU TOURISME « LES PORTES DE LA CHAMPAGNE » :
APPROBATION DU COMPTE DE GESTION 2023, DU COMPTE ADMINISTRATIF
2023 ET DU BUDGET PRIMITIF 2024**

Annexe 1 : Maison du tourisme - bilan d'activité 2023

Annexe 2 : Maison du tourisme - extrait du compte de gestion 2023

Annexe 3 : Maison du tourisme - extrait du compte administratif 2023

Annexe 4 : Maison du tourisme - extrait du budget primitif 2024

Annexe 5 : Maison du tourisme - état des effectifs 2024

Vu le code général des collectivités territoriales,

Vu l'arrêté préfectoral du 14 juin 2013 qui acte la compétence « Développement et promotion du tourisme » à l'UCCSA,

Vu la délibération du 12 juillet 2013 relative à la création de la Maison du tourisme sous forme d'EPIC et à l'institution de la taxe de séjour au réel sur l'ensemble du territoire de l'UCCSA,

Vu le code du Tourisme et notamment les articles L. 133-3 et L. 133-8 qui précisent que le budget et les comptes de l'office, sont soumis à l'approbation de l'organe délibérant de l'établissement public de coopération intercommunale,

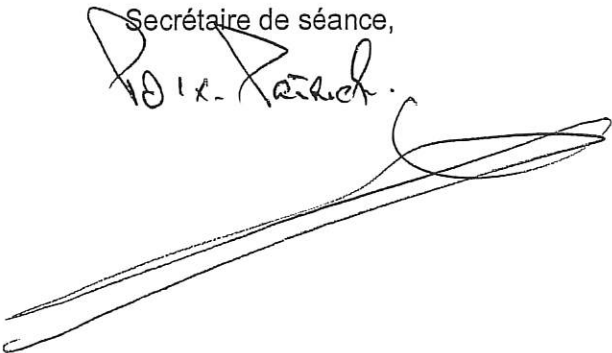
Vu le comité de direction de la Maison du Tourisme du 11 avril 2024,

Le comité syndical, après en avoir délibéré, approuve :

- le compte de gestion 2023
- le compte administratif 2023
- le budget primitif 2024

Fait et délibéré en séance, les jour et an que dessus et ont signé les membres présents.

Secrétaire de séance,



Le Vice - Président,
Dominique MOYSE



PETR - UCCSA
UNION DES COMMUNAUTES DE COMMUNES
DU SUD DE L' AISNE
ferme du ru chailly
02650 FOSSOY
Tél. 03 23 71 68 60 Fax 03 23 71 53 53

BILAN D'ACTIVITÉ 2023

Les Portes de la Champagne
Aisne > Hauts-de-France > France



SOMMAIRE

GÉNÉRALITÉS

page 3

ACCUEIL

page 6

COMMERCIAL

page 16

PROMOTION

page 19

DÉVELOPPEMENT

page 27

ADMINISTRATIF

page 31

DONNÉES TERRITORIALES

page 33

ENJEUX PRINCIPAUX 2024

page 37

Généralités

• INTRODUCTION •
MOUVEMENT DANS L'ÉQUIPE

BIENVENUE



Février :
**Gaëlle
Hubler**



Juin :
**Sophie
Lebeuf**

Emploi d'un
saisonnier :
**Imane
El Idrissi**

DÉPARTS

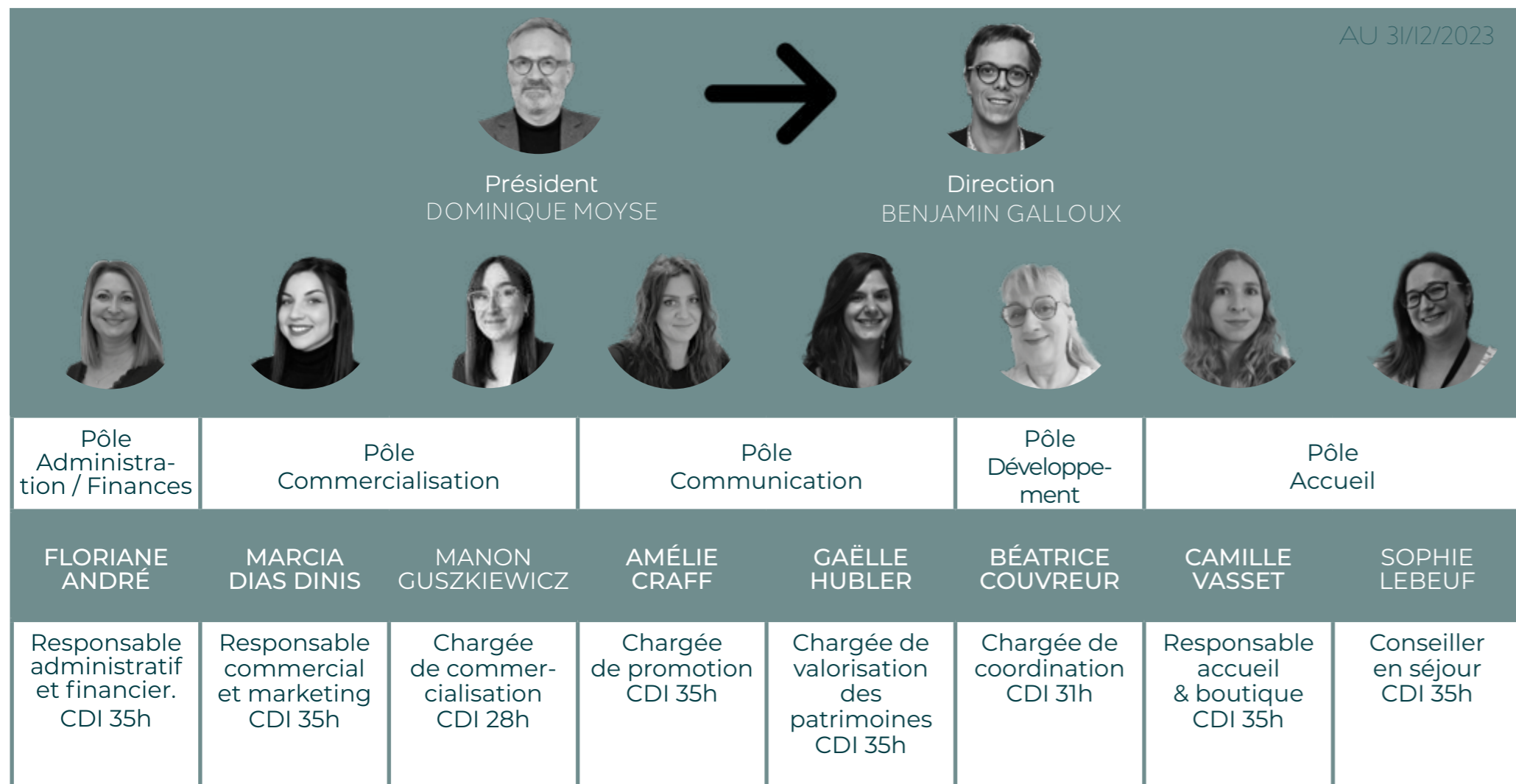


Janvier :
**Manoé
Gourdain**



Mai :
**Anais
Gauffillier**

ORGANIGRAMME DE LA MAISON DU TOURISME



MEMBRES DU CODIR

Organismes représentés	TITULAIRES	SUPPLÉANTS
PETR-UCCSA	DEVRON Olivier LOISEAU Patricia HOURDRY Francine OLIVIER Martine MARICOT Anne HAY Etienne MOYSE Dominique POURCINE Jean-Marc	RIVAILLER Régis CLOBOURSE Elisabeth ADAM Hubert MARCHAL Philippe REGARD Elisabeth LEBOULANGER Emmanuel GIRARDIN Daniel GABRIEL Madeleine
REPRÉSENTANT DES HÔTELLIERS ET RESTAURATEURS	COZELIN Brigitte	HARTMAN Pauline BAERT Dirk
REPRÉSENTANT DES ACTIVITES DE LOISIRS	DE ROCHEFORT Aymeri DUBOIS Thomas	CORDONNIER Ingrid GUERIN Thomas
REPRÉSENTANT DES PROFESSIONNELS DU CHAMPAGNE	VERSTRAETE Anne-Sophie PIERRE Laurent	MARCHAND Murielle GRATIOT Lucette
ASSOCIATIONS & BENEVOLES	AUBERTEL Alain - Bénévole	BAROUX Jacqueline

ACCUEIL



E-RÉPUTATION DE LA MAISON DU TOURISME



GOOGLE
4.3/5



FACEBOOK
5/5



tripadvisor®

TRIP ADVISOR
4/5



Pas de nouvelle
notation depuis
2022



FRÉQUENTATION ACCUEIL

INSTALLATION COMPTEUR
De juin au 19 décembre

Enregistrés au compteur accueil.
Saisonnalité qui semble apparaître.
Ce compteur nous offre une donnée beaucoup plus concrète que celle qui était préalablement récoltée pour des données quantitatives.

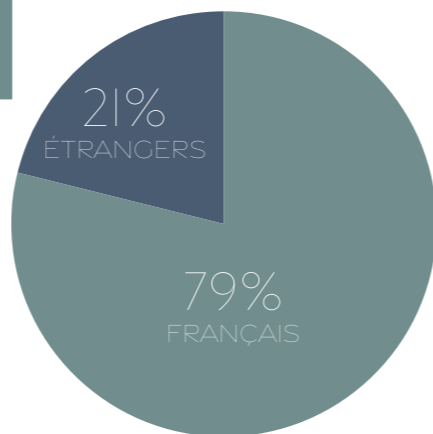


SUIVI TOURINSOFT
Année 2023

Cependant les données Tourinsoft restent précieuses dans la mesure ou elles nous apportent des données qualitatives sur le suivi de la fréquentation et des attentes des visiteurs.
En progression/diminution depuis la dernière année complète (2021) qui comptait 7075 demandes (en hausse de +19% pour estimer une évolution sur une base identique)



DEMANDES DE VISITEURS



PROVENANCE DES PRINCIPAUX FOYERS ÉMETTEURS DE VISITEURS ÉTRANGERS
(en % du visitorat total)



Belgique
5%



Etats-Unis
4%



Royaume-Uni
3,5%



Pays-Bas
2,2%

PROVENANCE DES DEMANDES DE VISITEURS FRANÇAIS



OUVERTURE EN JUIN
DE L'ESPACE EXPOSITION.

Fréquentation notable, qui tendra à croître avec la mise en place d'un programme d'activité en ce lieu depuis la fin d'année 2023 (activité oenotouristique et jeune public)



BOUTIQUE : ANNÉE TOP 3 APRÈS 2019 ET 2021

CA DE LA BOUTIQUE

18 547 €
en 2023

17 062 €
en 2022

23 138 €
en 2021

→ Légère hausse de notre CA Boutique

NOMBRE DE VENTES

1 731
en 2023

1 375
en 2022

↑ Hausse de 25,8%

PANIER MOYEN DES VISITEURS

12,18 €
en 2023

12,40 €
en 2022

→ Stabilité dans les moyens de nos visiteurs



BEST-SELLER

TOP 5 DE LA BOUTIQUE

Magnet
383

Carte postale
329

Marque-page bois
222

Stylo signature
201

Mug
Château-Thierry
174

TOP CA

Flûtes fables x6
38

Magnet
383

Bouchon boule
106

Mug
Château-Thierry
174

Boissons médiévales
56

Les chiffres indiqués dessous sont les quantités d'articles vendus.

OPÉRATION CHAMPAGNE EN BOUTIQUE

10 cuvées de vigneron
labellisés Vignobles & Découvertes volontaires
représentant toute la Vallée de la Marne
vendues en boutique.



VISITES GUIDÉES

RECRUTEMENT DE NOUVEAUX GUIDES

- Fatah Nekhili
- Clémentine Froidefond
- Olivier Verstraete



Rappel 2022

Nombre de visites guidées :
44

Nombre de visiteurs :
355 payants
et 22 gratuits

CA annuel :
2 446,50 €

→ Année en dessous des espérances mais conforme aux objectifs fixés dans le budget primitif.

CHIFFRES CLÉS ET VISITES LES PLUS FRÉQUENTÉES DE LA MDT

34
visites
guidées
en 2023

256
visiteurs
payants

57
visiteurs
gratuits

→ Il y a eu beaucoup plus d'annulations de visites que l'année précédente avec **6 visites annulées** du fait de désistements de participants, contrairement aux années précédentes.

Les visites avec les nouvelles thématiques ont eu un engouement de la part des visiteurs :



La Nocturne
au château
médiéval :
16 participants



Animation
Halloween :
22 participants

Murder Party :
avec un total de
44 participants payants et 16 gratuits, ce qui en fait la **seconde activité la plus fréquentée**. Pour un CA total de **443,17€**



S'ajoutent à ces visites guidées les nouvelles animations de la Maison du Tourisme.

Fin 2023, lancement des Anim'Ateliers de la Maison du Tourisme avec 2 opérations :



Atelier : les **Fables en bande dessinées** :
3 participants payants
(27,03 € de CA)



Atelier : **Association Champagne & Chocolat** :
5 participants payants
(75 € de CA)

En 2023, les animations, visites et atelier ont accueilli 373 personnes ; soit 4 personnes de moins que l'année précédente. Nous pouvons donc qualifier cette année de stable vis-à-vis du précédent exercice.

Au total, les visites guidées et ateliers ont généré un CA de 2 217,13 €

TOP DES VISITES GUIDÉES :



Sur les traces des combats du bois de Belleau :
4 visites avec un total de **73 participants**



Halloween :
1 animation avec **22 participants**



Nocturne au château médiéval :
16 participants

COMMERCIAL

Nombre de
devis réalisés :

111

(92 en 2022)

Nombre de
confirmation :

68

(54 + 14 Croisieurope)
(46 dossiers confirmés
+ 8 Croisi = 54 en 2022)

Nombre de
visiteurs
groupe + individuels

2 136*

(2 061 en 2022)

*+ 135 personnes en groupes
- 60 personnes en individuels

Panier moyen
en hausse
de 1,05 €
pour un total de

23,53 €

CA global

51 645,42€

(48 020,19 € en 2022)

+7,5%

CONCLUSION

Après une forte
reprise en 2022,
la dynamique
est entretenue
et nous
espérons qu'elle
poursuive son
renforcement
en 2024.

Actions parallèlement menées par le service :

- **4 Salons commerciaux** (RDV France, Speedmeeting Strasbourg, Senorêva Lille, Travel in France Liège) : (3 en 2022)
- **8 newsletters commerciales** (4 newsletters promotionnelle groupes seniors et 4 newsletters promotionnelle groupes scolaires) (6 en 2022)
- **4 brochures : Groupes, scolaires, MICE, individuels et mini groupes** (3 en 2022)
- **15 Accueil de TO et éducteurs** (6 actions en 2022)
- **2 éducteurs pour responsables de groupes** (12 groupes accueillis sur ces deux dates)
- **Accueil de TO internationaux :**
 - « Central Holidays » avec 6 personnes le 9 octobre
 - « Experi » avec 2 personnes le 2 octobre
- **Pilotage de l'opération Moi(s) Zen** pour la troisième édition consécutive.



PROMOTION





Voyagez
à deux pas
de chez vous



Maison du Tourisme
Les Portes de la Champagne
2 place des Etats-Unis
02400 Château-Thierry
03 23 83 51 14
contact@lesportesdelachampagne.com
www.lesportesdelachampagne.com

PROMOTION

- **6 communiqués de presse**
- **3 affichages urbains** (Soissons + Château-Thierry)
- **32 accueils presse** (29 retombées)
- **2 instameets** (juillet – octobre)
- **10 articles presse locale**
- **1 présence sur le workshop du Club Presse**
- **5 articles et promotions numériques** de la destination
- **2 opérations de visibilité locale** (sacs à baguette + affichage sur panneaux lumineux)
- **6 insertions payantes** (Petit fûté mag/ Petit fûté/ Hello New Place/ Masterchef Magazine/ Decanter/ MICE Belgique)
- **Dossier dans « Esprit Hauts-de-France »**
- **52 newsletters grand public** pour valoriser l'actualité du territoire
- **Plateau TV France 3** en période de vendanges
- **Gestion du point promo** à chaque début de vacances Corner A4.



Maison du Tourisme
Les Portes de la Champagne
+ 33 (3) 23 83 51 14
www.lesportesdelachampagne.com



SALONS GRAND PUBLIC

- **Fête des vendanges de Montmartre**
- **Présence pour la Champ'Aisne Trail**
- **L'instant Champagne – Lille.**



ÉDITIONS DE BROCHURES

- **Visuels des nouvelles brochures 2022** et des rééditions
- **Brochure accueillants, brochure d'accompagnement pour les hébergeurs touristiques, brochures visites audios**
- **Réédition carte de l'Aisne, réédition carte de l'appellation Champagne.**





AUTRES :

- **Dévoilement SANEF**
- **Éductours hébergement**
- **Éductour Vignoble & Découverte** : Route des vins de Thau
- **Guidage des groupes « Les femmes et le vin »** venu lors de la Saint Vincent 2023 : 22 pax et de la Rando-meet lors du Festival Champagne & Vous : 37 pax.
- **Intervention au LEGTA de Crézancy** sur la thématique « Champagne » : 26 élèves
- **6 vidéos promotionnelles diffusées sur les réseaux sociaux.**

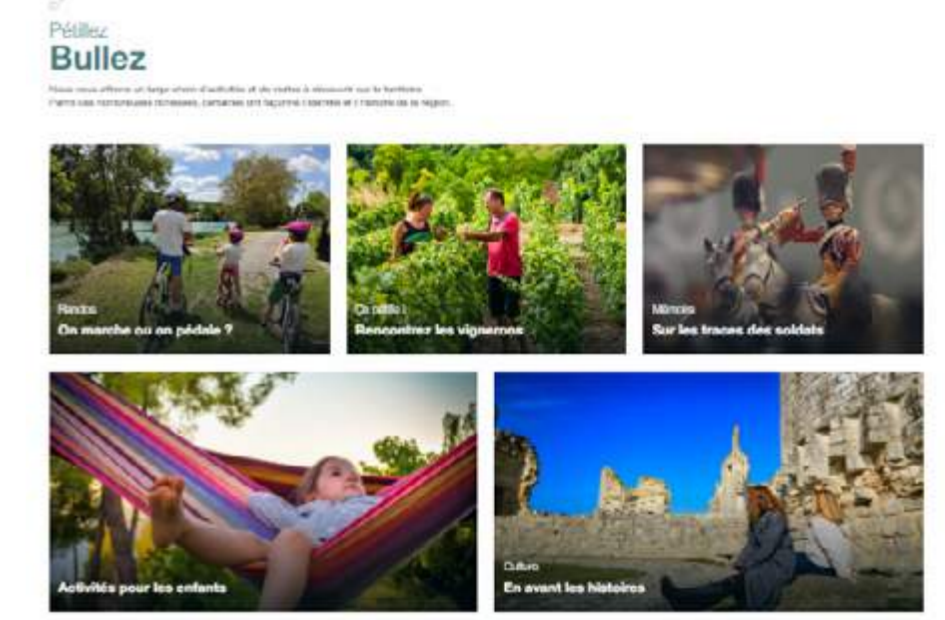
SITE INTERNET

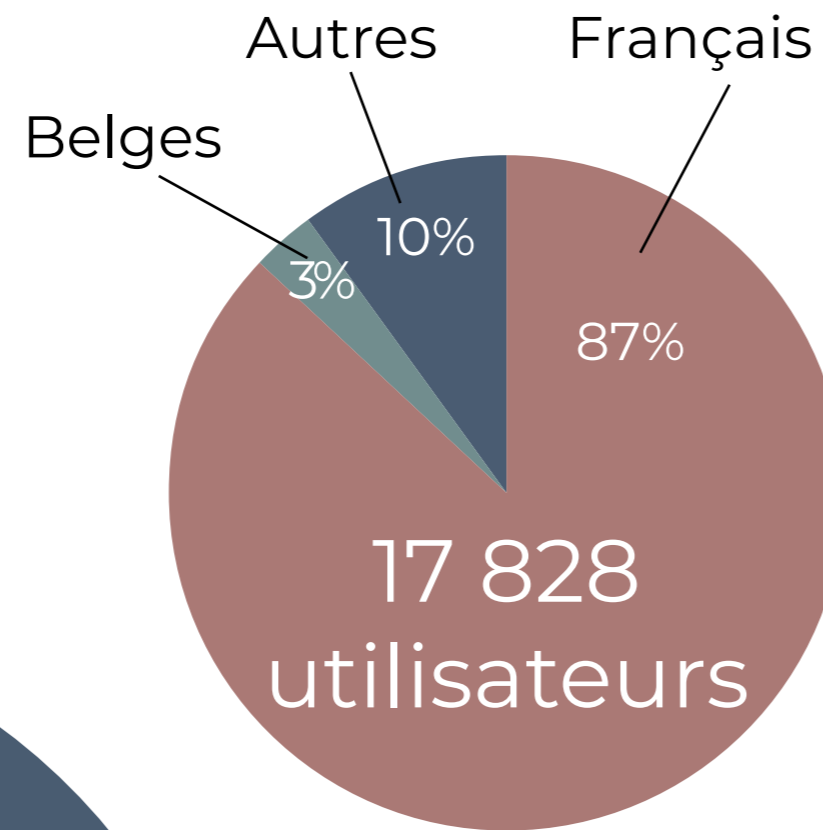
Lancement
de la nouvelle
plateforme
en juin 2023

Les données de fréquentation tronquées et non exploitables pour 2023.
Sur la fréquentation globale du site (juin – décembre) :

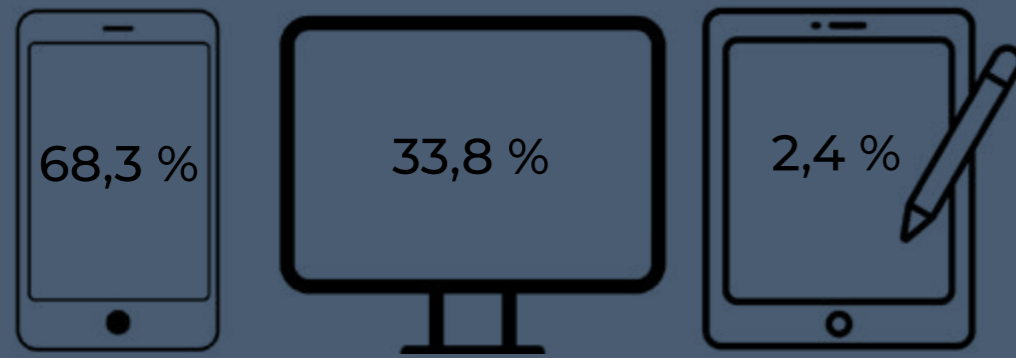
21 781
nouveaux
utilisateurs

17 828
utilisateurs

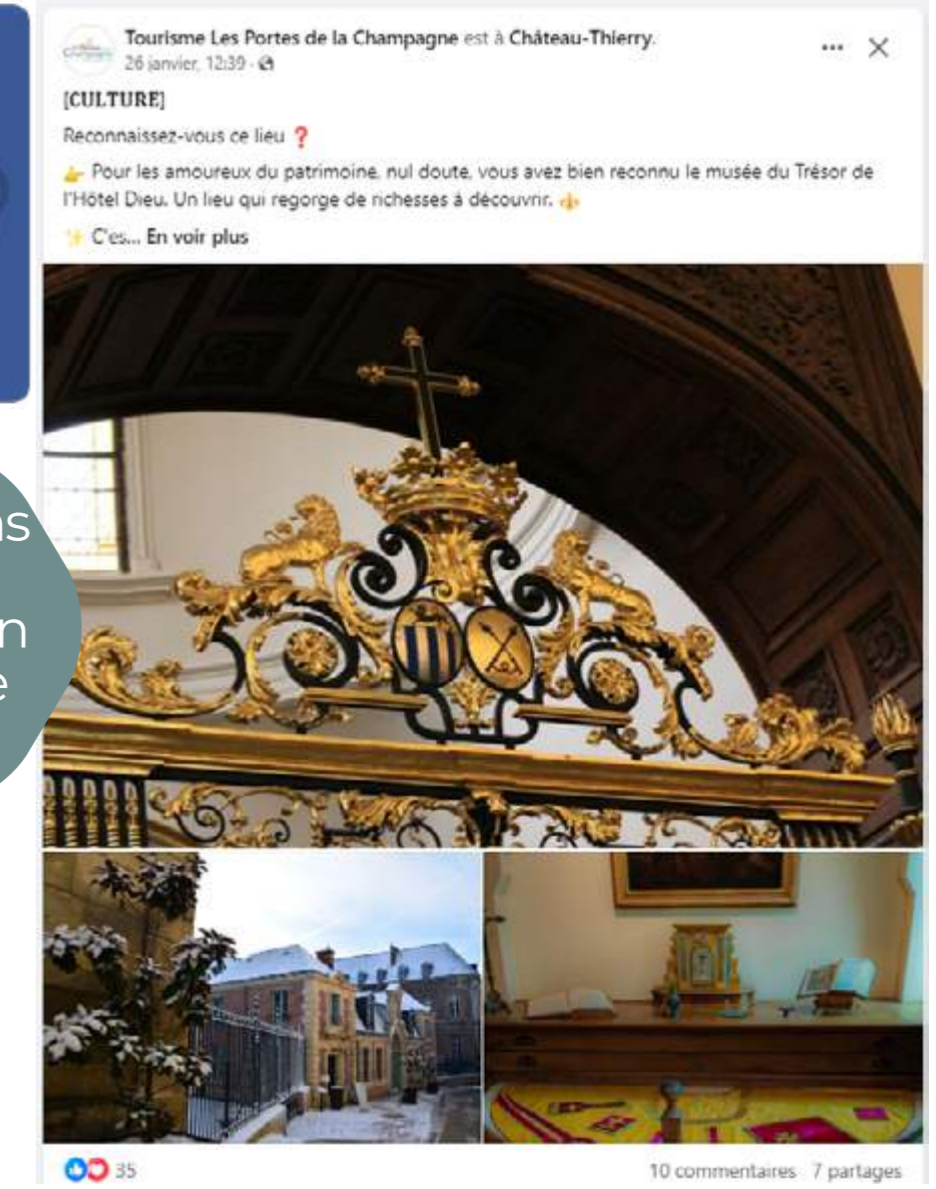
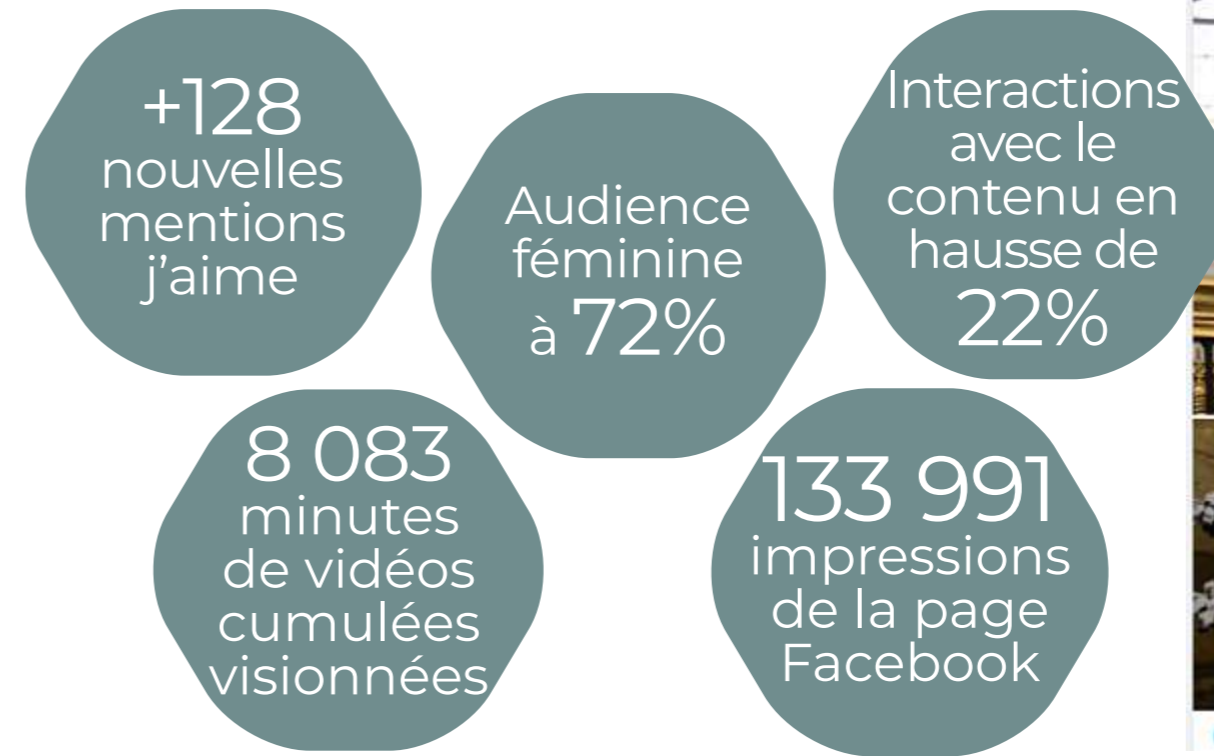




Nouveau site designé pour le Mobile First, choix confirmé par les usages :



RÉSEAUX SOCIAUX



Linked

734
abonnés

256
interactions

11 651
impressions



Instagram

+176
nouveaux
followers

Audience
féminine
à 53%

50 127
impressions

TENDANCES



ÉVOLUTIONS

On note un tassement de la progression sur les réseaux sociaux, après deux années de hausse très marquée et d'une politique de croissance assumée.

DÉVELOPPEMENT



POURSUITE D'ATELIERS DE FORMATION

Loi EVIN
Google Ads
Commercialisation
Formation Accueil (PIT Fère-en-Tardenois)
Assemblée générale
des Jeunes agriculteurs de la Marne

ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS

VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

- **Renouvellement du label Vignobles & Découvertes** par Atout France pour une durée de 3 ans en 2023
- **Renouvellement du label pour les partenaires** suivants du territoire
40 caves • 12 hébergeurs • 9 restaurateurs • 5 sites patrimoniaux • 4 évènements.
- **Caves ouvertes dimanche et jours fériés** : 20 caves proposent d'ouvrir leurs portes les dimanches et jours fériés sur rendez-vous.

- **Accompagnement à la qualification de l'offre d'hébergement** du territoire
- **Accompagnement à la qualification de l'offre oenotouristique**
- **Accompagnement de l'opération Vendangeur d'un jour**
- **Promotion, suivi et accompagnement des événements** et acteurs locaux
Festival C comme Ca • Festival Kidanse • Festival Musique en Omois •
Cité Poétique • Festival Jean de La Fontaine • Champagne & Vous.

ANIMATION DE TEMPS FORTS DE LA SAISON

- **Speedmeeting Vignobles & Découvertes** (28 participants)
- **Organisation des banquets de la Champagne** pour le 70ème anniversaire de la Route Touristique du Champagne : 256 visiteurs • 54 participants au banquet
- **Fascinant weekend Vignobles & Découvertes**
- **Inauguration de l'espace exposition de la Maison du Tourisme** valorisant l'intégralité des Portes de la Champagne
- **Accueil élus et viticulteurs du territoire** (annulé)
- **Temps de clôture de saisons** et de sensibilisation des acteurs aux financements publics
- Aide à la préparation du **Rallye touristique de Prémontré**
- **Présence au carrefour des métiers** du Lycée Saint Joseph
- **Mise en place de Croisières sur la Marne** (annulées)

SUIVI DE PROJETS STRUCTURANTS & STRATÉGIE

- Groupe de travail «**Digitalisation de la Route Touristique du Champagne**»
- Groupe **Mobilité du GOT**
- **Travail avec la CARCT au sujet de la mobilité**, notamment de l'espace mobilité de la gare de Château-Thierry
- **Mise en place et rédaction du Contrat de Destination Touristique** en collaboration avec la Région Hauts-de-France (MITA et CRTC) et le département de l'Aisne (ADT)
- **Travail en réseau avec Hauts-de-France Innovation Tourisme**
- **Accompagnement du département de l'Aisne** autour du sujet oenotouristique.

SUIVI DES RÉSEAUX

- **Comité Technique Vignobles & Découvertes**
- **Conseil d'Administration Vignobles & Découvertes**
- **Club des Ambassadeurs de la Champagne**
- **Renforcement des partenariats locaux (CCAS)**

ADMINISTRATIF

- **Mise en place d'un projet d'annualisation du temps de travail** pour une meilleure gestion des équipes selon les temporalités de l'année.
- **Élaboration d'une stratégie touristique pour la période 2024-2026.**

DONNÉES TERRITORIALES ADN PILOT

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE NUITÉES SUR LE TERRITOIRE

Depuis 2019, la Maison du Tourisme saisit les données territoriales annuellement sur la plateforme ADN Pilot afin d'établir et de suivre les indicateurs touristiques de la destination et leur évolution. Nous avons désormais suffisamment de recul pour nous appuyer de manière sûre sur les évolutions suivantes, qui attestent de la progression constante du territoire depuis le début de la saisie des données.

Exercice	2019	2020	2021	2022
Nombre de nuitées marchandes comptabilisées (ADN Pilot)	290 080	207 440	338 843	382 106
% évolution	N/C	-28,4%	+64,3%	+12,8%
Taxe de séjour collectée	95 596 €	89 556 €	127 272 €	135 026 €
% d'évolution	N/C	-6.3%	+42%	+6.1%



En nous basant sur des données stables, nous constatons que hormis l'épisode COVID de 2020, le nombre de nuitées marchandes sur le territoire est en **progression sensible et constante**, témoignant d'un intérêt grandissant des visiteurs pour le territoire.

Le taux de fonction touristique (rapport entre la capacité de lits et le nombre d'habitants. Nombre de lits marchand pour 100 habitants du territoire) est par ailleurs **en augmentation, passant de 15,95 en 2019 à 16,87 en 2022**. Cela montre une légère augmentation du nombre de lits marchands, lié à **une augmentation du nombre d'ouvertures de gîtes et chambres d'hôtes dans la période post-COVID**.

Deux autres indicateurs sont intéressants :

- **La productivité des lits marchands**
(nombre de nuitées générées par un lit marchand)
- **La productivité fiscale des lits marchands**
(taxe de séjour générée par un lit marchand)

Exercice	2019	2020	2021	2022
Productivité des lits marchands (ADN Pilot)	103.53	63.21	115.72	115.23
% évolution	N/C	-38.9%	+83.2%	+0%
Productivité fiscale des lits marchands	34.12	27.29	43.47	40.72
% d'évolution	N/C	-20%	+69,3%	-6,3%

En croisant ces informations, nous constatons que :

- **Le nombre de nuitées marchandes sur le territoire augmente**, signe d'une fréquentation touristique en progression depuis 4 ans.
- Depuis les données pré-COVID, le nombre de lits marchand a légèrement augmenté et chaque lit marchand, génère plus de nuitées sur le territoire.
- **Par conséquent, il génère plus de taxe de séjour, réinjectée dans la promotion territoriale auprès des publics exogènes.**



ENJEUX
PRINCIPAUX
POUR 2024

1. Entretenir la dynamique créée lors du cycle 2021-2023.

Faire vivre les équipements et activités mises en place par des animations et programmes adaptés aux attentes et demandes des publics.

2. Augmenter le volume des retombées générées pour le territoire. Augmenter la visibilité via une amplification de la promotion. Augmenter les retombées économiques générées par les flux touristiques.

3. Développer les capacités d'appropriations des acteurs et habitants du territoire. Travailler avec les acteurs sociaux, de l'éducation, de la culture et du tourisme pour que chacun prenne sa part dans la valorisation du territoire pour un meilleur rayonnement de celui-ci.

Rationaliser les coûts de fonctionnement de la structure.

Réfléchir à l'augmentation du volume de budget opérationnel de la structure pour débloquer plus de moyens pour le rayonnement du territoire et par conséquent générer plus de retombées économiques.

Tenter de répondre aux enjeux structurels du territoire

(logique du dernier kilomètre, carence d'équipements structurants et d'hébergement hôtelier).

A défaut de pouvoir porter les projets, jouer un rôle de facilitateur et de conseil pour la concrétisation de projets touristiques sur le territoire.



DIRECTION GÉNÉRALE DES FINANCES PUBLIQUES
SGC CHATEAU-THIERRY
N° CODIQUE 002079
Date Edition : 22/02/2024
Compte : DEFINITIF

MAISON TOURISME PORTES CHAMP BUDGET PRINCIPAL

COMPTE DE GESTION EXERCICE 2023

PRÉSENTÉ À
La Chambre régionale des comptes

PAR LE(S) COMPTABLE(S)
Mme Aline VOILLAUME
Mme Sarah Martin

AYANT EXERCÉ AU COURS DE LA GESTION
DU 01/01/2023 AU 31/08/2023
DU 01/09/2023 AU 22/02/2024

Nomenclature M4 spic
Voté par Nature

SOMMAIRE

Le Compte de Gestion sur Chiffres

1ERE PARTIE : Situation patrimoniale	3
1 Bilan synthétique	Etat I-1 4
2 Bilan	Etat I-2 5
2.1 Bilan Actif	
2.2 Bilan Passif	
3 Compte de résultat synthétique	Etat I-3 13
4 Compte de résultat	Etat I-4 14
5 Annexe	18
Etats des opérations pour compte de tiers	Etat I-5 19
2EME PARTIE : Exécution budgétaire	21
1 Résultats budgétaires de l'exercice	Etat II-1 22
2 Résultats d'exécution	Etat II-2 23
3 Etat de consommation des crédits	Etat II-3 24
4 Etat de réalisation des opérations	Etat II-4 28
3EME PARTIE : Comptabilité des deniers et valeurs	34
1 Balance des comptes	Etat III-1 35
2 Situation des valeurs inactives	Etat III-2 49
4EME PARTIE : Page des signatures	50

Résultats budgétaires de l'exercice

34600 - MAISON TOURISME PORTES CHAMP

Exercice 2023

	SECTION D'INVESTISSEMENT	SECTION DE FONCTIONNEMENT	TOTAL DES SECTIONS
RECETTES			
Prévisions budgétaires totales (a)	37 808,29	798 398,95	836 207,24
Titres de recette émis (b)	35 813,13	567 996,86	603 809,99
Réductions de titres (c)		71 626,12	71 626,12
Recettes nettes (d = b - c)	35 813,13	496 370,74	532 183,87
DEPENSES			
Autorisations budgétaires totales (e)	37 808,29	798 398,95	836 207,24
Mandats émis (f)	4 634,33	621 987,54	626 621,87
Annulations de mandats (g)		33 448,92	33 448,92
Depenses nettes (h = f - g)	4 634,33	588 538,62	593 172,95
RESULTAT DE L'EXERCICE			
(d - h) Excédent	31 178,80		
(h - d) Déficit		92 167,88	60 989,08

Résultats d'exécution du budget principal et des budgets des services non personnalisés

34600 - MAISON TOURISME PORTES CHAMP

Exercice 2023

	RESULTAT A LA CLOTURE DE L'EXERCICE PRECEDENT : 2022	PART AFFECTEE A L'INVESTISSEMENT : EXERCICE 2023	RESULTAT DE L'EXERCICE 2023	TRANSFERT OU INTEGRATION DE RESULTATS PAR OPERATION D'ORDRE NON BUDGETAIRE	RESULTAT DE CLOTURE DE L'EXERCICE 2023
I - Budget principal					
Investissement	-23 808,29		31 178,80		7 370,51
Fonctionnement	330 625,95	23 808,29	-92 167,88		214 649,78
TOTAL I	306 817,66	23 808,29	-60 989,08		222 020,29
II - Budgets des services à caractère administratif					
TOTAL II					
III - Budgets des services à caractère industriel et commercial					
TOTAL III					
TOTAL I + II + III	306 817,66	23 808,29	-60 989,08		222 020,29

REPUBLIQUE FRANÇAISE

COLLECTIVITE DE RATTACHEMENT

90000

POSTE COMPTABLE DE TRESORERIE GENERALE DE CHATEAU

Service Public Local

.....

MAISON DU TOURISME LES PORTES DE LA CHAMPAGNE

M4

COMPTE ADMINISTRATIF

ANNEE 2023

II - PRESENTATION GENERALE DU COMPTE ADMINISTRATIF	II
VUE D'ENSEMBLE	A1

EXECUTION DU BUDGET

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION
REALISATIONS DE L'EXERCICE (mandats et titres)	Section d'exploitation	A 588 538,62	G 496 370,74	G-A -92 167,88
	Section d'investissement (y compris les comptes 1064 et 1068)	B 4 634,33	H 35 813,13	H-B 31 178,80

REPORTS DE L'EXERCICE N-1	Report en section d'exploitation (002)	C (si déficit)	I 306 817,66 (si excédent)
	Report en section d'investissement (001)	D 23 808,29 (si déficit)	J (si excédent)

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION
TOTAL (réalisations + reports)		616 981,24 P= A+B+C+D	839 001,53 Q=G+H+I+J	222 020,29 Q-P

RESTES A REALISER A REPORTER EN N+1 (1)	Section d'exploitation	E	K
	Section d'investissement	F	L
	TOTAL des restes à réaliser à reporter en N+1	=E+F	=K+L

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION
RESULTAT CUMULE	Section d'exploitation	588 538,62 =A+C+E	803 188,40 =G+I+K	214 649,78
	Section d'investissement	28 442,62 =B+D+F	35 813,13 =H+J+L	7 370,51
	TOTAL CUMULE	616 981,24 = A+B+C+D+E+F	839 001,53 =G+H+I+J+K+L	222 020,29

(1) Les restes à réaliser de la section de fonctionnement correspondent en dépenses, aux dépenses engagées non mandatées et non rattachées telles qu'elles ressortent de la comptabilité des engagements et en recettes, aux recettes certaines n'ayant pas donné lieu à l'émission d'un titre et non rattachées (R.2311-11 du CGCT).

Les restes à réaliser de la section d'investissement correspondent en dépenses, aux dépenses engagées non mandatées au 31/12 de l'exercice précédent telles qu'elles ressortent de la comptabilité des engagements et aux recettes certaines n'ayant pas donné lieu à l'émission d'un titre au 31/12 de l'exercice précédent (R.2311-11 du CGCT).

II - PRESENTATION GENERALE DU BUDGET	II
VUE D'ENSEMBLE	A1

DETAIL DES RESTES A REALISER

Chap./art	Libellé	Dépenses engagées non mandatées	Titres restant à émettre
-----------	---------	---------------------------------	--------------------------

MAISON DU TOURISME LES PORTES DE LA CHAMPAGNE

II - PRESENTATION GENERALE DU COMPTE ADMINISTRATIF	II
SECTION D'EXPLOITATION - CHAPITRES	A2

DEPENSES D'EXPLOITATION

Chap	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+RAR N-1)	Crédits employés (ou restant à employer)			Crédits annulés (1)
			Mandats émis	Charges rattachées	Reste à réaliser au 31/12	
011	Charges à caractère général	349 416,40	169 318,96	40 483,50		139 613,94
012	Charges de personnel et frais assimilés	385 753,04	366 680,64			19 072,40
014	Atténuations de produits					
65	Autres charges de gestion courante	12,00	2,68			9,32
	Total des dépenses de gestion courante	735 181,44	536 002,28	40 483,50		158 695,66
66	Charges financières					
67	Charges exceptionnelles	500,00	48,00			452,00
68	Dotations aux provisions (2)					
69	Impôts sur les bénéfices et assimilés (3)					
022	Dépenses imprévues	48 717,51				48 717,51
	Total des dépenses réelles d'exploitation	784 398,95	536 050,28	40 483,50		207 865,17
023	Virement à la section d'investissement (4)	1 995,16				1 995,16
042	Opé.d'ordre de transferts entre sections (4)	12 004,84	12 004,84			
043	Opé.d'ordre à l'intérieur de la sec. d'expl.(4)					
	Total des dépenses d'ordre d'exploitation	14 000,00	12 004,84			1 995,16
	TOTAL	798 398,95	548 055,12	40 483,50		209 860,33

Pour information D 002 Déficit de fonctionnement reporté de N-1	(3)
--	-----

RECETTES D'EXPLOITATION

Chap	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+RAR N-1)	Crédits employés (ou restant à employer)			Crédits annulés (1)
			Titres émis	Produits rattachés	Reste à réaliser au 31/12	
013	Atténuation de charges	5 061,29	6 159,06			- 1 097,77
70	Produits des services, du domaine et ventes ...	73 520,00	72 688,79			831,21
73	Impôts et taxes (5)					
74	Dotations et participations	313 000,00	313 000,00			
75	Autres produits de gestion courante	100 000,00	54 956,74	49 566,15		- 4 522,89
	Total des recettes de gestion courante	491 581,29	446 804,59	49 566,15		- 4 789,45
76	Produits financiers					
77	Produits exceptionnels					
78	Reprises sur provisions et sur dépréciations (2)					
	Total des recettes réelles d'exploitation	491 581,29	446 804,59	49 566,15		- 4 789,45
042	Opé.d'ordre de transferts entre sections (4)					
043	Opé.d'ordre à l'intérieur de la sec.					
	Total des recettes d'ordre d'exploitation					
	TOTAL	491 581,29	446 804,59	49 566,15		- 4 789,45

Pour information R 002 Excédent de fonctionnement reporté de N-1	(3)
---	-----

(1) Les crédits annulés correspondent aux crédits ouverts auxquels il convient de soustraire les crédits employés

(2) Si la régie applique le régime des provisions semi-budgétaires, ainsi que pour la dotation aux dépréciations des stocks de fournitures et de marchandises, des créances et des valeurs mobilières de placement, aux dépréciations des comptes de tiers et aux dépréciations des comptes financiers

(3) Ce chapitre n'existe pas en M49

(4) DE 023 = RI 021 ; DI 040 = RE 042 ; RI 040 = DE 042 ; DI 041 = RI 041 ; DE 043 = RE 043

(5) Ce chapitre existe uniquement en M41, M43 et M44

(6) A servir uniquement, en dépense, lorsque la régie effectue une dotation initiale en espèces au profit d'un service public non personnalisé qu'elle crée et, en recettes, lorsque le service non personnalisé reçoit une dotation en espèces de la part de sa collectivité de rattachement

(7) Seul le total des opérations réelles pour comptes de tiers figure sur cet état (voir le détail Annexe IV A7)

(8) Le compte 106 n'est pas un chapitre mais un article du chapitre 10

MAISON DU TOURISME LES PORTES DE LA CHAMPAGNE

II - PRESENTATION GENERALE DU BUDGET	II
SECTION D'INVESTISSEMENT - CHAPITRES	A3

DEPENSES D'INVESTISSEMENT

Chap.	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+RAR N-1)	Mandats émis	Restes à réaliser au 31/12	Crédits annulés
20	Immobilisations incorporelles (sauf 204)				
21	Immobilisations corporelles	14 000,00	4 634,33		9 365,67
22	Immobilisations reçues en affectation (5)				
23	Immobilisations en cours				
	Total des opérations d'équipement				
	Total des dépenses d'équipement	14 000,00	4 634,33		9 365,67
10	Dotations, fonds divers et réserves				
13	Subventions d'investissement				
16	Emprunts et dettes assimilées				
18	Compte de liaison : affectation à ...(6)				
26	Particip.et créances rattachées à des particip.				
27	Autres immobilisations financières				
020	Dépenses imprévues				
	Total des dépenses financières				
4581	Total des opé.pour compte de tiers (7)				
	Total des dépenses réelles d'investissement	14 000,00	4 634,33		9 365,67
040	Opé.d'ordre de transferts entre sections (4)				
041	Opérations patrimoniales (4)				
	Total des dépenses d'ordre d'invest.				
	TOTAL	14 000,00	4 634,33		9 365,67

Pour information D 001 Solde d'exécution négatif reporté de N-1	23 808,29 (3)
--	----------------------

MAISON DU TOURISME LES PORTES DE LA CHAMPAGNE

II - PRESENTATION GENERALE DU BUDGET	II
SECTION D'INVESTISSEMENT - CHAPITRES	A3

RECETTES D'INVESTISSEMENT

Chap.	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+RAR N-1)	Titres émis	Restes à réaliser au 31/12	Crédits annulés
13	Subventions d'investissement				
16	Emprunts et dettes assimilées				
20	Immobilisations incorporelles (sauf 204)				
21	Immobilisations corporelles				
22	Immobilisations reçues en affectation (5)				
23	Immobilisations en cours				
	Total des recettes d'équipement				
10	Dotations, fonds divers et réserves (hors 1068)				
1068	Excédents de fonct.capitalisés (8)	23 808,29	23 808,29		
165	Dépôts et cautionnements reçus				
18	Compte de liaison : affectation ...				
26	Particip.créances rattachées à des particip.				
27	Autres immobilisations financières				
024	Produits des cessions d'immobilisations				
	Total des recettes financières	23 808,29	23 808,29		
4582	Total des opé.pour compte de tiers (7)				
	Total des recettes réelles d'investissement	23 808,29	23 808,29		
021	Virement de la section de fonctionnement (4)	1 995,16			1 995,16
040	Opé.d'ordre de transferts entre sections (4)	12 004,84	12 004,84		
041	Opérations patrimoniales (4)				
	Total des recettes d'ordre d'invest.	14 000,00	12 004,84		1 995,16
	TOTAL	37 808,29	35 813,13		1 995,16

Pour information R 001 Solde d'exécution positif reporté de N-1	(3)
--	-----

REPUBLIQUE FRANÇAISE

COLLECTIVITE DE RATTACHEMENT

90000

POSTE COMPTABLE DE TRESORERIE GENERALE DE CHATEAU

Service Public Local

.....

MAISON DU TOURISME LES PORTES DE LA CHAMPAGNE

M4

BUDGET PRIMITIF

ANNEE 2024

II - PRESENTATION GENERALE DU BUDGET	II
VUE D'ENSEMBLE	A1

EXPLOITATION

		DEPENSES DE LA SECTION DE FONCTIONNEMENT	RECETTES DE LA SECTION DE FONCTIONNEMENT
VOTE	CREDITS DE FONCTIONNEMENT VOTES AU TITRE DU PRESENT BUDGET (1)	851 174.13	636 524.35
+		+	+
REPORTS	RESTES A REALISER (R.A.R) DE L'EXERCICE PRECEDENT (2)	0.00	0.00
	002 RESULTAT DE FONCTIONNEMENT REPORTE (2)	0.00 (si déficit)	214 649.78 (si excédent)
=		=	=
TOTAL DE LA SECTION D'EXPLOITATION (3)		851 174.13	851 174.13

INVESTISSEMENT

		DEPENSES DE LA SECTION D'INVESTISSEMENT	RECETTES DE LA SECTION D'INVESTISSEMENT
VOTE	CREDITS D'INVESTISSEMENT (1) VOTES AU TITRE DU PRESENT BUDGET (y compris les comptes 1064 et 1068)	20 567.06	13 196.55
+		+	+
REPORTS	RESTES A REALISER (R.A.R) DE L'EXERCICE PRECEDENT (2)	0.00	0.00
	001 SOLDE D'EXECUTION DE LA SECTION D'INVESTISSEMENT REPORTE (2)	0.00 (si solde négatif)	7 370.51 (si solde positif)
=		=	=
TOTAL DE LA SECTION D'INVESTISSEMENT (3)		20 567.06	20 567.06

TOTAL

TOTAL DU BUDGET (3)	871 741.19	871 741.19
----------------------------	-------------------	-------------------

(1) Au budget primitif, les crédits votés correspondent aux crédits votés lors de cette étape budgétaire. De même, pour les décisions modificatives et le budget supplémentaire, les crédits votés correspondent aux crédits votés lors de l'étape budgétaire sans sommation avec ceux antérieurement votés lors du même exercice.

(2) A servir uniquement en cas de reprise des résultats de l'exercice précédent, soit après le vote du compte administratif, soit en cas de reprise anticipée des résultats. Pour la section d'exploitation, les RAR sont constitués par l'ensemble des dépenses engagées et n'ayant pas donné lieu à service fait au 31 décembre de l'exercice précédent. En recettes, il s'agit des recettes certaines n'ayant pas donné lieu à l'émission d'un titre au 31/12 de l'exercice précédent.

pour la section d'investissement, les RAR correspondent aux dépenses engagées non mandatées au 31/12 de l'exercice précédent telles qu'elles ressortent de la comptabilité des engagements et aux recettes certaines n'ayant pas donné lieu à l'émission d'un titre au 31/12 de l'exercice précédent.

(3) Total de la section d'exploitation = RAR + résultat reporté + crédits d'exploitation votés

Total de la section d'investissement = RAR + solde d'exécution reporté + crédits d'investissement votés.

Total du budget = Total de la section d'exploitation + Total de la section d'investissement

MAISON DU TOURISME LES PORTES DE LA CHAMPAGNE

II - PRESENTATION GENERALE DU BUDGET	II
SECTION D'EXPLOITATION - CHAPITRES	A2

DEPENSES D'EXPLOITATION

Chap	Libellé	Pour mémoire Budget Précédent (1)	Restes à réaliser N-1 (2)	Propositions nouvelles	VOTE (3)	TOTAL (= RAR+vote)
011	Charges à caractère général	349 416,40		381 602,26	381 602,26	381 602,26
012	Charges de personnel et frais assimilés	385 753,04		397 263,32	397 263,32	397 263,32
014	Atténuations de produits					
65	Autres charges de gestion courante			12,00	12,00	12,00
	Total des dépenses de gestion des services	735 169,44		778 877,58	778 877,58	778 877,58
66	Charges financières					
67	Charges exceptionnelles	500,00		100,00	100,00	100,00
68	Dotations aux provisions et aux dépréciations (4)					
69	Impôts sur les bénéfices et assimilés (5)					
022	Dépenses imprévues	48 717,51		59 000,00	59 000,00	59 000,00
	Total des dépenses réelles d'exploitation	784 386,95		837 977,58	837 977,58	837 977,58
023	<i>Virement à la section d'investissement (6)</i>	<i>1 995,16</i>				
042	<i>Opé.d'ordre de transferts entre sections (6)</i>	<i>12 004,84</i>		<i>13 196,55</i>	<i>13 196,55</i>	<i>13 196,55</i>
043	<i>Opé.d'ordre à l'intérieur de la sec.d'exp. (6)</i>					
	Total des dépenses d'ordre d'exploitation	14 000,00		13 196,55	13 196,55	13 196,55
	TOTAL	798 386,95		851 174,13	851 174,13	851 174,13

+

D 002 RESULTAT REPORTE OU ANTICIPE (1)	
---	--

=

TOTAL DES DEPENSES DE FONCTIONNEMENT CUMULEES	851 174,13
--	-------------------

RECETTES D'EXPLOITATION

Chap	Libellé	Pour mémoire Budget Précédent (1)	Restes à réaliser N-1 (2)	Propositions nouvelles	VOTE (3)	TOTAL (= RAR+vote)
013	Atténuation de charges	5 061,29		6 104,85	6 104,85	6 104,85
70	Ventes de produits fabriqués, prestations ...	73 520,00		90 009,50	90 009,50	90 009,50
73	Produits issus de la fiscalité (7)					
74	Subventions d'exploitation	313 000,00		440 410,00	440 410,00	440 410,00
75	Autres produits de gestion courante	100 000,00		100 000,00	100 000,00	100 000,00
	Total des recettes de gestion des services	491 581,29		636 524,35	636 524,35	636 524,35
76	Produits financiers					
77	Produits exceptionnels					
78	Reprises sur provisions et sur dépréciations (4)					
	Total des recettes réelles d'exploitation	491 581,29		636 524,35	636 524,35	636 524,35
042	<i>Opé.d'ordre de transferts entre sections (6)</i>					
043	<i>Opé.d'ordre à l'intérieur de la sec.fonct. (6)</i>					
	Total des recettes d'ordre d'exploitation					
	TOTAL	491 581,29		636 524,35	636 524,35	636 524,35

+

R 002 RESULTAT REPORTE OU ANTICIPE (1)	214 649,78
---	-------------------

=

TOTAL DES RECETTES DE FONCTIONNEMENT CUMULEES	851 174,13
--	-------------------

Pour Information :

AUTOFINANCEMENT PREVISIONNEL DEGAGE AU PROFIT DE LA SECTION D'INVESTISSEMENT (11)	13 196,55
--	------------------

Il s'agit, pour un budget voté en équilibre, des ressources propres correspondant à l'excédent des recettes réelles d'exploitation sur les dépenses réelles d'exploitation.

Il sert à financer le remboursement du capital de la dette et les nouveaux investissements de la régie.

(3) Le vote de l'organe délibérant porte uniquement sur les propositions nouvelles.

(1) cf Modalités de vote - (2) Inscrire en cas de reprise des résultats de l'exercice précédent (après vote du compte administratif ou si reprise anticipée des résultats).

(4) Si la régie applique le régime des provisions semi-budgétaires, ainsi que pour la dotation aux dépréciations des stocks de fournitures et de marchandises, des créances et des valeurs mobilières de placement, aux dépréciations des comptes de tiers et aux dépréciations des comptes financiers.

(5) Ce chapitre n'existe pas en M49.

(6) DE 023 - RI 021 ; DI 040 - RE 042 ; RI 040 - DE 042 ; DI 041 - RI 041 ; DE 043 - RE 043

(7) Ce chapitre existe uniquement en M41, M43 et M44.

(8) À servir uniquement, en dépense, lorsque la régie effectue une dotation initiale en espèces au profit d'un service public non personnalisé qu'elle crée et, en recettes, lorsque le service non personnalisé reçoit une dotation en espèces de la part de sa collectivité de rattachement. (9) Seul le total des opérations réelles pour compte de tiers figure sur cet état (voir détail Annexe IVA7).

(10) Le compte 106 n'est pas un chapitre mais un article du chapitre 10. (11) Solde de l'opération DE 023 + DE 042 - RE 042 ou solde de l'opération RI 021 + RI 040 - DI 040.

II - PRESENTATION GENERALE DU BUDGET	II
SECTION D'INVESTISSEMENT - CHAPITRES	A3

DEPENSES D'INVESTISSEMENT

Chap.	Libellé	Pour mémoire Budget Précédent	Restes à réaliser N-1 (2)	Propositions nouvelles	VOTE (3)	TOTAL (= RAR+vote)
20	Immobilisations incorporelles					
21	Immobilisations corporelles	14 000,00		20 567,06	20 567,06	20 567,06
22	Immobilisations reçues en affectation					
23	Immobilisations en cours					
	Total des opérations d'équipement					
	Total des dépenses d'équipement	14 000,00		20 567,06	20 567,06	20 567,06
10	Dotations, fonds divers et réserves					
13	Subventions d'investissement					
16	Emprunts et dettes assimilées					
18	Compte de liaison : affectation à ...(8)					
26	Particip.et créances rattachées à des particip.					
27	Autres immobilisations financières					
020	Dépenses imprévues					
	Total des dépenses financières					
4581	Total des opé.pour compte de tiers (9)					
	Total des dépenses réelles d'investissement	14 000,00		20 567,06	20 567,06	20 567,06
040	<i>Opé.d'ordre de transferts entre sections (6)</i>					
041	<i>Opérations patrimoniales (6)</i>					
	Total des dépenses d'ordre d'invest.					
	TOTAL	14 000,00		20 567,06	20 567,06	20 567,06

D 001 SOLDE D'EXECUTION NEGATIF REPORTE OU ANTICIPE (1)	+
	=
TOTAL DES DEPENSES D'INVESTISSEMENT CUMULEES	20 567,06

MAISON DU TOURISME LES PORTES DE LA CHAMPAGNE

II - PRESENTATION GENERALE DU BUDGET	II
SECTION D'INVESTISSEMENT - CHAPITRES	A3

RECETTES D'INVESTISSEMENT

Chap.	Libellé	Pour mémoire Budget Précédent	Restes à réaliser N-1 (2)	Propositions nouvelles	VOTE (3)	TOTAL (= RAR+vote)
13	Subventions d'investissement					
16	Emprunts et dettes assimilées					
20	Immobilisations incorporelles					
21	Immobilisations corporelles					
22	Immobilisations reçues en affectation					
23	Immobilisations en cours					
	Total des recettes d'équipement					
10	Dotations, fonds divers et réserves (hors 1068)					
106	Réserves (10)	23 808,29				
18	Compte de liaison : affectation ...(8)					
26	Particip.créances rattachées à des particip.					
27	Autres immobilisations financières					
	Total des recettes financières	23 808,29				
4582	Total des opé.pour compte de tiers (9)					
	Total des recettes réelles d'investissement	23 808,29				
021	Virement de la section d'exploitation (6)	1 995,16				
040	Opé.d'ordre de transferts entre sections (6)	12 004,84		13 196,55	13 196,55	13 196,55
041	Opérations patrimoniales (6)					
	Total des recettes d'ordre d'investissement	14 000,00		13 196,55	13 196,55	13 196,55
	TOTAL	37 808,29		13 196,55	13 196,55	13 196,55

	+
R 001 SOLDE D'EXECUTION POSITIF REPORTE OU ANTICIPE (2)	7 370,51
	=
TOTAL DES RECETTES D'INVESTISSEMENT CUMULEES	20 567,06

Pour information :

Il s'agit, pour un budget voté en équilibre, des ressources propres correspondant à l'excédent des recettes réelles d'exploitation sur les dépenses réelles d'exploitation.

Il sert à financer le remboursement du capital de la dette et les nouveaux investissements de la régie

AUTOFINANCEMENT PREVISIONNEL DEGAGE PAR LA SECTION DE FONCTIONNEMENT (11)	13 196,55
--	------------------

MAISON DU TOURISME



Annexe 5

Etat des effectifs au 1^{er} janvier 2024 :

GRADES OU EMPLOIS	PREVUS	TEMPS HEBDOMADAIRE
Responsable accueil	1	35h
Conseiller en séjour	1	35h
Responsable commercialisation et marketing	1	35h
Chargé de commercialisation	1	30h
Chargé de promotion	1	35h
Chargé de d'animation	1	35h
Assistante de coordination	1	28h
Saisonnier	1	35h
Responsable administrative et financière	1	35h
Directeur	1	35h

Etat des effectifs prévisionnels pour 2024 :

GRADES OU EMPLOIS	PREVUS	TEMPS HEBDOMADAIRE
Responsable accueil	1	35h
Conseiller en séjour	1	35h
Responsable commercialisation et marketing	1	35h
Chargé de commercialisation	1	35h
Chargé de promotion	1	35h
Chargé de d'animation	1	35h
Assistante de coordination	1	28h
Saisonnier	1	35h
Responsable administrative et financière	1	35h
Directeur	1	35h

DEPARTEMENT DE L'AISNE

Arrondissement de CHATEAU-THIERRY



République Française

PETR-UCCSA
UNION DES COMMUNAUTES DE COMMUNES
DU SUD DE L'AISNE

Ferme du Ru Chailly - 02650 FOSSOY

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU COMITE SYNDICAL

Séance du 21 octobre 2024

**OBJET : MAISON DU TOURISME « LES PORTES DE LA CHAMPAGNE » :
CONTRAT DE DESTINATION**

L'an deux mil vingt-quatre, le 21 octobre à 17 h 30, dans la salle de réunion du PETR - UCCSA, Ferme du ru Chailly, les délégués du Comité Syndical du PETR - UCCSA légalement convoqués, se sont réunis, sous la Présidence de Monsieur Dominique MOÏSE, en l'absence du Président Monsieur Olivier DEVRON,

Ce Comité Syndical fait suite à la séance du 3 juillet 2024 à laquelle le quorum n'a pas été atteint,

Date de convocation le : 16 octobre 2024

Délégués en exercice : 32

Présents (titulaires et suppléants) : 6	Pour : 4
Absents (titulaires) : 26	Contre : 0
Représentés (suppléants) : 0	Abstention : 0
Votants : 4	

Communauté de Communes du Canton de Charly sur Marne :

Titulaires présents :

M. PITTON TERRIEN, Mme REGARD.

Titulaires excusés :

Mme CLOBOURSE, M. DEVRON.

Communauté d'Agglomération de la Région de Château-Thierry :

Titulaires présents :

M. HAQUET, M. LAHOUATI, M. MOÏSE, M. POIX.

Titulaires excusés :

M. BAILLEUL, M. EUGENE, M. LOGEROT.

Suppléants excusés :

M. LEDUC JL, M. TROUBLÉ.

Secrétaire de séance : M. POIX

**OBJET : MAISON DU TOURISME « LES PORTES DE LA CHAMPAGNE » :
CONTRAT DE DESTINATION**

Annexe 6 : Contrat de destination

Le contrat de destination est un outil de développement touristique porté par la Région Hauts de France afin d'accompagner les territoires dans leur stratégie locale de développement touristique.

Le contrat s'appuie sur l'identité du territoire et de ses atouts qui doivent être mis en adéquation avec les attentes des clientèles touristiques visées.

Vu la création de la Maison du Tourisme le 12 juillet 2013,

Vu les orientations menées en faveur du développement touristique du territoire,

Vu la délibération du 19 décembre 2020 qui acte le contrat de rayonnement touristique du sud de l'Aisne en partenariat avec le Conseil régional Hauts de France,

Vu la fin du contrat de rayonnement touristique et la préparation du contrat de destination pour poursuivre la dynamique engagée,

Vu la nécessité de connaître le marché et les attentes de la clientèle cible pour travailler sur des objectifs et des produits adaptés,

Vu la concertation réalisée en amont avec les partenaires institutionnels (Région Hauts de France, Comité Régional du Tourisme et Aisne Tourisme),

Vu le comité syndical en date du 10 avril 2024 qui prend acte de la note technique qui présente les cibles, le positionnement, les thématiques et les enjeux qui permettront d'élaborer le contrat de destination du sud de l'Aisne,

Vu l'élaboration du contrat de destination,

Le comité syndical, après en avoir délibéré :

- approuve le contrat de destination du sud de l'Aisne

Et autorise le Président à signer les documents afférents au dossier

Fait et délibéré en séance, les jour et an que dessus et ont signé les membres présents.

Secrétaire de séance,



Le Vice - Président,
Dominique MOYSE



PETR - UCCSA
UNION DES COMMUNAUTES DE COMMUNES
DU SUD DE L' AISNE
ferme du ru chailly
02650 FOSSOY
Tél. 03 23 71 68 60 Fax 03 23 71 53 53



CONTRAT DE DESTINATION TOURISTIQUE

« *Les Portes de la Champagne* »

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

Vu le Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation, adopté par la délibération n° 2022.01821 du conseil régional du 8 décembre 2022 et approuvé par arrêté du Préfet de Région Hauts-de-France le 10 mai 2023,

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 le territoire en date du 29 décembre 2023,

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 rayonnement touristique.

ENTRE

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

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

Le Pôle d'Équilibre Territorial et Rural - Union des Communautés de Communes du Sud de l'Aisne (PETR - UCCSA), représenté par son Président, Olivier DEVRON,

La Communauté d'Agglomération de la Région de Château Thierry, représentée par son Président, Etienne HAY,

La Communauté de Communes du Canton de Charly sur Marne, représentée par sa Présidente, Elisabeth CLOBOURSE,

Et d'autre part

La Maison du Tourisme Les Portes de la Champagne, représentée par son Président, Monsieur Dominique MOYSE ;

Aisne Tourisme, l'Agence de Développement du Tourisme de l'Aisne, représentée par son Président, Monsieur Pascal TORDEUX,

IL EST CONVENU CE QUI SUIT,

PREAMBULE

Contexte

⑩ 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

⑩ **La 3^{ème} Révolution Industrielle (REV3) en Hauts-de-France**

Dans un contexte de transformations structurelle et conjecturelle 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.

⑩ 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 *Les Portes de la Champagne*, 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 Les Portes de la Champagne

Situé à l'extrême sud de la région Hauts-de-France, les Portes de la Champagne sont également aux confins des régions Grand Est et Île-de-France.

Ce positionnement est source de diversité géographique, mais est par ailleurs source d'un manque d'appropriation de la part des populations locales.

Constitutif de la Champagne historique et viticole, le territoire est composé par le PETR – UCCSA qui compte la Communauté d'agglomération de la Région de Château Thierry (CARCT) et la Communauté de communes du canton de Charly sur Marne (C4) soit au total de 108 communes et 71 559 habitants. Il est desservi par l'autoroute A4, le train avec deux gares sur son territoire de compétence.

Traversé de part en part par la Marne, le territoire accueille les croisières depuis Paris qui font étapes à Château Thierry lors de leur trajet vers Épernay.

Depuis 2019, la Maison du Tourisme les Portes de la Champagne axe ses actions de développement et de valorisation touristique autour d'une image durable et raisonnée du tourisme territorial.

Cette philosophie consiste à valoriser les partenaires de la Maison du Tourisme, et à soutenir l'économie locale via le développement touristique.

La proximité géographique des Portes de la Champagne avec des gros foyers émetteurs (11 millions de touristes potentiels à 1 h 30 du territoire) et sa bonne desserte permettent de mettre en avant des modes d'accès écoresponsables au territoire afin d'intégrer pleinement cette logique de tourisme durable en valorisant les trois piliers (économique, social, écologique).

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 et Hauts-de-France Tourisme l'accompagneront dans la mise en œuvre des actions concrètes exprimées au présent contrat qui répondront 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.

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

Depuis plusieurs années, le territoire des Portes de la Champagne travaille 4 axes thématiques, rejoignant l'analyse stratégique réalisée par Aisne Tourisme (décembre 2018) ; Analyse AFOM en annexe de ce dossier.

- **Positionnement de l'offre existante**

Suivant cette analyse AFOM restituée par Aisne Tourisme, la Maison du Tourisme a défini 4 axes de développement thématiques, adaptés à différents publics cibles

Depuis 2019 et suite à des études de positionnement, les Portes de la Champagne valorisent le territoire du PETR-UCCSA par le biais de 4 thématiques distinctes, qui correspondent à la réalité du terrain.

Un territoire épicurien :

La présence de la filière champagne est un réel atout touristique pour les Portes de la Champagne. La structuration de cette filière depuis de nombreuses années a permis la mise en place d'une offre identifiée et qui répond aux besoins essentiels des visiteurs. Parallèlement, de nombreux producteurs de métiers de bouche en circuits courts sont présents sur le territoire (éleveurs, maraîchers, fromagers, mais aussi fumerie de saumon ou chocolatiers, brasseurs...).

NB : Les Portes de la Champagne font partie de la zone d'engagement des Coteaux, Maisons et Caves de Champagne, inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO en juillet 2015.

Un territoire de ressourcement :

La nature et les grands espaces des Portes de la Champagne constituent un réel atout pour notre territoire. La présence de la plus grande rivière de France, les panoramas sur le vignoble et les espaces naturels remarquables sont autant d'atouts différenciants qui répondent aux besoins de grands espaces et de déconnexion du public, de plus en plus marqués depuis les épisodes COVID.

Un territoire à l'histoire vivante :

Situées sur la route d'Allemagne, ainsi que celle des sacres des Rois de France, les Portes de la Champagne ont été le théâtre d'événements marquants durant leur histoire séculaire.

Aujourd'hui, de nombreux châteaux et monuments accessibles aux visiteurs attestent de cette riche histoire.

Terre natale d'artistes mondialement connus comme Camille Claudel et Jean de la Fontaine, mais aussi Léon Lhermitte ou Camille Corot, Les Portes de la Champagne ont été une terre d'inspiration. Aujourd'hui encore, le territoire est une terre d'accueil pour les artistes du monde entier.

Cette dynamique culturelle pourra être encouragée ou complétée par l'ouverture de la Cité internationale de la langue française à Villers Cotterêts.

Ce truchement des thématiques épicurienne, patrimoniale et de ressourcement ont incité la ville de Château Thierry à se positionner comme "Cité Poétique" au cœur de la destination Portes de la Champagne, constituant ainsi une porte d'entrée évocatrice poussant à la découverte.

Le tourisme de mémoire, à jamais :

Principal théâtre de la seconde bataille de la Marne en 1918, les Portes de la Champagne abritent encore aujourd'hui de très nombreux sites de mémoire, cimetières et nécropoles militaires.

Pour le public américain, ces sites ont une importance toute particulière et inaltérable. Il convient par conséquent d'en poursuivre la valorisation malgré la fin du cycle mémoriel engagé avec les commémorations du centenaire de la Grande Guerre.

Dans l'interconnexion avec les territoires voisins, la position du territoire permettrait de penser une offre mémorielle cohérente le long de la Marne pour relier Meaux (et le Musée 14-18), les sites du sud de l'Aisne, le mémorial des batailles de la Marne de Dormans, avant de poursuivre vers Reims et le Fort de la Pompelle. Une telle approche avait été menée par les Offices de Tourisme de l'ancienne ligne de Front à travers l'association Tourisme et Mémoire de la Grande Guerre entre 2013 et 2017 (commémoration du Centenaire de la Grande Guerre).

L'articulation autour de cet ancien axe touristique transfrontalier constituerait une connexion complémentaire au Champagne entre les Hauts-de-France et le Grand Est le long du Front 14-18 aujourd'hui mis en avant par l'UNESCO et le long duquel se développe la V52.

- NB : Le cimetière militaire américain de Belleau ainsi que les Fantômes de Paul Landowski (situés à proximité immédiate du territoire) sont intégrés à l'inscription UNESCO de septembre 2023 des sites de mémoriels de la Première Guerre mondiale.

Chacune de ses thématiques d'appui sur les ressources et offres territoriales. Elle permet d'offrir un catalogue touristique aux différents segments de cible travaillés durant la période 2020-2023.

Clientèle francilienne – familiale et mini groupes Public scolaire

Tourisme de regroupement familial

Public d'opportunité en arrière-pays de la région Parisienne

Cible BENELUX

Public Américain

Cible Chinoise et Indienne

Ce travail a néanmoins été entravé par la pandémie de COVID, qui a nécessité un ajustement contraint par les conditions sanitaires.

En 2024, un nouveau plan d'actions pluriannuel a été élaboré par la Maison du Tourisme Les Portes de la Champagne afin d'adapter toujours mieux l'offre territoriale et cibler les projets de développement touristique en lien étroit avec les cibles et les segments marketings pertinents, conscients des forces et des faiblesses de la destination, ainsi que de la réalité du marché touristique.

- **Présentation de la stratégie actuelle marketing de la destination**

Aujourd'hui, la destination a fléché plusieurs projets et thématiques structurants afin de répondre aux attentes et aux souhaits des cibles marketing.

Ces projets provoquent un renforcement de la promotion de la destination auprès des publics cibles en leur proposant des produits correspondant à leurs attentes, sous un axe qui leur sera évocateur.

Aussi, ces projets visent à terme au renforcement des flux de visiteurs aux Portes de la Champagne afin de renforcer les retombées économiques sur la destination tout en restant cohérent avec son identité.

La structuration de la thématique Champagne

La thématique Champagne est aujourd'hui bien identifiée et fléchée sur le territoire des Portes de la Champagne. L'implantation de la route touristique du champagne de Trélou-sur-Marne à Montreuil-aux-Lions en est l'une des incarnations les plus visibles. L'enjeu est désormais de rythmer cette thématique et cette structure par différents éléments, physiques ou numériques, afin de la rendre mieux accessible et compréhensible aux yeux du grand public. Plusieurs projets de médiation de cet itinéraire ont par ailleurs déjà été proposés comme le recours à la réalité augmentée, la rénovation des tables d'orientation, l'implantation d'une signalétique de médiation en lien avec la Mission UNESCO, la création d'un carnet de visite, etc.

Le développement de l'itinérance cyclotouristique V52

Le tronçon de la véloroute Paris Strasbourg qui traverse les Portes de la Champagne est actuellement en cours d'établissement. Le long de la Marne, cet itinéraire permettra le développement d'un itinéraire doux. Il sera à envisager le développement de grappes d'activités le long de ce linéaire (boucle cyclo-touristique secondaire, pôle de loisir en bord de Marne, hub culturel en cœur de ville...), afin de créer une offre globale et structurante pour la destination.

La structuration de la filière fluvestre

La réappropriation de la rivière Marne est un réel enjeu pour le territoire. Des travaux engagés avec VNF sont en cours et des réflexions avancent sur le développement de croisières sur la Marne.

D'autres projets en lien avec les quatre axes thématiques peuvent (et sont) proposés par les acteurs publics et privés du territoire. Nous pouvons évoquer les hébergements flottants proposés par VNF à Jaulgonne et Château Thierry, les bateaux électriques développés sur la Marne depuis plusieurs saisons en lien avec le restaurant la Capitainerie, le développement d'espaces de loisirs comme à Jaulgonne, etc. Avec toujours cette question de synthétisation.

Le renforcement de l'offre d'hébergement

Le territoire des Portes de la Champagne est aujourd'hui carencé en offre résidentielle de loisirs et hôtelière malgré une accessibilité facilitée, un marché très important en termes de volume de visiteurs potentiels, ainsi qu'une offre touristique dense, et qualitative située sur son territoire et à proximité. L'un des enjeux des prochaines années sera donc de travailler à la revitalisation et à la densification de l'offre d'hébergement afin de générer des nuitées sur le territoire et par conséquent d'augmenter les retombées économiques pour les acteurs locaux.

- **Quelles priorités d'actions : les priorités d'actions pour transformer l'offre en produit et l'adapter aux attentes des clientèles**

Aujourd'hui, la structuration de la destination touristique autour de l'axe géographique dessiné par la Marne, est indispensable pour les Portes de la Champagne. Cet axe, construit autour de la rivière, dispose de nombreux atouts structurels comme son suivi intégral par l'autoroute A4, l'axe ferroviaire Paris - Reims et ses gares, et la trame verte de la plus grande rivière de France.

Différents projets restent cependant à mener prioritairement pour finaliser cet axe.

Structurer la route touristique du champagne en lui donnant un rythme et du contenu en lien avec la clientèle

Développer la véloroute V52 (Paris, Strasbourg) en écho à la route touristique du champagne pour faire de ce produit un véritable itinéraire "vélo champagne" aux portes de la région Parisienne.

Amplifier le développement de l'offre fluvestre avec le développement d'hébergements insolites en lien avec cette thématique et la consolidation de l'offre de loisir en lien avec la Marne (offre de croisière, travail de scénographie paysagère, etc.)

Parallèlement, le renforcement de l'offre d'hébergement touristique est une priorité absolue pour la destination, qui a vu son parc hôtelier stagner depuis de nombreuses années, alors que le potentiel de développement touristique de la destination est réel.

La Matrice 2P2T issue des données ADN Pilot¹ (en annexe de ce dossier) donne une bonne illustration de cette réalité avec une carence dans la quantité de l'offre et une demande conséquente sur le territoire des Portes de la Champagne.

- **Ancrage des projets touristiques régionaux (Gastronomie / Mémoire / Itinérance/ Innovation/ ...)**

Le développement de la route touristique du Champagne ainsi que de l'euro véloroute V52 s'inscrivent totalement dans le cadre du développement de la thématique itinérance en Hauts-de-France. Le développement de la route touristique du Champagne répond par ailleurs au renforcement de la thématique gastronomique, en mettant en avant le produit "Champagne" d'une manière interactive et globale. Les Portes de la Champagne sont d'ailleurs le seul territoire des Hauts-de-France à pouvoir légitimement mener ces actions.

Comme évoqué dans la section précédente, le développement de l'axe fluvestre poussera lui aussi à l'itinérance grâce à son articulation avec l'axe est-ouest qui longe la rivière Marne, l'axe ferroviaire, l'autoroute A4 et la future véloroute V52. Il permettra la mise en place légitime de grappes d'activités sur l'intégralité du territoire, ces dernières permettant à leur tour un rayonnement nord-sud vers d'autres thématiques (mémoire autour du cluster de Belleau, à titre d'exemple).

Ces itinéraires devront s'appuyer sur l'innovation pour être pertinents et jugés légitimes par les futurs publics cibles.

L'itinérance en ruralité est absolument fondamentale pour une meilleure répartition des retombées touristiques.

C'est un sujet clé pour le développement des territoires ruraux. Cela permettra de retenir les flux sur les destinations et de structurer et ramifier des offres sur un territoire. Il existe plusieurs axes qui sont autant de vecteurs de développements d'une telle offre, qu'ils soient géographiques (la Marne) ou

¹ La matrice 2P2T (Position de la Performance de la Touristification Territoriale) vise à faire converser la densité de l'offre touristique, traduite par le nombre de lits marchands sur un territoire donné, ramené au nombre d'habitants du territoire avec l'intensité de l'utilisation de ces équipements

thématique (route des écrivains, route du champagne, tourisme de mémoire, etc.).

Des projets d'itinérance concrets comme la V52 qui traversera le territoire de part en part permettront d'étirer géographiquement les retombées sur tout le territoire, même s'il faut être conscient que les principaux pôles d'activité resteront les villes centres et les points d'accessibilité (notamment les gares si on se base sur la Loire à vélo et l'adaptation des TER Vallée de la Loire qui ont inclus le "porte vélo" en série à leurs rames)

En s'appuyant sur l'innovation, la technologie, une itinérance peut être réalisée de nombreuses manières, qu'elle soit in situ ou projetée de manière extra-territoriale grâce à des podcasts, des romans, des vidéos interactives, des visites virtuelles guidées, etc.

Les métavers constituent également une piste de réflexion, bien que des réserves subsistent vis-à-vis de la préparation du public à de telles pratiques.

Sur le territoire lui-même, de nombreuses innovations, qu'elles soient "low tech" ou qu'elles s'appuient sur les nouvelles technologies, peuvent être implantées pour faciliter l'appropriation, la compréhension, l'itinérance et la valorisation du territoire.

- **Mise en marché, Stratégie marketing future**

Depuis plusieurs années les Portes de la Champagne s'adresse aux segments de clientèle susmentionnés par des actions ciblées.

Accueils de journalistes, de blogueurs et influenceurs, les encarts presse, ainsi que les présentiels sur les salons internationaux et nationaux sont également réalisés en pleine conscience des segments de marché cibles et de leurs attentes. Les principales thématiques (œnotourisme, grands espaces, mémoire et patrimoines sont mis en avant en fonction des cibles de chacune des opérations menées).

De la même manière, les démarchages commerciaux se recentrent sur les clientèles cibles de manière à optimiser les ressources de la structure afin qu'elles génèrent un maximum de retombées pour la destination des Portes de la Champagne et ses acteurs économiques.

Par ailleurs, il est à souligner qu'Aisne Tourisme réalise une part importante des actions de valorisation de la destination en organisant de nombreuses opérations tout au long de l'année.

3.2 Les axes opérationnels de développement de la destination

Les segments de clientèles

Ces principales thématiques, transversales, intègrent les clientèles cibles ainsi que les structures existantes ou à naître sur le territoire des Portes de la Champagne pour répondre avec le plus de pertinence et d'efficacité possible aux demandes et attentes du public et d'occasionner des retombées économiques rapides pour le territoire par la génération et l'augmentation des flux de visiteurs.

Les publics cibles, détaillées en annexe du présent document, sont les suivants :

Voyageurs épicuriens	Explorateurs passionnés	Cible touristique qui a pour principale ambition l'enrichissement et la découverte, à la fois culturelle, gastronomique et environnementale. CSP supérieures. L'offre culturelle prime cependant sur les priorités de visites découvertes même si la quête d'une expérience qualitative globale reste un objectif.
Famille / enfant	Grands-parents / Petits enfants	Cible naturellement intéressée par les activités familiales proposées par le territoire. Présence renforcée lors des vacances scolaires lorsque les petits enfants franciliens viennent visiter les grands parents « locaux ». Visite de musées, de patrimoine et d'offre de mémoire. Consommation d'offre de loisirs pour partager des moments forts en famille.

Habitants du territoire	Scolaires	Importance de travailler ce segment de manière à créer les ambassadeurs de demain de la destination « Les Portes de la Champagne ».
	Publics éloignés	Public en manque réel d'appropriation de leur territoire de résidence. Importance de travailler ce segment de manière à créer les ambassadeurs de demain de la destination « Les Portes de la Champagne ».
Public de proximité	Entre amis/ Groupe de jeunes (un temps pour moi et pour nous)	Public friand de séjours de dernière minute en toute autonomie. Volonté de déconnecter et de se retrouver entre proches le temps d'un weekend afin de partager des souvenirs.
		Territoire des Portes de la Champagne adapté à ce segment grâce à sa proximité, sa facilité d'accès et à son positionnement facilitant les retrouvailles et les moments d'échanges et de partages dans un cadre privilégié et diversifié.
	Tourisme d'opportunité (offre hors territoire à proximité) : "Un temps pour moi et pour nous"	Public en quête d'une destination de dernière minute, à proximité de la région parisienne. La discrétion actuelle des Portes de la Champagne et la qualité de son offre touristique en font une destination méconnue et donc à privilégier par des publics en quête de « bons plans » et de découvertes. A partir de 30 ans, actifs, CSP+, souvent très pris par le travail. Le rythme quotidien est soutenu, ils sont en pleine construction de leur parcours professionnel. Passifs, ils souhaitent saisir les opportunités de se détendre. Ils ont un besoin d'évasion afin de parvenir à déconnecter à la fois par le cadre et par le rythme. Ils apprécient d'être surpris, notamment au niveau culinaire
Tourisme d'affaires		Concentration d'offres pour des séminaires et des temps de convivialité en entreprise. Proximité géographique et facilité d'accès. Unité de temps et de lieu. Dépaysement total et grande diversité d'activités offert par la destination.
Tourisme international	BENELUX - Voyageurs autonomes / épicuriens autonomes	Voyageurs gastronomes adeptes de grands espaces et de dépaysement que le territoire est en mesure de leur offrir sans grande difficulté grâce à ses coteaux. Volonté de rencontrer des hôtes chaleureux et prêts au partage. Proximité avec le marché Benelux
	USA	Le champagne est toujours une porte d'entrée, mais complète plutôt la thématique mémorielle portée par la seconde bataille de la Marne et la Bois du Belleau
	Marché Asiatique (Chine, Inde)	Promesse de « vivre une expérience chic à la française et des activités emblématiques » autour des thématiques oenotouristique et patrimoniale, tout en restant authentique (caves Panier, Château

Les axes stratégiques susmentionnés (Œnotourisme, Mémoire, Nature et Patrimoines) viseront à augmenter les flux touristiques en lien avec les cibles marketing travaillées (tableau ci-dessus). Ainsi, les retombées générées par chacun des segments stratégiques seront optimisées, en lien avec les produits mis en place, valorisés et structurés grâce au présent contrat de destination touristique.

Une analyse de l'offres par segment et par thématique prioritaire est détaillée en annexe du présent document, en lien avec les marchés cibles des Portes de la Champagne.

Cette présentation conduit à l'identification à terme de nouveaux produits sur le territoire

Les axes de coopération avec les territoires voisins

Afin de rendre son offre la plus pertinente possible auprès des visiteurs, les Portes de la Champagne travaillent activement avec les acteurs et destinations limitrophes qui partagent des thématiques communes, dans une logique de destinations touristiques et pas administratives. Nous pouvons parler de l'Office de Tourisme Retz en Valois autour de la thématique littéraire, de l'ART Grand Est, du CDT Marne, de l'ADT Aisne Tourisme, de la Mission UNESCO, de la Fédération Vignoble & Découverte, d'Atout France et du Groupement Œnotourisme autour de la thématique du Développement touristique.

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 connectée au SIT d'Hauts-de-France Tourisme

Favoriser l'utilisation d'outil 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 HDF Tourisme

Appui au travail sur les marchés et les clientèles ainsi qu'à la segmentation des clientèles Lien avec OGD

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

4.4 Engagement de la Région

La Région interviendra en ingénierie : co-animation, accompagnement des porteurs de projet, guichet unique.

Elle interviendra en financement en indiquant la priorité à l'investissement et les exclusions (ingénierie, ADRT, ...).

Elle assurera le lien avec les autres politiques régionales (le contrat sera une porte d'entrée sur les politiques régionales pour les projets transversaux).

4.5 Engagement d'Aisne Tourisme

Dans l'écosystème des OGD l'ADT a fait le choix de se concentrer sur l'ingénierie et l'accompagnement des porteurs de projets, des prestataires, des territoires et des investisseurs. L'accompagnement des projets constitue son cœur de métier en complément des autres types d'intervention menés par le CRT et les OT. Par conséquent, Aisne Tourisme souhaite être pleinement associée à ce dispositif d'accompagnement. (Cf. 4.5)

L'agence Aisne Tourisme intervient dans le cadre des missions que lui confie le Conseil Départemental, avec comme finalité le **soutien au développement économique des territoires axonais par le développement touristique**, notamment dans le cadre des **priorités du schéma départemental actualisé en 2024**.

L'agence se concentre sur l'accompagnement des porteurs de projets, des prestataires, des territoires et des investisseurs.

Elle se propose donc :

- D'assurer l'**accompagnement des porteurs de projets** sélectionnés par le comité de suivi technique (point 5.2)
- Proposer un **suivi d'observation territorialisé** pour le secteur des Portes de la Champagne dans le cadre du dispositif d'observation partagé ADT-CRT-C
- Apporter son **soutien à la mise en marché des offres** dans le dispositif Weekend Esprit Hauts-de-France dans le cadre de sa mission de customisateur-coordonateur à l'échelle de l'Aisne, en lien avec Hauts-de-France Tourisme
- Apporter son **soutien direct au développement des filières fluvestre/vélotourisme et champagne/œnotourisme** (priorités du schéma départemental), en fonction du niveau d'avancement des aménagements et des équipements (véloroute nationale 52, projets structurants « portes d'entrée »...) et du degré de maturité des offres développées. Ce soutien passera notamment par des **actions de business développement** (prospection et accueil de Tour-Opérateurs) et de communication (voyages et accueils presse, ...) dans le cadre de **l'animation des clubs et filières prioritaires dans l'Aisne**, tels que définis par le schéma

départemental actualisé en cours de validation.

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

L'animation du contrat sera assurée par la structure identifiée sur la destination. Elle sera appuyée dans ce cadre par la MITA du CR et Hauts-de-France Tourisme (Cf. annexe 6).

Comité politique de pilotage

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

- Région Hauts-de-France : le Président ou son représentant désigné par lui
- Hauts-de-France tourisme : le Président ou son représentant
- Les EPCI signataires : le Président ou son représentant
- La Maison du Tourisme Les Portes de la Champagne : le Président ou son représentant
- Aisne Tourisme : le Président ou son représentant

Le Comité de pilotage se réunit au moins une fois par an ; il prend connaissance du bilan des actions soutenues et s'assure du respect des orientations inscrites au sein du contrat ; il propose le cas échéant les modifications nécessaires pour une mise en œuvre opérationnelle optimale du contrat.

Comité de suivi technique

Le socle du comité de suivi technique est constitué par les personnes chargées du présent contrat, en particulier les représentants techniques des membres du Comité de Pilotage. 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.

Le Comité de suivi technique se réunira régulièrement afin d'examiner les projets proposés ; il s'assure que ceux-ci s'inscrivent dans la stratégie du présent contrat ; il pourra réorienter certains projets si nécessaires vers d'autres accompagnements. Il établit un suivi des projets soutenus dans l'objectif du bilan annuel présenté au Comité de Pilotage.

Article 6 – Evaluation et indicateurs de performance

Nombre de dossiers traités par le comité technique

Nombre de dossiers ayant fait l'objet d'une subvention dans le cadre du Contrat de Destination
Typologie des dossiers subventionnés par nature des porteurs (publics, privés) et par nature d'offres (hébergement, activités, ...)

Répartition géographique des porteurs

Montant de subventions publiques allouées dans le cadre du contrat de Destination
Montant de subventions régionales

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.

Par ailleurs, tout partenaire de l'espace de rayonnement pourra intégrer le présent contrat et tout signataire du présent contrat pourra s'en retirer par transmission d'une demande écrite par lettre recommandée avec accusé de réception acceptée par l'ensemble des signataires. Pour ces deux cas de figure, un avenant à ce présent contrat sera réalisé à cet effet.

Article 10– Litiges

En cas de contestation de la mise en œuvre du présent contrat, et à défaut d'accord amiable entre les parties, le différend sera porté devant le Tribunal administratif d'Amiens ou de Lille en fonction du territoire concerné.

Fait à Le

Pour la Région Hauts-de-France
Le Président

Pour Hauts-de-France Tourisme
Le Président

Xavier BERTRAND

Daniel FASQUELLE

Pour le Pôle d'Équilibre Territorial et Rural
- Union des Communautés de Communes
du Sud de l'Aisne
Le Président

Pour la Communauté
d'Agglomération de la Région de
Château Thierry
Le Président

Olivier DEVRON

Etienne HAY

Pour la Communauté de Communes du
Canton de Charly sur Marne
La Présidente

Pour La Maison du Tourisme Les
Portes de la Champagne
Le Président

Elisabeth CLOBOURE

Dominique MOYSE

Pour Aisne Tourisme, l'Agence de
Développement du Tourisme de l'Aisne
Le Président

Pascal TORDEUX

ANNEXE 2 – ANALYSE TYPE AFOM DE LA DESTINATION

FORCES	FAIBLESSES
<p>Une situation géo-touristique exceptionnelle : très bonne accessibilité routière, ferroviaire, grande zone de chalandise.</p> <p>Des prédispositions uniques qui permettent de capter à la fois les clientèles franciliennes et les clientèles nord européenne.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des qualités paysagères spécifiques au territoire que ne proposent ni la région parisienne, ni la plaine de Champagne et un certain Art de vivre. • Une vitalité économique supérieure à la moyenne départementale. • Un parc important de meublés de tourisme et surtout de chambres d'hôtes avec une fréquentation honorable (taux d'occupation) et des avis clients très positifs. • Un certain dynamisme de l'offre hôtelière : forte proportion d'hôtels de chaîne, niveau de gamme supérieur à la moyenne départementale, bonne satisfaction des clients et positionnement tarifaire très compétitif. Hôtels sont bien secondés par une offre de restaurants qualifiés. • De bonnes infrastructures en matière d'accueil des camping-caristes. • Une thématique différenciante forte propre au Sud de l'Aisne : l'AOC Champagne, une filière en voie de structuration (Route Touristique du Champagne, Label Vignoble et Découvertes). • Une thématique différenciante secondaire : les sites de le risque d'un essoufflement après le Centenaire de la Grande Guerre 	<ul style="list-style-type: none"> • Faible notoriété du territoire, notamment en raison d'une identité encore mal définie (Problème de dénomination, concurrence très forte de territoires voisins qui l'occultent). • Territoire très lié à la Champagne et l'Île-de-France (ex : Guide Michelin) avec un faible sentiment d'appartenance à la région Hauts-de-France sur laquelle il ne peut s'appuyer pleinement. • Le territoire se situe au bas de la plupart des classements départementaux, que soit en matière de capacité d'hébergement, fréquentation touristique ou notoriété. Il n'a pas encore exploité ses capacités et ressources uniques. • D'autres marqueurs négatifs affectent le territoire : <p>Niveau de qualification des meublés et chambres d'hôtes inférieur à la moyenne départementale</p> <p>Taux d'occupation hôtelier en-dessous des moyennes départementale et régionale, avec un léger déficit de nuitées étrangères et la proximité de pôles hôteliers plus importants</p> <p>De mauvais avis clients sur les restaurants qui pénalisent fortement l'e-réputation du territoire.</p> <p>Une hôtellerie de plein-air exsangue, avec de faibles capacités d'accueil et niveau de qualification (à l'exception du Nid dans les Bruyères à Fère-en-Tardenois) et impact très négatif sur la fréquentation : faibles taux d'occupation et durée moyenne de séjour, parti importante de la clientèle non touristique (résidentiels ou travailleurs)</p> <p>Des lieux de visite assez classiques avec une offre peu ludique. Absence de site phare (taille modeste, faible fréquentation) et inégale répartition des sites sur le territoire.</p> <p>Une structuration de la filière Champagne en pause et l'avenir des sites de mémoire incertain passé le Centenaire de la Grande Guerre.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un manque d'ambition des politiques publiques en matière de tourisme, avec en conséquence un Office de Tourisme qui ne dispose pas de moyens suffisants et à la hauteur des enjeux, ce qui engendre une baisse continue de l'activité de la structure depuis 4 ans, dans un contexte où les flux touristiques auraient plutôt tendance à augmenter.

OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Une zone de chalandise importante avec environ 11 330 000 habitants à seulement 1h30 de route de Château-Thierry (supérieure à celle de Reims). • Passage de l'Autoroute A4 et présence des deux plus gros aéroports français à moins de 100 km. • Un territoire traversé par les principaux flux touristiques européens avec un potentiel de clientèles de court séjour, d'étape et d'excursionnistes. • Présence d'une AOC mondialement connue, symbole universel de la célébration et l'une des 15 marques de territoires choisies par Atout France. • Le marché de l'œnotourisme en expansion • Le rayonnement du classement des «Coteaux, Maisons et Caves de Champagne» au Patrimoine Mondial de l'Unesco • Le projet de véloroute Paris-Strasbourg sur les bords de Marne représente un enjeu fort, surtout s'il peut être couplé avec l'offre œnotouristique 	<p>Fréquentation des lignes ferroviaires en baisse constante, malgré une très bonne connexion avec la région Ile-de- France.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des concurrents possédant une stratégie touristique offensive et efficace, comme les territoires de Meaux, Reims, Provins ou Épernay. Ces territoires sont directement en concurrence avec le Sud de l'Aisne (zone de chalandise semblable, présence de l'autoroute A4, proximité de Paris, très bonne stratégie de communication, etc.) • L'offre hôtelière du Sud de l'Aisne subit une concurrence importante de la part des territoires voisins (Soissonnais, Reims et Nord-Est parisien), mieux pourvus que ce soit en capacité ou en niveau de qualification. • La Loi ZAN risque de limiter à 140 ha environ les nouvelles zones à urbaniser dans les 20 prochaines années pour le secteur de la CARCT) avec une très forte limitation de nouveaux projets d'hébergements et d'équipements touristiques d'envergure.

ANNEXE 3 – ACTEURS IMPLIQUÉS DANS LA MISE EN ŒUVRE DU CONTRAT DE DESTINATION

- Le PETR UCCSA
- La Maison du Tourisme Les Portes de la Champagne
- La Mission Ingénierie Tourisme et Attractivité de la Région Hauts-de-France
- L'ADT Aisne Tourisme
- Le CRTC Hauts-de-France Tourisme

PERSONNES CHARGÉES DE L'ANIMATION ET DE LA MISE EN ŒUVRE DU CONTRAT DE DESTINATION TOURISTIQUE

Pour la destination :

- PETR –UCCSA : Adeline Cardinet
- La Maison du Tourisme Les Portes de la Champagne : Benjamin GALLOUX

Pour la Région Hauts de France - Mission Ingénierie Touristique et Attractivité : Laurence MOUTIEZ

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

ANNEXE 4 : MODALITES D'INTERVENTION DE LA REGION

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

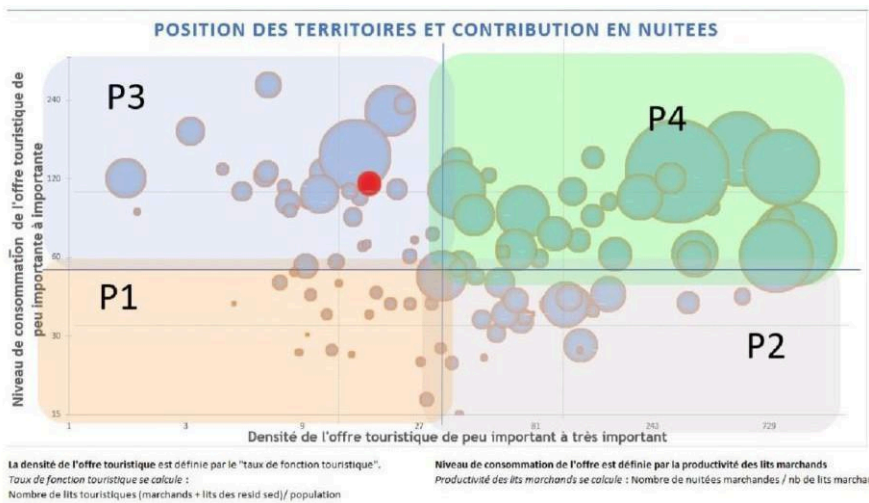
- Régime d'aides exempté n° SA.111728, relatif aux aides en faveur des **PME** pour la période 2024-2026, adopté sur la base du règlement général d'exemption par catégorie n°651/2014 de la Commission européenne, publié au JOUE du 26 juin 2014, modifié par les règlements 2017/1084 du 14 juin 2017 publié 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

ANNEXE 5 - MATRICE 2P2T



Echelle logarithmique sur la densité de l'offre en abscisse

Echelle logarithmique sur la consommation de l'offre (nombre de nuitées / lits) nuitées, en ordonnées.

Chaque **sphère** constitue la représentation d'une part de marché du total représenté. La **densité de l'offre touristique** est définie par le "taux de fonction touristique"

Taux de fonction touristique se calcule : Nombre de lits touristiques marchands ou non / population

Le **niveau de consommation de l'offre** est défini par la "productivité des lits marchands"

Productivité des lits marchands se calcule : Nuitées marchandes annuelles / nb de lits marchands

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

Recommandation suite au positionnement des Portes de la Champagne sur la Matrice 2P2T :

L'offre touristique est moins dense, mais le marché répond plutôt favorablement à l'offre proposée. Il faut investir rapidement dans les équipements pour que l'offre suive en volume sous risque d'être invisibilisé et de basculer en P1, la position la plus difficile pour un territoire touristique.

ANNEXE 6 : TABLEAU ANALYSE OFFRE - MARCHE

7.1 : Marché Français, voyageurs épicuriens

PATRIMOINE CULTUREL - BÂTI		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Château de Fère-en-Tardenois	Château ruiné en visite libre ou guidée. Ambiance romantique au cœur de la nature et à proximité immédiate d'un hôtel 5*	Balade entre nature et histoire. Possibilité d'un hébergement insolite et d'une offre de restauration à proximité immédiate pour une déconnexion totale	nécessité de mise ne place de moyens de médiation autour du site, en complément des visites guidées sur demande pour les groupes ou des visites à heures fixe pour les individuels
Château de Seringes et Nesles	Château médiéval privé. Visites guidées payantes à heure fixe	Château privé ouvert ou public pour visites à heures fixes. Typique de l'architecture militaire philippine. Location d'espaces à privatiser pour mariages	question de la disponibilité du châtelain pour une augmentation de la fréquence de visites
PATRIMOINE CULTUREL - MUSEES		Offre détaillée et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Musée du trésor de l'hôtel Dieu	Musée d'art et d'histoire. Ouvert uniquement à heure fixe et sous le format visite guidée pour des raisons de surveillance des collections et d'accompagnement des flux	offre riche, enrichie par une médiation de qualité	augmenter les amplitudes d'ouverture et permettre une déambulation libre (ou audioguidée)
Maison de Camille et Paul Claudel	Maison familiale des Claudel. Réhabilitée en musée autour des personnes de Camille et Paul Claudel	musée de découverte des racines familiales et de l'histoire des Claudel "in situ"	Nécessité d'une signalétique d'accès plus claire et d'une accessibilité favorisée en raison de l'installation du musée en retrait des flux touristiques

Musée Jean de la Fontaine	Musée actuellement en travaux. Réouverture pour 2025. Maison natale de Jean de la Fontaine, ouverte au public pour présenter l'univers de l'auteur et de ses œuvres.	en attente de la nouvelle scénographie	Faire connaître ce point touristique essentiel de la ville de Château-Thierry à l'occasion de sa réouverture. Faire en sorte qu'il ne soit pas oublié durant la période des travaux.
Musée de la Mémoire de Belleau	Petit musée sur l'histoire de la bataille de Belleau. 2 pièces au cœur du village qui fut l'épicentre des combats et à 10 minutes à pied du cimetière américain. Parfaire introduction ou conclusion à la visite du site historique.	Volonté d'en connaître plus sur cet élément important de la Grande Guerre	Espace d'exposition extrêmement restreint. Constitue une offre complémentaire malgré tout qualitative à la visite du cimetière du Bois de Belleau et au bois en lui-même.
Monument US Cote 204	Monument massif en entrée de ville de Château Thierry. Abrite dans son socle un centre d'interprétation	Volonté d'en connaître plus sur cet élément important de la Grande Guerre	Espace gratuit, très qualitatif, mais excentré du cœur de ville. Question de la liaison avec le cœur de ville, les visiteurs US faisant souvent appel à des services de taxis très coûteux, ce que ne peuvent pas se permettre les visiteurs français arrivant en train.
TOURISME DE MÉMOIRE			
Site	détails	Offre détaillée et lien avec la cible	Enjeux
			Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Belleau (cimetière - village - Bois)	Haut lieu de la Grande Guerre. Point d'arrêt de la seconde bataille de la Marne de l'été 1918. Marque le début de la fin de la Grande Guerre. Premier terrain d'engagement du corps de Marines hors Amérique. Véritable lieu de pèlerinage et de mémoire pour les publics outre Atlantique	Lieu historique crucial du déroulé de la Grande Guerre	question de l'accessibilité qui est très concrète pour les publics non véhiculés
Seringe et Nesles (Cimetière - mémorial - Monument Roosevelt)	Plus grand cimetière militaire américain du territoire. L'un des plus importants de la Grande Guerre (deuxième). Abrite la sépulture du poète Joyce Kilmer entre autres.	lieu de mémoire plus confidentiel, correspondant à la demande de spécialistes de la thématique mémorielle, en quête de sites méconnus, mais chargés de sens	question de l'accessibilité qui est très concrète pour les publics non véhiculés

PATRIMOINE BÂTI - PETIT PATRIMOINE		Offre détaillée et lien avec la cible	enjeux
Site	Détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Halles (Condé - Fère - Marigny en Orxois)	Patrimoine rural emblématique de la région. Certaines halles jouissent d'une réputation notable en région Parisienne, à l'instar des Halles de Marigny-en-Orxois	Possibilité de déambulation secondaire lors du séjour pour d'imprégner de l'authenticité du territoire	question de l'entretien des édifices
Eglises (Abbatiale Saint Ferréol - Eglise Saint Crépin - Eglise Mézy Moulin - Saint-Eugène)	églises de caractère du territoire, contenant des éléments architecturaux remarquables pour certaines (tympan, proportions, disposition, environnement, etc.)	Pour les publics spécialistes d'architecture et de patrimoine. Certains édifices disposent de spécificités	question de l'entretien des édifices / question de l'accessibilité des édifices religieux en ruralité.
ESPACES NATURELS			
Site	détails	Offre détaillée et lien avec la cible	Enjeux
			Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Jardins de Viels Maisons	jardin remarquable, très impressionnant pour ses dimensions, la diversité de ses essences et sa disposition.	Pour les amoureux de la nature et ceux qui souhaitent prendre le temps de déambuler ou flâner en plein air. À proximité immédiate de l'Île-de-France	site extrêmement entretenu, mais difficilement visibles aux yeux du grand public
Panoramas (Mont de Bonneil)	Le territoire abrite de nombreux panoramas, certains aménagés avec des tables d'orientation et/ou des tables de picnic	panoramas offrant des émotions et des instants de respiration à travers tout le territoire	
Structuration de la filière fluvestre	La réappropriation de la rivière Marne est un réel enjeu pour le territoire. Des travaux engagés avec VNF sont en cours et des réflexions avancent sur le développement de croisières sur la Marne. D'autres projets en lien avec les quatre axes thématiques peuvent (et sont) proposés par les acteurs publics et privés du territoire.	possibilité de s'offrir un moment de déconnexion au cours de l'expérience de visite. Au cœur de la ville, s'évader par la rivière vers le vignoble et des panoramas enchanteurs.	filiale à structurer, développer des croisières fluviales, aménager les bords de Marne, créer des hubs d'activités aux points névralgiques (Château Thierry, Jaulgonne, etc.) en lien avec le développement de la véloroute V52 et en conscience des portes d'entrées ferroviaires du territoire (gares du territoire)

ITINÉRANCE / OENOTOURISME		Offre détaillée et lien avec la cible	enjeux
Site	Détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Combi VW - Lévêque Dehan	Balade accompagnée dans les vignes dans un véhicule vintage. Dégustation commentée et lecture de paysage avec le viticulteur	offre sur mesure pour découvrir de manière personnalisée et "intime" le vignoble et le produit champagne	renforcer l'utilisation des langues étrangères pour un meilleur accueil international
Balade en 4x4 - Mallet	Ballade commentée dans le vignoble avec pause pour lecture de paysage et de panorama. Possibilité d'achever par un barbecue en bord de Marne à la fin de la boucle découverte	balade en 4x4 accompagnée dans le vignoble. Commentaires au cours de la découverte. Possibilité de compléter la découverte par un picnic en bord de Marne pour une expérience globale au cœur des Portes de la Champagne	
Structuration V52	Le tronçon de la véloroute Paris Strasbourg qui traverse les Portes de la Champagne est actuellement en cours d'établissement. Le long de la Marne, cet itinéraire permettra le développement d'un itinéraire doux. Il sera à envisager le développement de grappes d'activités le long de ce linéaire, afin de créer une offre globale et structurante pour la destination.	structuration d'une offre itinérante et verte à travers la Champagne, le long de la Marne. Souhait de développer une offre mêlant découverte épicurienne et déconnexion en pleine nature, au fil de l'eau. Idéale pour les publics franciliens (équipés) en quête de déconnexion, car accessible très facilement depuis le train pour un weekend au vert	nécessité de structuration intégrale de l'offre : 1/ création de l'infrastructure de véloroute 2/développement de grappes d'activités et de centres de services en lien avec l'offre cyclotouristique 3/ travail avec la SNCF pour faciliter l'accessibilité des franciliens à l'offre cyclo. 4/ Développer le territoire autour de la thématique et du label accueil Vélo 5/ promotion de l'offre à l'échelle adaptée au marché recherché
Structuration route touristique du champagne	La thématique Champagne est aujourd'hui bien identifiée et fléchée sur le territoire des Portes de la Champagne. L'implantation de la route touristique du champagne de Trélou-sur-Marne à Montreuil-aux-Lions en est l'une des incarnations les plus visibles. L'enjeu est désormais de rythmer cette thématique et cette structure par différents éléments, physiques ou numériques, afin de la rendre mieux accessible et compréhensible aux yeux du grand public.	Itinérance épicurienne au cœur de l'appellation champagne. Permettant de se rendre d'une exploitation à l'autre, à la découverte des caves et du savoir-faire champenois. Itinérance ponctuée de panoramas	structuration d'une offre itinérante et verte à travers la Champagne, le long de la Marne. Souhait de développer une offre mêlant découverte épicurienne et déconnexion en pleine nature, au fil de l'eau. Idéale pour les publics franciliens (équipés) en quête de déconnexion, car accessible très facilement depuis le train pour un weekend au vert

Offre de loisirs		Cibles	enjeux
Site	Détails	voyageurs épicurieux	
		Explorateurs passionnés	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Aéroclub Champ Cadet	offre de loisir pour baptême de l'air. Possibilité de coupler avec dégustation commentée à la fin du vol	découvrir les Portes de la Champagne vu du ciel	
salles de réception / MICE			
		Cibles	enjeux
Site	détails	voyageurs épicurieux	
		Explorateurs passionnés	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Champagne Météyer	nombreuses offres pour différents types de publics, de l'immersion dans le vignoble d'antan aux promenades en véhicule ancien ou de luxe, masterclass, expositions	possibilité de masterclass, de découverte accompagnée du vignoble	offre déjà structurée et fortement tournée vers l'international et le "premium"
Champagne Pannier	Caves médiévales de champagne, disposant de plusieurs espaces pour rencontres et séminaires	Visites guidées + dégustation	soigner l'accessibilité au site, éloigné du cœur de ville et des axes de pénétration du territoire si le visiteur n'est pas véhiculé

7.2 : Marché français, Grands Parents - Petits Enfants

PATRIMOINE CULTUREL - BÂTI		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Château médiéval de Château Thierry	Plateforme urbaine, matrice accueillant différentes offres culturelles et de loisir (village an mil, vestiges, rapaces, filets, arbres, visites guidées et casteloscope)	Spectacle fauconnerie + filets arbres - restauration rapide sur place en saison	réflexion autour de la structuration du site
Château de Condé en Brie	Château privé, visites guidées à heure fixe.	Visite enfant / chasse au trésor dans le château et le parc.	nécessité de réfection de la scénographie vieillissante du site (cartels, etc.) pour une offre plus interactive et universelle
Château de Seringes et Nesles	Château médiéval privé. Visites guidées payantes à heure fixe	Découverte du patrimoine en famille	voir avec le propriétaire pour augmenter la visibilité du site et le rendre plus aisément accessible
PATRIMOINE CULTUREL - MUSEES		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Musée du trésor de l'hôtel Dieu	musée d'art et d'histoire. Ouvert uniquement à heure fixe et sous le format visite guidée pour des raisons de surveillance des collections et d'accompagnement des flux	offre culturelle "classique"	augmenter les amplitudes d'ouverture et permettre une déambulation libre (ou audioguidée)
Musée Jean de la Fontaine	musée actuellement en travaux. Réouverture pour 2025. Maison natale de Jean de la Fontaine, ouverte au public pour présenter l'univers de l'auteur et de ses œuvres.	en attente de la nouvelle scénographie.	Faire connaître ce point touristique essentiel de la ville de Château-Thierry à l'occasion de sa réouverture. Faire en sorte qu'il ne soit pas oublié durant la période des travaux.

<p>Espace exposition Maison du Tourisme</p>	<p>Plateau d'évocation des richesses touristiques de la destination des Portes de la Champagne et d'animation relatives</p>	<p>Permettre une découverte globale du territoire en un unique coup d'œil. Activités jeune public et visitorat adulte pour une mise en valeur du savoir faire local auprès des différents publics</p>	<p>Gagner en visibilité auprès du public local via un programme d'animations annuel.</p>
---	---	---	--

Musée de la Mémoire de Belleau	Petit musée sur l'histoire de la bataille de Belleau. 2 pièces au cœur du village qui fut l'épicentre des combats et à 10 minutes à pied du cimetière américain. Parfaire introduction ou conclusion à la visite du site historique.	Transmission du devoir de mémoire	Espace d'exposition extrêmement restreint. Constitue une offre complémentaire malgré tout qualitative à la visite du cimetière du Bois de Belleau et au bois en lui-même.
Monument US Cote 204	Monument massif en entrée de ville de Château-Thierry. Abrite-en son socle un centre d'interprétation	musée éducatif avec une médiation adaptée à un public familial	Espace gratuit, très qualitatif, mais excentré du cœur de ville. Question de la liaison avec le cœur de ville, les visiteurs US faisant souvent appel à des services de taxis très coûteux, ce que ne peuvent pas se permettre les visiteurs français arrivant en train.
TOURISME DE MÉMOIRE			
Site	détails	Produit existant et lien avec la cible	Enjeux
			Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Belleau (cimetière - village - Bois)	Haut lieu de la Grande Guerre. Point d'arrêt de la seconde bataille de la Marne de l'été 1918. Marque le début de la fin de la Grande Guerre. Premier terrain d'engagement du corps de Marines hors Amérique. Véritable lieu de pèlerinage et de mémoire pour les publics outre Atlantique	offre mémorielle et de transmission	question de l'accessibilité qui est très concrète pour les publics non véhiculés
Seringe et Nesles (Cimetière - mémorial - Monument Roosevelt)	plus grand cimetière militaire américain du territoire. L'un des plus importants de la Grande Guerre (deuxième). Abrite la sépulture du poète Joyce Kilmer entre autres.	offre mémorielle et de transmission	question de l'accessibilité qui est très concrète pour les publics non véhiculés

PATRIMOINE BÂTI - PETIT PATRIMOINE		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	Détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Halles (Condé - Fère - Marigny en Orxois)	Patrimoine rural emblématique de la région. Certaines halles jouissent d'une réputation notable en région Parisienne, à l'instar des Halles de Marigny-en-Orxois	Possibilité de partager un moment à la découverte de produits du terroir dans un marché authentique et chargé d'histoire	question de l'entretien des édifices
ESPACES NATURELS			
Site	détails	Produit existant et lien avec la cible	enjeux
			Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Jardins de Viels Maisons	jardin remarquable, très impressionnant pour ses dimensions, la diversité de ses essences et sa disposition.	possibilité d'un moment de partage en famille	Gain de visibilité nécessaire
Hottée du Diable	Chaos de grès, emblématique du territoire. Sous la gestion du CEN des Hauts-de-France, il constitue le site le plus visité du territoire (+/- 50K visiteurs par an). Cela constitue un gage de qualité et de rayonnement de ce site autant qu'un risque pour la conservation de ce dernier, actuellement surexploité touristiquement	Sortie ludique au grand air	Aménagements pour un stationnement optimisé et sécurisé, ainsi que canalisation des flux touristiques nécessaires pour une exploitation pérennisée du site
Structuration de la filière fluvestre	La réappropriation de la rivière Marne est un réel enjeu pour le territoire. Des travaux engagés avec VNF sont en cours et des réflexions avancent sur le développement de croisières sur la Marne. D'autres projets en lien avec les quatre axes thématiques peuvent (et sont) proposés par les acteurs publics et privés du territoire.	permettre au couple Grands-parents / petits enfants de créer des moments de complicité au fil de l'eau grâce à la mise à disposition de bateaux électriques autonomes ou de croisières à heure fixe	filiale à structurer, développer des croisières fluviales, aménager les bords de Marne, créer des hubs d'activités aux points névralgiques (Château Thierry, Jaulgonne, etc.) en lien avec le développement de la véloroute V52 et en conscience des portes d'entrées ferroviaires du territoire (gares du territoire)

ITINÉRANCE / OENOTOURISME		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Autorail Picasso	Remonter le temps dans un train touristique typique des années 1950	idéal pour un moment partagé entre parents et enfants ou grands-parents et petits enfants. Présence d'un petit musée au début/arrivée du parcours. Possibilité de pique-niquer	Rallonger le parcours, permettre un temps de restauration sur place. Amplifier les horaires d'ouverture pour permettre aux groupes de venir plus aisément
Structuration V52	Le tronçon de la véloroute Paris Strasbourg qui traverse les Portes de la Champagne est actuellement en cours d'établissement. Le long de la Marne, cet itinéraire permettra le développement d'un itinéraire doux. Il sera à envisager le développement de grappes d'activités le long de ce linéaire, afin de créer une offre globale et structurante pour la destination	structuration d'une offre itinérante et verte à travers la Champagne, le long de la Marne. Souhait de développer une offre mêlant découverte épicurienne et déconnexion en pleine nature, au fil de l'eau. Idéale pour les publics franciliens (équipés) en quête de déconnexion, car accessible très facilement depuis le train pour un weekend au vert	nécessité de structuration intégrale de l'offre : 1/ création de l'infrastructure de véloroute 2/développement de grappes d'activités et de centres de services en lien avec l'offre cyclotouristique 3/ travail avec la SNCF pour faciliter l'accessibilité des franciliens à l'offre cyclo. 4/ Développer le territoire autour de la thématique et du label accueil Vélo 5/ promotion de l'offre à l'échelle adaptée au marché recherché
Structuration route touristique du champagne	La thématique Champagne est aujourd'hui bien identifiée et fléchée sur le territoire des Portes de la Champagne. L'implantation de la route touristique du champagne de Trélou-sur-Marne à Montreuil-aux-Lions en est l'une des incarnations les plus visibles. L'enjeu est désormais de rythmer cette thématique et cette structure par différents éléments, physiques ou numériques, afin de la rendre mieux accessible et compréhensible aux yeux du grand public.	Balade dans le vignoble à la découverte de panoramas et de moments partagés. Découverte d'une activité insolite au cours de l'itinérance, adaptée au jeune public comme un escape game dans les vignes ou une sensibilisation à l'œnologie avec une activité de "mélange des jus"	en articulation avec la véloroute V52 et la structuration de l'axe fluvestre, apporter de la densité à la route touristique du Champagne sur le territoire des Portes de la Champagne afin d'offrir une expérience de découverte épicurienne globale

Offre de loisirs		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	Détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Découverte des fermes du territoire		visites pédagogiques de certains établissements (dhuys - biquettes bruyères - Sidonie - Happyzabeille)	offre encore très atomisée qui nécessite la poursuite des efforts et des travaux de mise en réseau. Activité qui reste secondaire pour les visiteurs du territoire
Découverte savoir faire	Passementerie Zrak / Brochure artisans d'arts	découverte des différentes activités en famille, atelier céramique, sensibilisation à l'apiculture ou travail du bois, à titre d'exemple	offre encore très atomisée qui nécessite la poursuite des efforts et des travaux de mise en réseau. Activité qui reste secondaire pour les visiteurs du territoire
Aventure park		Parcours dans les cimes pour toute la famille. Activité de loisir appréciée des familles avec enfants	
Murder party	Murder party qui anime l'espace tourisme de la Maison du Tourisme des Portes de la Champagne à date et heure fixe. Bonne adhésion du public local suivant une logique d'appropriation de la destination	offre familiale pour découvrir l'ambiance des Portes de la Champagne en famille à la Maison du Tourisme et créer des souvenirs communs	transformer le produit pour le décliner sur d'autres sites du territoire en lien avec les acteurs locaux, dans une logique événementielle

Hébergement			enjeux
Site	détails	Produit existant et lien avec la cible	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Renforcement de l'offre d'hébergement	<p>Le territoire des Portes de la Champagne est aujourd'hui carencé en offre résidentielle de loisirs et hôtelière malgré une accessibilité facilitée, un marché très important en termes de volume de visiteurs potentiels, ainsi qu'une offre touristique dense, et qualitative située sur son territoire et à proximité. L'un des enjeux des prochaines années sera donc de travailler à la revitalisation et à la densification de l'offre d'hébergement afin de générer des nuitées sur le territoire et par conséquent d'augmenter les retombées économiques pour les acteurs locaux.</p>	gîtes	selon les données issues de la Matrice 2P2T

7.3 : Public scolaire

PATRIMOINE CULTUREL - BÂTI			enjeux
Site	détails	Produit existant et lien avec la cible	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Château de Fère en Tardenois	château ruiné en visite libre ou guidée. Ambiance romantique au cœur de la nature et à proximité immédiate d'un hôtel 5*	visite guidée scolaire	nécessité de mise en place de moyens de médiation autour du site, en complément des visites guidées sur demande pour les groupes ou des visites à heures fixe pour les individuels
Château médiéval de Château Thierry	Plateforme urbaine, matrice accueillant différentes offres culturelles et de loisir (village an mil, vestiges, rapaces, filets arbres, visites guidées et casteloscope)	visite guidée scolaire - chasse au trésor - Fauconnerie scolaire	réflexion autour de la structuration du site
Château de Condé en Brie	Château privé, visites guidées à heure fixe.	visite guidée scolaire	nécessité de réfection de la scénographie vieillissante du site (cartels, etc.) pour une offre plus interactive et universelle
Château de Seringes et Nesles	Château médiéval privé. Visites guidées payantes à heure fixe	visite guidée scolaire	voir avec le propriétaire pour augmenter la visibilité du site et le rendre plus aisément accessible
PATRIMOINE CULTUREL - MUSÉES			enjeux
Site	détails	Habitants du territoire scolaires	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Musée du trésor de l'hôtel Dieu	musée d'art et d'histoire. Ouvert uniquement à heure fixe et sous le format visite guidée pour des raisons de surveillance des collections et d'accompagnement des flux	visite guidée scolaire	augmenter les amplitudes d'ouverture et permettre une déambulation libre (ou audioguidée)

Maison de Camille et Paul Claudel	maison familiale des Claudel. Réhabilitée en musée autour des personnes de Camille et Paul Claudel	visite guidée scolaire	Nécessité d'une signalétique d'accès plus claire et d'une accessibilité favorisée en raison de l'installation du musée en retrait des flux touristiques
Musée Jean de la Fontaine	musée actuellement en travaux. Réouverture pour 2025. Maison natale de Jean de la Fontaine, ouverte au public pour présenter l'univers de l'auteur et de ses œuvres.	en attente de la nouvelle scénographie	Faire connaître ce point touristique essentiel de la ville de Château Thierry à l'occasion de sa réouverture. Faire en sorte qu'il ne soit pas oublié durant la période des travaux.
Espace exposition Maison du Tourisme	Plateau d'évocation des richesses touristiques de la destination des Portes de la Champagne et d'animation relatives	découverte de sites insoupçonnés du territoire pour une meilleure appréhension. Animation pour devenir ambassadeurs de la destination	Gagner en visibilité auprès du public local via un programme d'animations annuel.
Musée de la Mémoire de Belleau	petit musée sur l'histoire de la bataille de Belleau. 2 pièces au cœur du village qui fut l'épicentre des combats et à 10 minutes à pied du cimetière américain. Parfaire introduction ou conclusion à la visite du site historique.	visite guidée scolaire	Poursuivre l'intégration du site dans une offre plus globale afin de faire une "micro destination Belleau" et décharger le site "Musée" qui n'est pas en capacité d'accueillir un grand nombre de visiteurs dû à l'exiguïté du lieu
Monument US Cote 204	Monument massif en entrée de ville de Château Thierry. Abrite en son socle un centre d'interprétation	visite guidée scolaire	question de l'accessibilité qui est très concrète pour les publics non véhiculés

TOURISME DE MEMOIRE			
Site	détails	Habitants du territoire	enjeux
		scolaires	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Belleau (cimetière - village - Bois)	Haut lieu de la Grande Guerre. Point d'arrêt de la seconde bataille de la Marne de l'été 1918. Marque le début de la fin de la Grande Guerre. Premier terrain d'engagement du corps de Marines hors Amérique. Véritable lieu de pèlerinage et de mémoire pour les publics outre Atlantique	visite guidée scolaire	question de l'accessibilité qui est très concrète pour les publics non véhiculés
Seringe et Nesles (Cimetière - mémorial - Monument Roosevelt)	plus grand cimetière militaire américain du territoire. L'un des plus importants de la Grande Guerre (deuxième). Abrite la sépulture du poète Joyce Kilmer entre autres.	visite guidée scolaire	question de l'accessibilité qui est très concrète pour les publics non véhiculés
ESPACES NATURELS			
Site	Détails	Habitants du territoire	enjeux
		scolaires	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Jardins de Viels Maisons	jardin remarquable, très impressionnant pour ses dimensions, la diversité de ses essences et sa disposition.	Visite chasse au trésor Scolaires	gain de visibilité nécessaire / Travail à mener auprès des académies concernées

Hottée du Diable	Chaos de grès, emblématique du territoire. Sous la gestion du CEN des Hauts-de-France, il constitue le site le plus visité du territoire (+/- 50K visiteurs par an). Cela constitue un gage de qualité et de rayonnement de ce site autant qu'un risque pour la conservation de ce dernier, actuellement surexploité touristiquement	un lieu idéal pour la sensibilisation à la préservation des espaces naturels. Un travail est mené par le CEN des Hauts- de-France auprès des publics scolaires	Aménagements pour un stationnement optimisé et sécurisé, ainsi que canalisation des flux touristiques nécessaires pour une exploitation pérennisée du site
Structuration de la filière fluvestre	La réappropriation de la rivière Marne est un réel enjeu pour le territoire. Des travaux engagés avec VNF sont en cours et des réflexions avancent sur le développement de croisières sur la Marne. D'autres projets en lien avec les quatre axes thématiques peuvent (et sont) proposés par les acteurs publics et privés du territoire.	travail autour du cycle de l'eau à proximité immédiate du site visites dédiées au lien entre la rivière et son territoire	filiale à structurer, développer des croisières fluviales, aménager les bords de Marne, créer des hubs d'activités aux points névralgiques (Château Thierry, Jaulgonne, etc.) en lien avec le développement de la véloroute V52 et en conscience des portes d'entrées ferroviaires du territoire (gares du territoire)
ITINÉRANCE / OENOTOURISME			
Site	Détails	Habitants du territoire	enjeux
		scolaires	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
ATPR - Véhicules de collection	musée et accueil scolaire dédié à la découverte des nombreux véhicules anciens de la collection	visites scolaires	
Météyer	Sensibilisation à la filière champagne par le moyen d'activités adaptées à tous les publics. Petit musée dédié	offre jeune public	offre déjà structurée et fortement tournée vers l'international et le "premium"

Offre de loisirs			enjeux
Site	détails	Habitants du territoire	
		scolaires	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Golfs (Val Secret + Gold de Champagne)		activités avec les écoles pour sensibiliser aux bienfaits du sport	
Découverte des fermes du territoire		visite guidée scolaire (Happyzabaille - chèvrerie Dhuys - ferme Genevroye)	
Découverte savoir-faire	Passementerie Zrak / Brochure artisans d'arts	Visite scolaire Passementerie (A. ZRAK)	
adventure park		offre scolaire	
Murder party			Décliner cette offre dans des espaces plus adaptés afin d'être en mesure d'accueillir ces publics groupes dans des conditions plus satisfaisantes.
salles de réception / MICE			
Site	détails	Habitants du territoire	Enjeux
		scolaires	
Champagne Météyer		offre jeune public	offre déjà structurée et fortement tournée vers l'international et le "premium"
Château des Princes de Condé		visite guidée scolaire	
Ferme du Ru Chailly			
Emy reining horses	centre équestre qui a récemment créé un espace d'accueil pour les groupes et les réunions pour faciliter l'unité de temps et de lieu dans la tenue de séminaires	travail avec les publics scolaires autour d'activités équestres.	

Hébergement			
Site	détails	Habitants du territoire	enjeux
		scolaires	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Renforcement de l'offre d'hébergement	Le territoire des Portes de la Champagne est aujourd'hui carencé en offre résidentielle de loisirs et hôtelière malgré une accessibilité facilitée, un marché très important en termes de volume de visiteurs potentiels, ainsi qu'une offre touristique dense, et qualitative située sur son territoire et à proximité. L'un des enjeux des prochaines années sera donc de travailler à la revitalisation et à la densification de l'offre d'hébergement afin de générer des nuitées sur le territoire et par conséquent d'augmenter les retombées économiques pour les acteurs locaux.	possibilité d'héberger les groupes scolaires en déplacement dans des hébergements de groupe tel la ferme du Ru Chailly	selon les données issues de la Matrice 2P2T

7.4: Public éloigné

PATRIMOINE CULTUREL - BÂTI		Produit existant et lien avec la cible	Enjeux
Site	Détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Château médiéval de Château Thierry	Plateforme urbaine, matrice accueillant différentes offres culturelles et de loisir (village an mil, vestiges, rapaces, filets arbres, visites guidées et casteloscope)	offre de vulgarisation patrimoniale et d'accessibilité par l'offre de loisir	réflexion autour de la structuration du site
PATRIMOINE CULTUREL - MUSEES			enjeux
Site	détails	publics éloignés	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Musée du trésor de l'hôtel Dieu	musée d'art et d'histoire. Ouvert uniquement à heure fixe et sous le format visite guidée pour des raisons de surveillance des collections et d'accompagnement des flux	travail de médiation auprès des publics éloignés	augmenter les amplitudes d'ouverture et permettre une déambulation libre (ou audioguidée)
Maison de Camille et Paul Claudel	maison familiale des Claudel. Réhabilitée en musée autour des personnes de Camille et Paul Claudel	travail de médiation auprès des publics éloignés	Nécessité d'une signalétique d'accès plus claire et d'une accessibilité favorisée en raison de l'installation du musée en retrait des flux touristiques
Musée Jean de la Fontaine	musée actuellement en travaux. Réouverture pour 2025. Maison natale de Jean de la Fontaine, ouverte au public pour présenter l'univers de l'auteur et de ses œuvres.	en attente de la nouvelle scénographie	Faire connaître ce point touristique essentiel de la ville de Château Thierry à l'occasion de sa réouverture. Faire en sorte qu'il ne soit pas oublié durant la période des travaux.
Espace exposition Maison du Tourisme	Plateau d'évocation des richesses touristiques de la destination des Portes de la Champagne et d'animation relatives	découverte de sites insoupçonnés du territoire pour une meilleure appréhension. Animation pour devenir ambassadeurs de la destination	Gagner en visibilité auprès du public local via un programme d'animations annuel.

Musée de la Mémoire de Belleau	petit musée sur l'histoire de la bataille de Belleau. 2 pièces au cœur du village qui fut l'épicentre des combats et à 10 minutes à pied du cimetière américain. Parfaire introduction ou conclusion à la visite du site historique.	travail de médiation auprès des publics éloignés	Question de l'accessibilité qui est très concrète pour les publics non véhiculés
--------------------------------	--	--	--

Monument US Cote 204	Monument massif en entrée de ville de Château Thierry. Abrite en son socle un centre d'interprétation	travail de médiation auprès des publics éloignés	question de l'accessibilité qui est très concrète pour les publics non véhiculés
TOURISME DE MEMOIRE			
Site	détails		enjeux
		publics éloignés	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Belleau (cimetière - village - Bois)	Haut lieu de la Grande Guerre. Point d'arrêt de la seconde bataille de la Marne de l'été 1918. Marque le début de la fin de la Grande Guerre. Premier terrain d'engagement du corps de Marines hors Amérique. Véritable lieu de pèlerinage et de mémoire pour les publics outre Atlantique	médiation dédiée pour sensibiliser les publics éloignés à la thématique de la Grande Guerre	
Seringe et Nesles (Cimetière - mémorial - Monument Roosevelt)	plus grand cimetière militaire américain du territoire. L'un des plus importants de la Grande Guerre (deuxième). Abrite la sépulture du poète Joyce Kilmer entre autres.	médiation dédiée pour sensibiliser les publics éloignés à la thématique de la Grande Guerre	

ESPACES NATURELS			
Site	détails		enjeux
		publics éloignés	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Parcs et jardins (Parc de Bruyères)	nombreux parcs et jardins remarquables sur le territoire	Espace de respiration et de sensibilisation à la nature et à l'environnement local	

Structuration de la filière fluvestre	La réappropriation de la rivière Marne est un réel enjeu pour le territoire. Des travaux engagés avec VNF sont en cours et des réflexions avancent sur le développement de croisières sur la Marne. D'autres projets en lien avec les quatre axes thématiques peuvent (et sont) proposés par les acteurs publics et privés du territoire.	sensibilisation du public local à la présence de la rivière marne, ses berges, la nature au cœur de ville	filière à structurer, développer des croisières fluviales, aménager les bords de Marne, créer des hubs d'activités aux points névralgiques (Château Thierry, Jaulgonne, etc.) en lien avec le développement de la véloroute V52 et en conscience des portes d'entrées ferroviaires du territoire (gares du territoire)
---------------------------------------	---	---	--

ITINERANCE / OENOTOURISME			
Site	Détails	publics éloignés	enjeux Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Structuration V52	Le tronçon de la véloroute Paris Strasbourg qui traverse les Portes de la Champagne est actuellement en cours d'établissement. Le long de la Marne, cet itinéraire permettra le développement d'un itinéraire doux. Il sera à envisager le développement de grappes d'activités le long de ce linéaire, afin de créer une offre globale et structurante pour la destination.	inciter à l'itinérance et à la déambulation sur les tronçons à venir pour se confronter au cadre de vie agréable de la destination le long de la Marne. Vecteur de découverte de différentes thématiques comme l'oenotourisme, le tourisme patrimonial etc.	Nécessité de structuration intégrale de l'offre : 1/ création de l'infrastructure de véloroute 2/développement de grappes d'activités et de centres de services en lien avec l'offre cyclotouristique 3/ travail avec la SNCF pour faciliter l'accessibilité des franciliens à l'offre cyclo. 4/ Développer le territoire autour de la thématique et du label accueil Vélo 5/ promotion de l'offre à l'échelle adaptée au marché recherché
Structuration route touristique du champagne	La thématique Champagne est aujourd'hui bien identifiée et fléchée sur le territoire des Portes de la Champagne. L'implantation de la route touristique du champagne de Trélou-sur-Marne à Montreuil-aux-Lions en est l'une des incarnations les plus visibles. L'enjeu est désormais de rythmer cette thématique et cette structure par différents éléments, physiques ou numériques, afin de la rendre mieux accessible et compréhensible aux yeux du grand public.	En complément de la V52, inciter à la découverte du territoire par le biais de cette route touristique du Champagne. Permet de se confronter à la réalité naturelle et patrimoniale du territoire, de se l'approprier.	en articulation avec la véloroute V52 et la structuration de l'axe fluvestre, apporter de la densité à la route touristique du Champagne sur le territoire des Portes de la Champagne afin d'offrir une expérience de découverte épicurienne globale

Offre de loisirs			enjeux
Site	Détails		
Découverte des fermes du territoire	nombreuses exploitations en circuit court qui valorisent leur activité par le biais d'animations et de visites	Se sensibiliser à la production locale. Revendiquer que de bons produits et qu'un savoir-faire de qualité existe sur le territoire de résidence du visitorat.	travailler à la structuration de la filière
Découverte savoir faire	Passementerie Zrak / Brochure artisans d'arts	Sensibilisation des métiers de l'artisanat et de l'artisanat d'art. Valoriser les savoirs-faire des Portes de la Champagne	
Murder party		Par le biais d'activité ludique, permettre aux publics éloignés de prendre conscience de la richesse de leur patrimoine et, à terme, d'en devenir les ambassadeurs	gagner en visibilité auprès des publics cibles

7.5: Public de proximité, groupe d'amis :

PATRIMOINE CULTUREL - BÂTI			enjeux
Site	détails	Produit existant et lien avec la cible	
Château de Fère en Tardenois	Château ruiné en visite libre ou guidée. Ambiance romantique au cœur de la nature et à proximité immédiate d'un hôtel 5*	un château ruiné, à l'architecture remarquable pour une virée en couple entre amis	nécessité de mise ne place de moyens de médiation autour du site, en complément des visites guidées sur demande pour les groupes ou des visites à heures fixe pour les individuels
Château médiéval de Château Thierry	Plateforme urbaine, matrice accueillant différentes offres culturelles et de loisir (village an mil, vestiges, rapaces, filets arbres, visites guidées et casteloscope)	espace idéal pour une après-midi en famille autour de plusieurs activités (oisellerie, filet dans les arbres pour les enfants)	réflexion autour de la structuration du site

Château de Condé en Brie	Château privé, visites guidées à heure fixe.		nécessité de réfection de la scénographie vieillissante du site (cartels, etc.) pour une offre plus interactive et universelle, attirer des publics de proximité par une offre événementielle novatrice ?
--------------------------	--	--	---

PATRIMOINE CULTUREL - MUSÉES

Site	Détails	Produit existant et lien avec la cible	Enjeux
			Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Musée Jean de la Fontaine	musée actuellement en travaux. Réouverture pour 2025. Maison natale de Jean de la Fontaine, ouverte au public pour présenter l'univers de l'auteur et de ses œuvres.	en attente de la nouvelle scénographie	Faire connaître ce point touristique essentiel de la ville de Château Thierry à l'occasion de sa réouverture. Faire en sorte qu'il ne soit pas oublié durant la période des travaux.
Espace exposition Maison du Tourisme	Plateau d'évocation des richesses touristiques de la destination des Portes de la Champagne et d'animation relatives	découvrir en un clin d'œil les principaux atouts des Portes de la Champagne, pour prolonger son séjour ou en programmer un nouveau	Gagner en visibilité auprès du public local via un programme d'animations annuel.
Monument US Cote 204	monument massif en entrée de ville de Château Thierry. Abrite en son socle un centre d'interprétation	Se rendre sur ce site "instagrammable" pour prendre des photos et être sensibilisé à la thématique du tourisme de mémoire sur le territoire	

TOURISME DE MÉMOIRE

Site	détails	Produit existant et lien avec la cible	Enjeux
			Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Belleau (cimetière - village - Bois)	Haut lieu de la Grande Guerre. Point d'arrêt de la seconde bataille de la Marne de l'été 1918. Marque le début de la fin de la Grande Guerre. Premier terrain d'engagement du corps de Marines hors Amérique. Véritable lieu de pèlerinage et de mémoire pour les publics outre	Découvrir les sites de la Grande Guerre à l'occasion d'un séjour en région.	

	Atlantique		
--	------------	--	--

ESPACES NATURELS		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Hottée du Diable	Chaos de grès, emblématique du territoire. Sous la gestion du CEN des Hauts-de-France, il constitue le site le plus visité du territoire (+/- 50K visiteurs par an). Cela constitue un gage de qualité et de rayonnement de ce site autant qu'un risque pour la conservation de ce dernier, actuellement surexploité touristiquement	Un lieu propice à la complicité et au partage	Aménagements pour un stationnement optimisé et sécurisé, ainsi que canalisation des flux touristiques nécessaires pour une exploitation pérennisée du site
Panoramas (Mont de Bonneil)	Le territoire abrite de nombreux panoramas, certains aménagés avec des tables d'orientation et/ou des tables de piquenique	Panoramas offrant des émotions et des instants de respiration à travers tout le territoire. Possibilité de picnic au grand air	
Parcs et jardins (Parc de Bruyères)	nombreux parcs et jardins remarquables sur le territoire	une destination au cœur de la nature qui a la nature en son cœur. Idéal pour les visiteurs en quête de déconnexion	
Structuration de la filière fluvestre	La réappropriation de la rivière Marne est un réel enjeu pour le territoire. Des travaux engagés avec VNF sont en cours et des réflexions avancent sur le développement de croisières sur la Marne. D'autres projets en lien avec les quatre axes thématiques peuvent (et sont) proposés par les acteurs publics et privés du territoire.	Possibilité de mettre en place des moments partagés entre proches, de manière accessible, au bord de la rivière (barbecue, balades sur l'eau, apéritifs, dégustation, etc.)	filère à structurer, développer des croisières fluviales, aménager les bords de Marne, créer des hubs d'activités aux points névralgiques (Château Thierry, Jaulgonne, etc.) en lien avec le développement de la véloroute V52 et en conscience des portes d'entrées ferroviaires du territoire (gares du territoire)

ITINÉRANCE / OENOTOURISME		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Combi VW - Lévêque Dehan	Balade accompagnée dans les vignes dans un véhicule vintage. Dégustation commentée et lecture de paysage avec le viticulteur	une manière "instagramable" et tendance (véhicule ancien) de découvrir la (et le) champagne. Activité et émulation de groupe avec l'espace sensoriel	renforcer l'utilisation des langues étrangères pour un meilleur accueil international
Balade en Dyane - Météyer		une manière "instagramable" et tendance (véhicule ancien) de découvrir la (et le) champagne. Activité et émulation de groupe avec l'espace sensoriel	offre déjà structurée et fortement tournée vers l'international et le "premium"
Balade en Buggy - Robillard		offre découverte et sensation pour des instants de partages entre amis au cœur du vignoble	
Balade en 4x4 - Mallet	Ballade commentée dans le vignoble avec pause pour lecture de paysage et de panorama. Possibilité d'achever par un barbecue en bord de Marne à la fin de la boucle découverte	offre découverte et sensation pour des instants de partages entre amis au cœur du vignoble	
Structuration V52	Le tronçon de la véloroute Paris Strasbourg qui traverse les Portes de la Champagne est actuellement en cours d'établissement. Le long de la Marne, cet itinéraire permettra le développement d'un itinéraire doux. Il sera à envisager le développement de grappes d'activités le long de ce linéaire, afin de créer une offre globale et structurante pour la destination	Structuration d'une offre itinérante et verte à travers la Champagne, le long de la Marne. Souhait de développer une offre mêlant découverte épicurienne et déconnexion en pleine nature, au fil de l'eau. Idéale pour les publics franciliens (équipés) en quête de déconnexion, car accessible très facilement depuis le train pour un weekend au vert	Nécessité de structuration intégrale de l'offre : 1/ création de l'infrastructure de véloroute 2/développement de grappes d'activités et de centres de services en lien avec l'offre cyclotouristique 3/ travail avec la SNCF pour faciliter l'accessibilité des franciliens à l'offre cyclo. 4/ Développer le territoire autour de la thématique et du label accueil Vélo 5/ promotion de l'offre à l'échelle adaptée au marché recherché

<p>Structuration route touristique du champagne</p>	<p>La thématique Champagne est aujourd'hui bien identifiée et fléchée sur le territoire des Portes de la Champagne. L'implantation de la route touristique du champagne de Trélou- sur-Marne à Montreuil-aux-Lions en est l'une des incarnations les plus visibles. L'enjeu est désormais de rythmer cette thématique et cette structure par différents éléments, physiques ou numériques, afin de la rendre mieux accessible et compréhensible aux yeux du grand public.</p>	<p>Itinérance épicurienne au cœur de l'appellation champagne. Permettant de se rendre d'une exploitation à l'autre, à la découverte des caves et du savoir- faire champenois. Itinérance ponctuée de panoramas</p>	<p>en articulation avec la véloroute V52 et la structuration de l'axe fluvestre, apporter de la densité à la route touristique du Champagne sur le territoire des Portes de la Champagne afin d'offrir une expérience de découverte épicurienne globale</p>
<p>Découverte des caves de champagne</p>	<p>Sur tout le territoire des Portes de la Champagne, de nombreux viticulteurs ont organisé leur exploitation pour accueillir des publics touristiques. Ils proposent une offre diversifiée et adaptée à tout type de public. Les caves Pannier ont une scénographie et une capacité d'accueil tout à fait adaptée pour l'accueil de groupes, notamment internationaux, pour les sensibiliser à la thématique champagne de manière interactive et immersive.</p>	<p>découverte du vignoble de manière interactive chez un viticulteur du territoire avec une visite de cave + dégustation suivie d'une activité "innovante" selon la saisonnalité (itinérance, balade dans le vignoble, atelier taille de vigne, palissage, piquenique dans les vignes, etc.)</p>	

Offre de loisirs		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	Détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Circuit des écuyers		possibilité de passer une journée à sensation sur un circuit auto réputé	
Aéroclub Champ Cadet		découverte sensation au-dessus du vignoble	valoriser les découvertes paysagères vues du ciel pour se différencier d'un baptême de l'air depuis une autre destination
Golfs (Val Secret + Gold de Champagne)		profiter d'une offre entre amis au cœur de la nature, dans le cadre d'un weekend découverte du vignoble	
Murder party		Offre pour découvrir l'ambiance des Portes de la Champagne en famille à la Maison du Tourisme et créer des souvenirs communs en parallèle de découverte du territoire in situ	
Hébergement		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser

Renforcement de l'offre d'hébergement	Le territoire des Portes de la Champagne est aujourd'hui carencé en offre résidentielle de loisirs et hôtelière malgré une accessibilité facilitée, un marché très important en termes de volume de visiteurs potentiels, ainsi qu'une offre touristique dense, et qualitative située sur son territoire et à proximité. L'un des enjeux des prochaines années sera donc de travailler à la revitalisation et à la densification de l'offre d'hébergement afin de générer des nuitées sur le territoire et par conséquent d'augmenter les retombées économiques pour les acteurs locaux.	hébergement insolite (nid dans les bruyères) et gîtes pour des moments en parfaite autonomie aux Portes de la Champagne	selon les données issues de la Matrice 2P2T
---------------------------------------	--	---	---

7.6 : Public d'opportunité - arrière-cour de la Région Parisienne / "Un temps pour moi, pour nous" :

PATRIMOINE CULTUREL - BÂTI			enjeux
Site	détails	Produit existant et lien avec la cible	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Château médiéval de Château Thierry	Plateforme urbaine, matrice accueillant différentes offres culturelles et de loisir (village an mil, vestiges, rapaces, files arbres, visites guidées et casteloscope)	offre rare à proximité de Paris avec la présence d'une oisellerie et d'expériences immersive autour des oiseaux (opération seigneur d'un jour)	réflexion autour de la structuration du site
Château de Condé en Brie	Château privé, visites guidées à heure fixe.		nécessité de réfection de la scénographie vieillissante du site (cartels, etc.) pour une offre plus interactive et universelle, attirer des publics de proximité par une offre événementielle novatrice ?
PATRIMOINE CULTUREL - MUSÉES			Enjeux

Site	Détails	Tourisme d'opportunité (offre hors territoire à proximité)	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Musée du trésor de l'hôtel Dieu	musée d'art et d'histoire. Ouvert uniquement à heure fixe et sous le format visite guidée pour des raisons de surveillance des collections et d'accompagnement des flux		augmenter les amplitudes d'ouverture et permettre une déambulation libre (ou audioguidée)
Maison de Camille et Paul Claudel	maison familiale des Claudel. Réhabilitée en musée autour des personnes de Camille et Paul Claudel		Nécessité d'une signalétique d'accès plus claire et d'une accessibilité favorisée en raison de l'installation du musée en retrait des flux touristiques

Musée Jean de la Fontaine	Musée actuellement en travaux. Réouverture pour 2025. Maison natale de Jean de la Fontaine, ouverte au public pour présenter l'univers de l'auteur et de ses œuvres.	en attente de la nouvelle scénographie - maison natale d'un des plus grands écrivains de la francophonie et auteur parmi les plus lus du monde	Faire connaître ce point touristique essentiel de la ville de Château-Thierry à l'occasion de sa réouverture. Faire en sorte qu'il ne soit pas oublié durant la période des travaux.
Espace exposition Maison du Tourisme	Plateau d'évocation des richesses touristiques de la destination des Portes de la Champagne et d'animation relatives	Carte postale immersive pour découvrir une destination méconnue. Sensibilisation pour prolonger un séjour pour programmer une revisite	Gagner en visibilité auprès du public local via un programme d'animations annuel.
TOURISME DE MÉMOIRE			
			enjeux
Site	détails	Tourisme d'opportunité (offre hors territoire à proximité)	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Belleau (cimetière - village - Bois)	Haut lieu de la Grande Guerre. Point d'arrêt de la seconde bataille de la Marne de l'été 1918. Marque le début de la fin de la Grande Guerre. Premier terrain d'engagement du corps de Marines hors Amérique. Véritable lieu de pèlerinage et de mémoire pour les publics outre Atlantique	Découvrir les sites de la Grande Guerre à l'occasion d'un séjour en région.	

PATRIMOINE BÂTI - PETIT PATRIMOINE			
Site	détails	Tourisme d'opportunité (offre hors territoire à proximité)	enjeux
			Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Halles (Condé - Fère - Marigny en Orxois)	Patrimoine rural emblématique de la région. Certaines halles jouissent d'une réputation notable en région Parisienne, à l'instar des Halles de Marigny-en-Orxois	possibilité de déambulations secondaires lors du séjour pour d'imprégner de l'authenticité du territoire	question de l'entretien des édifices
Eglises (Abbatiale Saint Ferréol - Eglise Saint Crépin - Eglise Mézy Moulin - Saint-Eugène)	églises de caractère du territoire, contenant des éléments architecturaux remarquables pour certaines (tympans, proportions, disposition, environnement, etc.)	possibilité de déambulations secondaires lors du séjour pour d'imprégner de l'authenticité du territoire	question de l'entretien des édifices
ESPACES NATURELS			
Site	détails	Tourisme d'opportunité (offre hors territoire à proximité)	enjeux
			Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Jardins de Viels Maisons	jardin remarquable, très impressionnant pour ses dimensions, la diversité de ses essences et sa disposition.	Immense jardin paysagé qui invite à la déconnexion la plus totale, à une heure de Paris. Propriété privée accessible	gain de visibilité nécessaire
Hottée du Diable	Chaos de grès, emblématique du territoire. Sous la gestion du CEN des Hauts-de-France, il constitue le site le plus visité du territoire (+/- 50K visiteurs par an). Cela constitue un gage de qualité et de rayonnement de ce site autant qu'un risque pour la conservation de ce dernier, actuellement surexploité touristiquement	un lieu mystique comme on en retrouve peu. C'est un incontournable du territoire qui peut à lui seul déclencher une visite des Portes de la Champagne	Aménagements pour un stationnement optimisé et sécurisé, ainsi que canalisation des flux touristiques nécessaires pour une exploitation pérennisée du site

Panoramas (Mont de Bonneil)	Le territoire abrite de nombreux panoramas, certains aménagés avec des tables d'orientation et/ou des tables de picnic	à proximité immédiate et facile d'accès, des panoramas dépaysants et typiques du vignoble champenois. Une cériable carte postale.	aménager les sites et rénover les tables d'orientation vieillissantes. Intégrer des moyens de médiation innovants au service du patrimoine champenois (cf. Aménagement de la route touristique du Champagne).
Structuration de la filière fluvestre	La réappropriation de la rivière Marne est un réel enjeu pour le territoire. Des travaux engagés avec VNF sont en cours et des réflexions avancent sur le développement de croisières sur la Marne. D'autres projets en lien avec les quatre axes thématiques peuvent (et sont) proposés par les acteurs publics et privés du territoire.	Possibilité de s'offrir un moment de déconnexion au cours de l'expérience de visite. Au cœur de la ville, s'évader par la rivière vers le vignoble et des panoramas enchanteurs.	Filière à structurer, développer des croisières fluviales, aménager les bords de Marne, créer des hubs d'activités aux points névralgiques (Château Thierry, Jaulgonne, etc.) en lien avec le développement de la véloroute V52 et en conscience des portes d'entrées ferroviaires du territoire (gares du territoire)

ITINÉRANCE / OENOTOURISME			enjeux
Site	Détails	Tourisme d'opportunité (offre hors territoire à proximité)	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Combi VW - Lévêque Dehan		une manière "instagramable" et tendance (véhicule ancien) de découvrir la (et le) champagne. Activité et émulation de groupe avec l'espace sensoriel	renforcer l'utilisation des langues étrangères pour un meilleur accueil international
Balade en Dyane - Météyer		une manière "instagramable" et tendance (véhicule ancien) de découvrir la (et le) champagne. Activité et émulation de groupe avec l'espace sensoriel	offre déjà structurée et fortement tournée vers l'international et le "premium"

Balade en Buggy - Robillard		une manière pertinente de découvrir le vignoble de manière inattendue. Plutôt adaptée pour des groupes de jeunes adultes	
Balade en 4x4 - Mallet		une manière pertinente de découvrir le vignoble de manière inattendue. Plutôt adaptée pour des groupes de jeunes adultes	
Structuration V52	Le tronçon de la véloroute Paris Strasbourg qui traverse les Portes de la Champagne est actuellement en cours d'établissement. Le long de la Marne, cet itinéraire permettra le développement d'un itinéraire doux. Il sera à envisager le développement de grappes d'activités le long de ce linéaire, afin de créer une offre globale et structurante pour la destination.	structuration d'une offre itinérante et verte à travers la Champagne, le long de la Marne. Souhait de développer une offre mêlant découverte épicurienne et déconnexion en pleine nature, au fil de l'eau. Idéale pour les publics franciliens (équipés) en quête de déconnexion, car accessible très facilement depuis le train pour un weekend au vert	nécessité de structuration intégrale de l'offre : 1/ création de l'infrastructure de véloroute 2/développement de grappes d'activités et de centres de services en lien avec l'offre cyclotouristique 3/ travail avec la SNCF pour faciliter l'accessibilité des franciliens à l'offre cyclo. 4/ Développer le territoire autour de la thématique et du label accueil Vélo 5/ promotion de l'offre à l'échelle adaptée au marché recherché
Structuration route touristique du champagne	La thématique Champagne est aujourd'hui bien identifiée et fléchée sur le territoire des Portes de la Champagne. L'implantation de la route touristique du champagne de Trélou-sur-Marne à Montreuil-aux-Lions en est l'une des incarnations les plus visibles. L'enjeu est désormais de rythmer cette thématique et cette structure par différents éléments, physiques ou numériques, afin de la rendre mieux accessible et compréhensible aux yeux du grand public.	Itinérance épicurienne au cœur de l'appellation champagne. Permettant de se rendre d'une exploitation à l'autre, à la découverte des caves et du savoir- faire champenois. Itinérance ponctuée de panoramas . Bénéficier du fait que les Portes de la Champagne constituent la partie la plus occidentale de la zone d'appellation Champagne. Il s'agit donc de la porte d'entrée pour la région Francilienne pour la découverte du Champagne et de son vignoble.	en articulation avec la véloroute V52 et la structuration de l'axe fluvestre, apporter de la densité à la route touristique du Champagne sur le territoire des Portes de la Champagne afin d'offrir une expérience de découverte épicurienne globale

Hébergement			
Site	détails	Tourisme d'opportunité (offre hors territoire à proximité)	enjeux
			Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Renforcement de l'offre d'hébergement	Le territoire des Portes de la Champagne est aujourd'hui carencé en offre résidentielle de loisirs et hôtelière malgré une accessibilité facilitée, un marché très important en termes de volume de visiteurs potentiels, ainsi qu'une offre touristique dense, et qualitative située sur son territoire et à proximité. L'un des enjeux des prochaines années sera donc de travailler à la revitalisation et à la densification de l'offre d'hébergement afin de générer des nuitées sur le territoire et par conséquent d'augmenter les retombées économiques pour les acteurs locaux.	hébergement insolite (nid dans les bruyères) et gîtes pour des moments en parfaite autonomie aux Portes de la Champagne	selon les données issues de la Matrice 2P2T

7.7: tourisme d'affaires :

PATRIMOINE CULTUREL - BÂTI		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Château de Fère en Tardenois	Château ruiné en visite libre ou guidée. Ambiance romantique au cœur de la nature et à proximité immédiate d'un hôtel 5*	Hébergement 5 étoiles à proximité immédiate du site avec tous les équipements nécessaires pour le tourisme d'affaire. Cadre privilégié. Unité de lieu et de temps possible pour une offre MICE pertinente	nécessité de mise ne place de moyens de médiation autour du site, en complément des visites guidées sur demande pour les groupes ou des visites à heures fixe pour les individuels
Château de Condé en Brie	Château privé, visites guidées à heure fixe.	oui - salle de réception 35-150. Restauration sur place avec traiteur	
Château de Seringes et Nesles	Château médiéval privé. Visites guidées payantes à heure fixe		
PATRIMOINE CULTUREL - MUSÉES		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Musée Jean de la Fontaine	musée actuellement en travaux. Réouverture pour 2025. Maison natale de Jean de la Fontaine, ouverte au public pour présenter l'univers de l'auteur et de ses œuvres.	en attente de la nouvelle scénographie	Faire connaître ce point touristique essentiel de la ville de Château-Thierry à l'occasion de sa réouverture. Faire en sorte qu'il ne soit pas oublié durant la période des travaux.
Musée de la Mémoire de Belleau	petit musée sur l'histoire de la bataille de Belleau. 2 pièces au cœur du village qui fut l'épicentre des combats et à 10 minutes à pied du cimetière américain. Parfaire introduction ou conclusion à la visite du site historique.	visite MICE proposée	

ESPACES NATURELS		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	Détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Jardins de Viels Maisons	jardin remarquable, très impressionnant pour ses dimensions, la diversité de ses essences et sa disposition.	cadre "au vert" intéressant pour la réalisation de séminaires	gain de visibilité nécessaire
Structuration de la filière fluvestre	La réappropriation de la rivière Marne est un réel enjeu pour le territoire. Des travaux engagés avec VNF sont en cours et des réflexions avancent sur le développement de croisières sur la Marne. D'autres projets en lien avec les quatre axes thématiques peuvent (et sont) proposés par les acteurs publics et privés du territoire.	mise en place de croisières ou d'activités nautiques qui sont prisées dans le cadre de la réalisation d'activités cohésion par les entreprises	filiale à structurer, développer des croisières fluviales, aménager les bords de Marne, créer des hubs d'activités aux points névralgiques (Château-Thierry, Jaulgonne, etc.) en lien avec le développement de la véloroute V52 et en conscience des portes d'entrées ferroviaires du territoire (gares du territoire)
ITINÉRANCE / OENOTOURISME		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	Détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Combi VW - Lévêque Dehan		Activité adaptée aux petits groupes (PME)	renforcer l'utilisation des langues étrangères pour un meilleur accueil international
Balade en Dyane - Météyer		mise en place de masterclass dédiées	offre déjà structurée et fortement tournée vers l'international et le "premium"
Balade en Buggy - Robillard		offre découverte et sensation pour des instants de partages entre collaborateurs	

Balade en 4x4 - Mallet		balade en 4x4 accompagnée dans le vignoble. Commentaires au cours de la découverte. Possibilité de compléter la découverte par un picnic en bord de Marne pour une expérience globale au cœur des Portes de la Champagne	
Structuration route touristique du champagne	La thématique Champagne est aujourd'hui bien identifiée et fléchée sur le territoire des Portes de la Champagne. L'implantation de la route touristique du champagne de Trélou-sur-Marne à Montreuil-aux-Lions en est l'une des incarnations les plus visibles. L'enjeu est désormais de rythmer cette thématique et cette structure par différents éléments, physiques ou numériques, afin de la rendre mieux accessible et compréhensible aux yeux du grand public.	La route touristique du Champagne offrira de nombreuses occasions de découvrir le vignoble et les savoir-faire qui y sont liés aux collaborateurs d'entreprise. L'intégralité de l'offre ne peut être listée ici, car trop dense.	en articulation avec la véloroute V52 et la structuration de l'axe fluvestre, apporter de la densité à la route touristique du Champagne sur le territoire des Portes de la Champagne afin d'offrir une expérience de découverte épicurienne globale
Offre de loisirs			
Site	détails	Produit existant et lien avec la cible	enjeux
			Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Circuit des écuyers		activité sensations fortes relativement peu commune. Créer des souvenirs partagés entre collègues	
Golfs (Val Secret + Gold de Champagne)		Offre dédiée au tourisme d'affaires	
Aventure park		Offre dédiée au tourisme d'affaires	
Murder party			

salles de réception / MICE			enjeux
Site	détails	tourisme d'affaires	
Champagne Météyer		30 places	offre déjà structurée et fortement tournée vers l'international et le "premium"
Champagne Pannier	Caves médiévales de champagne, disposant de plusieurs espaces pour rencontres et séminaires	20-300 places	soigner l'accessibilité au site, éloigné du cœur de ville et des axes de pénétration du territoire si le visiteur n'est pas véhiculé
L'aiguillage	plusieurs salles, dont "l'auditorium" disponibles pour location. Possibilité d'organiser concerts et événements dans une ancienne friche SNCF réhabilitée		
Palais des Rencontres	salle de spectacle de la ville de Château- Thierry. Disponible à la location pour certains événements	1200 places	possibilité
Circuit des Écuyers		90 places	
Château des Princes de Condé	salle de réception et matériel dédié à des sessions de travail dans un lieu privilégié	oui - salle de réception 35-150. Restauration sur place avec traiteur	
Ferme du Ru Chailly		salles de réception (30 - 120 personnes), hébergement de groupe (17 chambres)	
Emy reining horses	centre équestre qui a récemment créé un espace d'accueil pour les groupes et les réunions pour faciliter l'unité de temps et de lieu dans la tenue de séminaires	20 personnes	

Hébergement		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Renforcement de l'offre d'hébergement	Le territoire des Portes de la Champagne est aujourd'hui carencé en offre résidentielle de loisirs et hôtelière malgré une accessibilité facilitée, un marché très important en termes de volume de visiteurs potentiels, ainsi qu'une offre touristique dense, et qualitative située sur son territoire et à proximité. L'un des enjeux des prochaines années sera donc de travailler à la revitalisation et à la densification de l'offre d'hébergement afin de générer des nuitées sur le territoire et par conséquent d'augmenter les retombées économiques pour les acteurs locaux.	hôtellerie	selon les données issues de la Matrice 2P2T Carence forte en hébergement avec de nombreux lits marchands.

7.8: Tourisme international : BENELUX

PATRIMOINE CULTUREL - BÂTI		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Château de Fère en Tardenois	château ruiné en visite libre ou guidée. Ambiance romantique au cœur de la nature et à proximité immédiate d'un hôtel 5*		nécessité de mise ne place de moyens de médiation autour du site, en complément des visites guidées sur demande pour les groupes ou des visites à heures fixe pour les individuels
Château médiéval de Château Thierry	Plateforme urbaine, matrice accueillant différentes offres culturelles et de loisir (village an mil, vestiges, rapaces, filets arbres, visites guidées et casteloscope)	recherches d'activités ludiques et festives afin de partager un moment avec des proches et de se retrouver	réflexion autour de la structuration du site
Château de Condé en Brie	Château privé, visites guidées à heure fixe.		
Château de Seringes et Nesles	Château médiéval privé. Visites guidées payantes à heure fixe		
PATRIMOINE CULTUREL - MUSÉES		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Musée Jean de la Fontaine	musée actuellement en travaux. Réouverture pour 2025. Maison natale de Jean de la Fontaine, ouverte au public pour présenter l'univers de l'auteur et de ses œuvres.	en attente de la nouvelle scénographie	Faire connaître ce point touristique essentiel de la ville de Château-Thierry à l'occasion de sa réouverture. Faire en sorte qu'il ne soit pas oublié durant la période des travaux.
Espace exposition Maison du Tourisme	Plateau d'évocation des richesses touristiques de la destination des Portes de la Champagne et d'animation relatives	Public Belge habitué à la prise d'informations touristiques auprès des Offices. Cet espace constitue donc un très bon moyen de sensibilisation à la richesse et à la diversité du territoire.	Gagner en visibilité auprès du public local via un programme d'animations annuel.

PATRIMOINE BÂTI - PETIT PATRIMOINE		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Halles (Condé - Fère - Marigny en Orxois)	Patrimoine rural emblématique de la région. Ajoute un charme apprécié à l'identité rurale de nos territoires	possibilité de déambulation secondaire lors du séjour pour d'imprégner de l'authenticité du territoire	question de l'entretien des édifices
Eglises (Abbatiale Saint Ferréol - Eglise Saint Crépin - Eglise Mézy Moulin - Saint-Eugène)	églises de caractère du territoire, contenant des éléments architecturaux remarquables pour certaines (tympan, proportions, disposition, environnement, etc.)	possibilité de déambulation secondaire lors du séjour pour d'imprégner de l'authenticité du territoire	question de l'entretien des édifices
ESPACES NATURELS		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Jardins de Viels Maisons	jardin remarquable, très impressionnant pour ses dimensions, la diversité de ses essences et sa disposition.	Nécessité de rompre avec le quotidien et recherche de dépaysement (activités en extérieur). Proximité géographique	gain de visibilité nécessaire
Hottée du Diable	chaos de grès, emblématique du territoire. Sous la gestion du CEN des Hauts-de- France, il constitue le site le plus visité du territoire (+/- 50K visiteurs par an). Cela constitue un gage de qualité et de rayonnement de ce site autant qu'un risque pour la conservation de ce dernier, actuellement surexploité touristiquement	Nécessité de rompre avec le quotidien et recherche de dépaysement (activités en extérieur). Proximité géographique	Aménagements pour un stationnement optimisé et sécurisé, ainsi que canalisation des flux touristiques nécessaires pour une exploitation pérennisée du site

Panoramas (Mont de Bonneil)	Le territoire abrite de nombreux panoramas, certains aménagés avec des tables d'orientation et/ou des tables de picnic	panoramas offrant des émotions et des instants de respiration à travers tout le territoire. Possibilité de picnic au grand air	
Parcs et jardins (Parc de Bruyères)	nombreux parcs et jardins remarquables sur le territoire	nécessité de rompre avec le quotidien et recherche du dépaysement (activités en extérieur). Proximité géographique	
Structuration de la filière fluvestre	La réappropriation de la rivière Marne est un réel enjeu pour le territoire. Des travaux engagés avec VNF sont en cours et des réflexions avancent sur le développement de croisières sur la Marne. D'autres projets en lien avec les quatre axes thématiques peuvent (et sont) proposés par les acteurs publics et privés du territoire.	importance du marché fluvial, avec le marché néerlandais en particulier	filère à structurer, développer des croisières fluviales, aménager les bords de Marne, créer des hubs d'activités aux points névralgiques (Château-Thierry, Jaulgonne, etc.) en lien avec le développement de la véloroute V52 et en conscience des portes d'entrées ferroviaires du territoire (gares du territoire)

Offre de loisirs		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Découverte des fermes du territoire		Marché néerlandais en quête d'offres de loisirs à réaliser en famille. Nombreuses fermes pédagogiques engagées dans des démarches écoresponsables présentes sur le territoire	structurer le réseau au-delà des brochures existantes
Aventure park		offre de loisir familial prisée par le marché néerlandais. Accrobranche au cœur de la nature correspondant à la requête du marché	

ITINÉRANCE / OENOTOURISME		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Combi VW - Lévêque Dehan		intérêt marqué par le public Belge et Néerlandais pour le Champagne. Très bonne connaissance des produits et des offres. Recherche d'offres innovantes et rafraîchissantes comme celle-ci.	renforcer l'utilisation des langues étrangères pour un meilleur accueil international
Balade en Dyane - Météyer		Mise en place de masterclass dédiées, personnel à l'écoute des attentes et demandes des visiteurs. Offre personnalisable à l'envie	offre déjà structurée et fortement tournée vers l'international et le "premium"
Balade en Buggy - Robillard		intérêt marqué par le public Belge et Néerlandais pour le Champagne. Très bonne connaissance des produits et des offres. Recherche d'offres innovantes et rafraîchissantes comme celle-ci.	
Balade en 4x4 - Mallet		Balade en 4x4 accompagnée dans le vignoble. Commentaires au cours de la découverte. Possibilité de compléter la découverte par un picnic en bord de Marne pour une expérience globale au cœur des Portes de la Champagne	
Structuration V52	Le tronçon de la véloroute Paris Strasbourg qui traverse les Portes de la Champagne est actuellement en cours d'établissement. Le long de la Marne, cet itinéraire permettra le développement d'un itinéraire doux. Il sera à envisager le développement de grappes d'activités le long de ce linéaire, afin de créer une offre globale et structurante pour la destination.	structuration d'une offre itinérante et verte à travers la Champagne, le long de la Marne. Souhait de développer une offre mêlant découverte épicurienne et déconnexion en pleine nature, au fil de l'eau. Idéale pour les publics franciliens (équipés) en quête de déconnexion, car accessible très facilement depuis le train pour un weekend au vert	nécessité de structuration intégrale de l'offre : 1/ création de l'infrastructure de véloroute 2/développement de grappes d'activités et de centres de services en lien avec l'offre cyclotouristique 3/ travail avec la SNCF pour faciliter l'accessibilité des franciliens à l'offre cyclo. 4/ Développer le territoire autour de la thématique et du label accueil Vélo 5/ promotion de l'offre à l'échelle adaptée au marché recherché

Structuration route touristique du champagne	<p>La thématique Champagne est aujourd'hui bien identifiée et fléchée sur le territoire des Portes de la Champagne.</p> <p>L'implantation de la route touristique du champagne de Trélou-sur-Marne à Montreuil-aux-Lions en est l'une des incarnations les plus visibles. L'enjeu est désormais de rythmer cette thématique et cette structure par différents éléments, physiques ou numériques, afin de la rendre mieux accessible et compréhensible aux yeux du grand public.</p>	<p>Itinérance épicurienne au cœur de l'appellation champagne. Permettant de se rendre d'une exploitation à l'autre, à la découverte des caves et du savoir-faire champenois.</p> <p>Itinérance ponctuée de panoramas.</p> <p>Découverte de paysages typiquement français, d'un savoir-faire et d'un produit signature de la gastronomie et de la culture française</p>	<p>en articulation avec la véloroute V52 et la structuration de l'axe fluvestre, apporter de la densité à la route touristique du Champagne sur le territoire des Portes de la Champagne afin d'offrir une expérience de découverte épicurienne globale</p>
--	---	--	---

Hébergement			enjeux
Site	détails	Produit existant et lien avec la cible	Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Renforcement de l'offre d'hébergement	<p>Le territoire des Portes de la Champagne est aujourd'hui carencé en offre résidentielle de loisirs et hôtelière malgré une accessibilité facilitée, un marché très important en termes de volume de visiteurs potentiels, ainsi qu'une offre touristique dense, et qualitative située sur son territoire et à proximité. L'un des enjeux des prochaines années sera donc de travailler à la revitalisation et à la densification de l'offre d'hébergement afin de générer des nuitées sur le territoire et par conséquent d'augmenter les retombées économiques pour les acteurs locaux.</p>	<p>hébergements simples, mais de grande qualité, proximité et convivialité avec les hôtes. La maîtrise du Flamand est un plus. // volet écoresponsable important</p>	<p>selon les données issues de la Matrice 2P2T</p>

7.9 : Tourisme international : USA

Musées		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Espace exposition Maison du Tourisme	Plateau d'évocation des richesses touristiques de la destination des Portes de la Champagne et d'animation relatives	Site bilingue (français, anglais) permettant d'englober l'intégralité des thématiques touristiques territoriales. Il constitue une véritable rampe de lancement pour la découverte des Portes de la Champagne, en particulier pour les individuels.	gagner en visibilité auprès du public local via un programme d'animations annuel.
Musée de la Mémoire de Belleau	petit musée sur l'histoire de la bataille de Belleau. 2 pièces au cœur du village qui fut l'épicentre des combats et à 10 minutes à pied du cimetière américain. Parfaire introduction ou conclusion à la visite du site historique.	Pèlerinage sur un lieu de mémoire essentiel aux États-Unis, surtout dans les milieux militaires (USMC) et connexes	
Monument US Cote 204	Monument massif en entrée de ville de Château-Thierry. Abrite en son socle un centre d'interprétation	Pèlerinage sur un lieu de mémoire essentiel aux États-Unis, surtout dans les milieux militaires (USMC) et connexes	

TOURISME DE MÉMOIRE		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Belleau (cimetière - village - Bois)	Haut lieu de la Grande Guerre. Point d'arrêt de la seconde bataille de la Marne de l'été 1918. Marque le début de la fin de la Grande Guerre. Premier terrain d'engagement du corps de Marines hors Amérique. Véritable lieu de pèlerinage et de mémoire pour les publics outre Atlantique	lieu de pèlerinage pour le corps des Marines. Matérialisé par le Mémorial Day s'y déroulant chaque année	

Seringe et Nesles (Cimetière - mémorial - Monument Roosevelt)	plus grand cimetière militaire américain du territoire. L'un des plus importants de la Grande Guerre (deuxième). Abrite la sépulture du poète Joyce Kilmer entre autres.	lieu de pèlerinage pour le corps des Marines. Matérialisé par le Mémorial Day s'y déroulant chaque année. Cimetière plus important que Belleau, mais moindre en symbole	
--	--	--	--

TOURISME VERT		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	Détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Panoramas (Mont de Bonneil)	Le territoire abrite de nombreux panoramas, certains aménagés avec des tables d'orientation et/ou des tables de pique-nique	paysages typiques de la France tels que représentés dans l'imaginaire collectif US (panoramas ruraux authentiques et charmants)	
Structuration de la filière fluvestre	La réappropriation de la rivière Marne est un réel enjeu pour le territoire. Des travaux engagés avec VNF sont en cours et des réflexions avancent sur le développement de croisières sur la Marne. D'autres projets en lien avec les quatre axes thématiques peuvent (et sont) proposés par les acteurs publics et privés du territoire.	mise en place d'une offre cumulable avec la Mémoire et le Champagne	filère à structurer, développer des croisières fluviales, aménager les bords de Marne, créer des hubs d'activités aux points névralgiques (Château-Thierry, Jaulgonne, etc.) en lien avec le développement de la véloroute V52 et en conscience des portes d'entrées ferroviaires du territoire (gares du territoire)

ITINÉRANCE / OENOTOURISME		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	Détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Combi VW - Lévêque Dehan		offre personnalisable et adaptée aux petits groupes. Authenticité à la française véhiculée par le prestataire.	renforcer l'utilisation des langues étrangères pour un meilleur accueil international
Balade en Dyane - Météyer		Mise en place de masterclass dédiées, personnel à l'écoute des attentes et demandes des visiteurs. Offre personnalisable à l'envie	offre déjà structurée et fortement tournée vers l'international et le "premium"
Balade en Buggy - Robillard		offre personnalisable et adaptée aux petits groupes. Authenticité à la française véhiculée par le prestataire.	
Balade en 4x4 - Mallet		Balade en 4x4 accompagnée dans le vignoble. Commentaires au cours de la découverte. Possibilité de compléter la découverte par un picnic en bord de Marne pour une expérience globale au cœur des Portes de la Champagne	
Structuration route touristique du champagne	<p>La thématique Champagne est aujourd'hui bien identifiée et fléchée sur le territoire des Portes de la Champagne.</p> <p>L'implantation de la route touristique du champagne de Trélou-sur-Marne à Montreuil-aux-Lions en est l'une des incarnations les plus visibles. L'enjeu est désormais de rythmer cette thématique et cette structure par différents éléments, physiques ou numériques, afin de la rendre mieux accessible et compréhensible aux yeux du grand public.</p>	<p>Itinérance épicurienne au cœur de l'appellation champagne. Permettant de se rendre d'une exploitation à l'autre, à la découverte des caves et du savoir faire champenois. Itinérance ponctuée de panoramas. Découverte de paysages typiquement français, d'un savoir-faire et d'un produit signature de la gastronomie et de la culture française</p>	<p>en articulation avec la véloroute V52 et la structuration de l'axe fluvestre, apporter de la densité à la route touristique du Champagne sur le territoire des Portes de la Champagne afin d'offrir une expérience de découverte épicurienne globale</p>

Hébergement		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	Détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Renforcement de l'offre d'hébergement	Le territoire des Portes de la Champagne est aujourd'hui carencé en offre résidentielle de loisirs et hôtelière malgré une accessibilité facilitée, un marché très important en termes de volume de visiteurs potentiels, ainsi qu'une offre touristique dense, et qualitative située sur son territoire et à proximité. L'un des enjeux des prochaines années sera donc de travailler à la revitalisation et à la densification de l'offre d'hébergement afin de générer des nuitées sur le territoire et par conséquent d'augmenter les retombées économiques pour les acteurs locaux.	hôtellerie	selon les données issues de la Matrice 2P2T / nécessité de les retenir sur le territoire et éviter qu'ils ne retournent sur Reims/Paris/Disney

7.10: Tourisme international : Marché Asiatique (Chine + Inde)

PATRIMOINE CULTUREL - BÂTI		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Château de Condé en Brie	Château privé, visites guidées à heure fixe.	visite d'un château privé, typique de l'image d'Épinal de la France et de l'art de vivre à la française	nécessité de réfection de la scénographie vieillissante du site (cartels, etc.) pour une offre plus interactive et universelle
Château de Seringes et Nesles	Château médiéval privé. Visites guidées payantes à heure fixe		
PATRIMOINE CULTUREL - MUSÉES		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Musée Jean de la Fontaine	musée actuellement en travaux. Réouverture pour 2025. Maison natale de Jean de la Fontaine, ouverte au public pour présenter l'univers de l'auteur et de ses œuvres.	en attente de la nouvelle scénographie	Faire connaître ce point touristique essentiel de la ville de Château-Thierry à l'occasion de sa réouverture. Faire en sorte qu'il ne soit pas oublié durant la période des travaux.
ESPACES NATURELS		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Jardins de Viels Maisons	jardin remarquable, très impressionnant pour ses dimensions, la diversité de ses essences et sa disposition.	Immense jardin paysagé qui invite à la déconnexion la plus totale, à une heure de Paris. Propriété privée accessible	gain de visibilité nécessaire

ITINÉRANCE / OENOTOURISME		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	Détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Combi VW - Lévêque Dehan		offre personnalisable. Authenticité à la française véhiculée par le prestataire. Attention. Offre limitée en termes de capacité d'accueil pour une expérience optimale	Renforcer l'utilisation des langues étrangères pour un meilleur accueil international
Balade en Dyane - Météyer		mise en place de masterclass dédiées	offre déjà structurée et fortement tournée vers l'international et le "premium"
Structuration route touristique du champagne	La thématique Champagne est aujourd'hui bien identifiée et fléchée sur le territoire des Portes de la Champagne. L'implantation de la route touristique du champagne de Trélou-sur-Marne à Montreuil-aux-Lions en est l'une des incarnations les plus visibles. L'enjeu est désormais de rythmer cette thématique et cette structure par différents éléments, physiques ou numériques, afin de la rendre mieux accessible et compréhensible aux yeux du grand public.	Itinérance épicurienne au cœur de l'appellation champagne. Permettant de se rendre d'une exploitation à l'autre, à la découverte des caves et du savoir faire champenois. Itinérance ponctuée de panoramas Découverte de paysages typiquement français, d'un savoir-faire et d'un produit signature de la gastronomie et de la culture française	en articulation avec la véloroute V52 et la structuration de l'axe fluvestre, apporter de la densité à la route touristique du Champagne sur le territoire des Portes de la Champagne afin d'offrir une expérience de découverte épicurienne globale

<p>Découverte des caves de champagne</p>	<p>Sur tout le territoire des Portes de la Champagne, de nombreux viticulteurs ont organisé leur exploitation pour accueillir des publics touristiques. Ils proposent une offre diversifiée et adaptée à tout type de public. Les caves Pannier ont une scénographie et une capacité d'accueil tout à fait adaptée pour l'accueil de groupes, notamment internationaux, pour les sensibiliser à la thématique champagne de manière interactive et immersive.</p>	<p>Découverte du champagne à travers une visite guidée et une dégustation commentée du champagne Pannier dans un environnement authentique et typique de la Champagne.</p>	
--	--	--	--

salles de réception / MICE		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	Détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Champagne Météyer		mise en place de masterclass dédiées / Possibilité de guide en LE	offre déjà structurée et fortement tournée vers l'international et le "premium"
Champagne Pannier	Caves médiévales de champagne, disposant de plusieurs espaces pour rencontres et séminaires	visite Langue étrangère	soigner l'accessibilité au site, éloigné du cœur de ville et des axes de pénétration du territoire si le visiteur n'est pas véhiculé

Hébergement		Produit existant et lien avec la cible	enjeux
Site	détails		Besoin de transformation ou de renforcement à réaliser
Renforcement de l'offre d'hébergement	Le territoire des Portes de la Champagne est aujourd'hui carencé en offre résidentielle de loisirs et hôtelière malgré une accessibilité facilitée, un marché très important en termes de volume de visiteurs potentiels, ainsi qu'une offre touristique dense, et qualitative située sur son territoire et à proximité. L'un des enjeux des prochaines années sera donc de travailler à la revitalisation et à la densification de l'offre d'hébergement afin de générer des nuitées sur le territoire et par conséquent d'augmenter les retombées économiques pour les acteurs locaux.	Hôtellerie	selon les données issues de la Matrice 2P2T

DEPARTEMENT DE L'AISNE

Arrondissement de CHATEAU-THIERRY



République Française

PETR-UCCSA
UNION DES COMMUNAUTÉS DE COMMUNES
DU SUD DE L'AISNE

Ferme du Ru Chailly - 02650 FOSSOY

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU COMITE SYNDICAL

Séance du 21 octobre 2024

**OBJET : MAISON DU TOURISME « LES PORTES DE LA CHAMPAGNE » :
COTISATIONS COMPLEMENTAIRES**

L'an deux mil vingt-quatre, le 21 octobre à 17 h 30, dans la salle de réunion du PETR - UCCSA, Ferme du ru Chailly, les délégués du Comité Syndical du PETR - UCCSA légalement convoqués, se sont réunis, sous la Présidence de Monsieur Dominique MOÏSE, en l'absence du Président Monsieur Olivier DEVRON,

Ce Comité Syndical fait suite à la séance du 3 juillet 2024 à laquelle le quorum n'a pas été atteint,

Date de convocation le : 16 octobre 2024

Délégués en exercice : 32

Présents (titulaires et suppléants) : 6

Pour : 4

Absents (titulaires) : 26

Contre : 0

Représentés (suppléants) : 0

Abstention : 0

Votants : 4

Communauté de Communes du Canton de Charly sur Marne :

Titulaires présents :

M. PITTON TERRIEN, Mme REGARD.

Titulaires excusés :

Mme CLOBOURSE, M. DEVRON.

Communauté d'Agglomération de la Région de Château-Thierry :

Titulaires présents :

M. HAQUET, M. LAHOUATI, M. MOÏSE, M. POIX.

Titulaires excusés :

M. BAILLEUL, M. EUGENE, M. LOGEROT.

Suppléants excusés :

M. LEDUC JL, M. TROUBLÉ.

Secrétaire de séance : M. POIX

**OBJET : MAISON DU TOURISME « LES PORTES DE LA CHAMPAGNE » : COTISATIONS
COMPLEMENTAIRES**

Vu la délibération du 12 juillet 2013 relatif à la création de la Maison du Tourisme,

Vu la contribution des membres du PETR - UCCSA à l'exercice de la compétence « promotion du tourisme » déterminée séparément de la cotisation générale et selon la clé de répartition (50% population / 50% capacité d'hébergements touristiques),

Vu la délibération du 20 décembre 2023 concernant l'appel à cotisations par trimestre pour le fonctionnement de la Maison du Tourisme, à hauteur des montants déterminés ci-dessous,

- Communauté d'Agglomération de la Région de Château-Thierry : 300 520,15 €
- Communauté de Communes du Canton de Charly sur Marne : 52 479,85 €

Vu la convention d'objectifs 2024 - 2026 entre le PETR - UCCSA et la Maison du Tourisme,

Vu la sollicitation de la Maison du Tourisme pour une cotisation complémentaire sur 2024 afin de mettre en œuvre les orientations du contrat d'objectifs,

Le comité syndical, après en avoir délibéré décide :

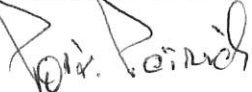
- de solliciter au trimestre les intercommunalités pour une cotisation complémentaire 2024 à hauteur de 60 000 € selon la répartition ci-dessous :

- Communauté d'Agglomération de la Région de Château-Thierry : 51 079,91 €
- Communauté de Communes du Canton de Charly sur Marne : 8 920,09 €

- de reverser les montants à la Maison du Tourisme

Fait et délibéré en séance, les jour et an que dessus et ont signé les membres présents.

Secrétaire de séance,



Le Vice - Président,
Dominique MOYSE



PETR - UCCSA
UNION DES COMMUNAUTES DE COMMUNES
DU SUD DE L' AISNE
ferme du ru chailly
02650 FOSSOY
Tél. 03 23 71 68 60 Fax 03 23 71 53 53