

MARCHÉ DE SERVICE DE TECHNIQUES
DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION



Office de Tourisme Communautaire de Honfleur (EPIC)

Quai Lepaulmier

14600 Honfleur

REFONTE DU DISPOSITIF DIGITAL
DE L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE
DE HONFLEUR

Cahier des Charges

V.2 du 14/11/2022

Date limite de remise des offres : vendredi 9 décembre à 12h

Document Confidentiel

Ne peut être transmis ni reproduit sans l'autorisation préalable et écrite de l'OTCH. La diffusion et la modification du présent document à toute autre personne physique ou morale que celles mentionnées comme destinataires sont strictement interdites et donneront lieu à des poursuites judiciaires.

1	CONTEXTE DU PROJET	5
1.1	PRESENTATION DE LA STRUCTURE	5
1.2	LE TERRITOIRE DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DU PAYS DE HONFLEUR BEUZEVILLE (CCPHB)	5
1.3	PRESENTATION DE LA DESTINATION HONFLEUR, TERRE D'ESTUAIRE	6
1.3.1	LA « LOCOMOTIVE » HONFLEUR	6
1.3.2	L'ARRIÈRE-PAYS : RANDONNÉES ET VIEILLES PIERRES	6
1.4	CHIFFRES CLES	6
1.5	STRATEGIE MARKETING DE LA DESTINATION	7
1.5.1	UN POSITIONNEMENT MARKETING FORT	7
1.5.2	DES CIBLES CLAIREMENT IDENTIEES	7
1.5.3	DES MOTEURS POUR L'ACTIVITE TOURISTIQUE	7
1.6	OBJECTIFS ATTENDUS DU PROJET	8
1.6.1	FAIRE RAYONNER HONFLEUR ET SON ARRIERE-PAYS	8
1.6.2	METTRE EN AVANT L'HUMAIN, L'EXPERIENTIEL ET LE STORYTELLING	8
1.6.3	RENFORCER LE POUVOIR DE SEDUCTION ENVERS LES HABITANTS ET LES « REPEATERS »	9
1.6.4	DIFFUSER DE L'INFORMATION DE QUALITE A DESTINATION DES 3 PREMIERS MARCHES ETRANGERS : GB, D ET NL	9
1.6.5	S'ENGAGER VERITABLEMENT DANS UNE DEMARCHE DE TOURISME DURABLE	9
1.7	ETAT DES LIEUX DU DISPOSITIF DIGITAL EXISTANT	9
1.8	DEFINITION DE LA STRATEGIE DIGITALE	10
1.9	OBJET DU PROJET ET DECOMPOSITION DES LOTS	11
1.10	L'EQUIPE ASSOCIEE AU PROJET	11
2	ORIENTATIONS ERGONOMIQUES	12
2.1	CHARTRE GRAPHIQUE ET ERGONOMIQUE	12
2.2	ORGANISATION EDITORIALE	13
2.2.1	PRINCIPES D'ORGANISATION	13
2.2.2	LES ELEMENTS DE CONTENUS	13
2.3	CREATION DE L'ARBORESCENCE	14
2.4	VERSIONS ETRANGERES	14
3	EXIGENCES TECHNIQUES	15
3.1	SOLUTION DE GESTION DU CONTENU - CMS	15
3.2	SOLUTION DE GESTION DE TAGS	16
3.3	GESTION DE L'OFFRE TOURISTIQUE (TOURINSOFT)	16
3.4	INTEGRATION DE LA SOLUTION DE VENTE EN LIGNE WE LOGIN	17
3.5	COMPATIBILITE	17
3.5.1	CONFIGURATION DES POSTES CLIENTS ACCEDANT AU BACK-OFFICE	17
3.5.2	COMPATIBILITE DES NAVIGATEURS ET RESPECT DES STANDARDS WEB	18

3.6	RESPECT DU REFERENTIEL D'ACCESSIBILITE	18
3.7	RESPONSIVE WEB DESIGN	18
3.8	ECO-CONCEPTION WEB	19
4	<u>QUALITE DU SITE</u>	<u>25</u>
4.1	CONTEXTE	25
4.2	OBJECTIFS GENERAUX	25
4.3	EXIGENCES QUALITE DU PROJET	26
4.3.1	UN SITE FACILE A TROUVER ET IDENTIFIER	26
4.3.2	UN SITE FACILE A UTILISER	26
4.3.3	DES FICHIERS ET CONTENUS MULTIMEDIAS CLAIRS ET NON INTRUSIFS	27
4.3.4	UN SOCLE TECHNIQUE SUR, SOBRE ET PERFORMANT	28
4.3.5	DES INTERACTIONS ET SERVICES CLAIRS	29
5	<u>MODULES FONCTIONNELS</u>	<u>31</u>
5.1	MOTEUR DE RECHERCHE INTELLIGENT ET TAGS DE RECHERCHE	31
5.2	JE PREPARE MON SEJOUR / JE SUIS SUR PLACE / J'HABITE ICI	31
5.3	NAVIGATION PAR SAISON	31
5.4	DIFFUSION DE L'OFFRE TOURISTIQUE	32
5.5	EXPERIENCES	33
5.6	ITINERAIRES TOURISTIQUES	34
5.7	SCROLLYTELLING MAP	34
5.8	CARNET DE SEJOUR (TRANCHE OPTIONNELLE 1)	35
5.9	IDEES SEJOURS	35
5.10	INFOS LIVE	36
5.11	CHAT EN LIGNE	36
5.12	BROCHURES / KIOSQUE	36
5.13	CREATION DE FORMULAIRES	37
5.14	NEWSLETTER (TRANCHE OPTIONNELLE 2)	37
5.15	ESPACE PRO / PRESSE	38
5.16	GROUPES	39
5.17	COMMENT VENIR ? / NOUS SITUER	39
5.18	METEO MARINE	39
5.19	HORAIRES DES MAREES	40
6	<u>PRESTATIONS A ASSURER</u>	<u>41</u>
6.1	PRESTATIONS A ASSURER PAR LES INTERVENANTS DU PROJET	41
6.2	GESTION DU PROJET	42
6.2.1	RELATION AVEC LE PRESTATAIRE	42
6.2.2	CONDUITE DU PROJET ET METHODOLOGIE	42

6.2.3	LANCEMENT ET ORGANISATION	42
6.3	DEVELOPPEMENT, PARAMETRAGE, INTEGRATION	43
6.3.1	SPECIFICATIONS ET MISE EN ŒUVRE DE L'ARCHITECTURE TECHNIQUE	43
6.3.2	CONFIGURATION ET PARAMETRAGE	43
6.3.3	INTEGRATION D'UN FORFAIT DE 30 PAGES DE CONTENU	43
6.4	LIVRAISON, INSTALLATION ET RECETTE	44
6.5	FORMATION	44
6.6	MAINTENANCES	45
6.6.1	MAINTENANCE CORRECTIVE	45
6.6.2	MAINTENANCE EVOLUTIVE	46
6.7	CESSIONS DE DROITS, PROPRIETE INTELLECTUELLE	46
6.8	HEBERGEMENT, NOMS DE DOMAINE ET ADRESSES EMAILS	46
6.8.1	HEBERGEMENT DU SITE	46
6.8.2	NOM DE DOMAINE ET ADRESSES EMAILS	47
6.9	SAUVEGARDE	47
6.10	SECURITE	48
6.11	REFERENCEMENT	48
6.12	PLAN DE REDIRECTIONS	48
6.13	STATISTIQUES DE FREQUENTATION	49
6.14	RGPD	49
7	<u>CONTENU DES OFFRES</u>	51
7.1	CALENDRIER	51
7.2	BUDGET	51
7.3	PRESENTATION DES OFFRES	51
7.3.1	UN MEMOIRE TECHNIQUE COMPORTANT LES ELEMENTS SUIVANTS	51
7.3.2	LES REFERENCES E-TOURISME	52
7.3.3	UNE PROPOSITION FINANCIERE	52
7.4	MODALITE DE REMISE DES OFFRES	52
7.5	JUGEMENT DES CANDIDATURES ET DES OFFRES	52
7.6	RENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES ET CONTACT	53
7.7	VALIDATION DU CAHIER DES CHARGES	53

1 CONTEXTE DU PROJET

Dans le cadre de sa mission de promotion et de valorisation du territoire de la Communauté de Communes du Pays de Honfleur Beuzeville, l'Office de Tourisme Communautaire de Honfleur (OTCH) met en œuvre une stratégie de promotion de la destination. **Son ambition première est de porter la destination « Honfleur Terre d'Estuaire »** sur les marchés français et étrangers, via différents supports de communication, notamment ses outils digitaux (site web et réseaux sociaux).

L'OTCH cherche ainsi à affirmer l'image de sa destination touristique majeure à rayonnement national et international.

1.1 PRESENTATION DE LA STRUCTURE

Le tourisme est une compétence partagée entre différents acteurs : la promotion et l'accueil touristique sont des compétences communautaires qui ont été déléguées à l'EPIC « Office de Tourisme Communautaire de Honfleur » sur le territoire.

L'équipe de l'OTCH est composée de 17 salariés répartis sur 3 Bureaux d'Accueil :

- Honfleur Centre Historique (siège social)
- Honfleur Normandy Outlet
- Beuzeville

L'accueil hors-les-murs est également développé avec un BIT saisonnier sur le Vieux Bassin de Honfleur, des accueils ponctuels dans les campings et dans un Terminal Croisière pour la clientèle croisiéristes.

L'OTCH propose des prestations d'accompagnement des socio-professionnels, des services d'animation pour mettre en valeur le patrimoine naturel, bâti et le terroir local. Il mène des actions de communication et propose des services de billetterie in situ et en ligne pour la mise en avant de ses actions et de celles de ses partenaires.

1.2 LE TERRITOIRE DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DU PAYS DE HONFLEUR BEUZEVILLE (CCPHB)

La CCPHB est une communauté de communes issue de la fusion interdépartementale des deux anciennes collectivités de Honfleur et de Beuzeville. Situé en bord de mer, sur la rive sud de l'estuaire de la Seine, à la fois sur le département de l'Eure et sur celui du Calvados, la CCPHB est composée de 23 communes et est peuplée d'environ 28 000 habitants (en croissance démographique sur les dernières 10 années). **Le territoire s'organise autour de deux pôles de centralité principaux disposant des services : Honfleur et Beuzeville.**

Au cœur du triangle métropolitain Normand (Le Havre-Rouen-Caen), le territoire est facilement accessible en voiture individuelle via les autoroutes A13 et A29. L'accès en transport en commun est plus compliqué : le territoire ne dispose pas de gare ferroviaire et l'accès en bus est encore difficile dû à l'ex-maillage régional.

1.3 PRESENTATION DE LA DESTINATION HONFLEUR, TERRE D'ESTUAIRE

1.3.1 LA « LOCOMOTIVE » HONFLEUR

Le nombre de touristes accueilli à Honfleur par an est estimé à **plus 5 millions dont 40% de clientèle étrangère (avant COVID)**, aussi bien en clientèle groupes qu'en individuels, sans oublier les croisiéristes. En effet, la ville de Honfleur dispose d'une attractivité touristique internationale et nationale et accueille donc des flux de touristes importants. **L'image de Honfleur, identifiée comme une ville authentique, culturelle et artistique (berceau de l'impressionnisme), permet à la destination de se développer depuis de nombreuses années.** De plus, une des particularités du port de Honfleur est d'être à la fois **maritime et fluvial** de par son emplacement dans l'estuaire de la Seine entre le fleuve et la mer.

Honfleur est un port d'escale : une « destination étapes » pour les croisières fluviales sur la Seine avec 120 escales par an, et pour les croisières maritimes avec 60 paquebots environ (hors COVID). Ce volume de touristes est un moteur essentiel de l'activité économique locale (restaurants, hébergement, commerces...) mais révèle également des problématiques diverses (pressions sur les services publics, cohabitation habitants-touristes, marché immobilier et accès au logement, saturation de la circulation et du stationnement...).

1.3.2 L'ARRIÈRE-PAYS : RANDONNÉES ET VIEILLES PIERRES

Le port de Honfleur est entouré d'un arrière-pays typique du Pays d'Auge. Son offre de randonnées (à pied ou à cheval) et de trésors cachés, vestiges du passé (ancienne abbaye, maison médiévale à pans de bois, église aux vitraux remarquables...), complètent l'offre touristique de Honfleur. Nos visiteurs y trouvent un terrain propice au dépaysement, à la reconnexion à soi et à la nature. L'offre cyclo-touristique en plein développement (Seine à Vélo, Vélomaritime, Eurovélo 4 et 5 boucles locales réalisées en 2022) vient satisfaire les cyclotouristes de plus en plus nombreux.

1.4 CHIFFRES CLES

- Origine géographique des visiteurs : 81 % sont français (Île de France 28%, Normandie 19%, Hauts de France 14%) / 19% sont étrangers (Belgique 37%, Pays-Bas 16%, Allemagne 15%)
- Fréquentation du territoire : 40% sur juillet et août, 40% d'avril à juin + septembre et 20% d'octobre à mars
- 3 000 meublés touristiques recensés
- 11 346 lits recensés dans l'hébergement marchand
- 35 hôtels pour 2 300 lits
- Un taux d'occupation en hébergement marchand d'environ 50% à l'année
- Plus de 3 000 résidences secondaires, soit près de 19% des logements de la CCPHB
- 190 restaurants dont 111 à Honfleur

- 2 701 000 nuitées annuelles, soit 9 000 nuitées touristiques quotidiennes (2021)
- 11 594 000 excursionnistes et touristes (2021)
- Durée moyenne des séjours : 2 nuitées (tendance en hausse)
- 376 partenariats avec les socio-professionnels

1.5 STRATEGIE MARKETING DE LA DESTINATION

L'OTCH a engagé en 2021 la rédaction d'un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI). Tout l'enjeu de ce diagnostic digital complet répond aux constats découlant du SADI : **adapter la stratégie** digitale aux cibles identifiées lors du SADI pour **mieux capter les visiteurs** et **irriguer l'arrière-pays** au-delà de la « locomotive Honfleur ». Cette stratégie **doit également s'inscrire dans une démarche d'éco-conception et d'innovation**.

1.5.1 UN POSITIONNEMENT MARKETING FORT

- **Une destination de premier rang** : au cœur d'un écosystème très large, proche d'autres grosses destinations touristiques (Deauville, Étretat, plages du débarquement, etc.)
- **Un port d'escale** : une « destination étape » pour les croisières fluviale et maritime, moteur essentiel de l'activité économique locale
- **Un terrain propice au dépaysement et à la reconnexion** : une destination qui, entourée de l'arrière-pays typique du Pays d'Auge, aspire au calme et à la détente, à la reconnexion à soi et à la nature

1.5.2 DES CIBLES CLAIREMENT IDENTIEES

- Familles
- Couples sans enfants
- Habitants
- Retraités
- Cyclotouristes
- Camping-caristes
- Visiteurs fidèles
- Touristes / Excursionnistes
- Français et clientèle étrangère

1.5.3 DES MOTEURS POUR L'ACTIVITE TOURISTIQUE

- Honfleur
- Le vieux bassin

- L'Abbaye de Grestain
- Le jardin des personnalités
- Le musée Eugène Boudin
- Naturospace
- L'Église Sainte-Catherine
- La cidrerie de Beuzeville
- La côte de Grâce
- La côte Fleurie (dont Trouville) située aux alentours
- La côte d'Albâtre et les falaises d'Étretat située aux alentours
- Les plages du débarquement situées aux alentours

1.6 OBJECTIFS ATTENDUS DU PROJET

À travers ce projet de refonte du site internet, l'OTCH dispose d'attentes fortes en termes d'objectifs.

1.6.1 FAIRE RAYONNER HONFLEUR ET SON ARRIERE-PAYS

- Remettre Honfleur au cœur du dispositif digital
- Répondre aux attentes et besoins des visiteurs
- **Apporter de la visibilité et améliorer la lisibilité de l'arrière-pays honfleurais**, en profitant de la notoriété de Honfleur
- Mettre en valeur l'offre touristique de qualité des territoires de proximité
- **Transformer les clientèles excursionnistes en clientèles de séjour**, en démontrant les atouts de la destination pour des séjours à la semaine (randonnées, vélo, produits locaux, etc.)

1.6.2 METTRE EN AVANT L'HUMAIN, L'EXPERIENTIEL ET LE STORYTELLING

- Être davantage visible auprès des clientèles cibles
- Offrir des réponses adaptées aux attentes, au travers des **meilleures expériences vécues sur la destination**
- Identifier les parcours digitaux de chacune des clientèles cibles
- **Scénariser et mettre en scène l'offre touristique territoriale**
- **Humaniser les contenus du site** par des mises en situation, des photos, des témoignages, des podcasts, etc.
- Raconter des histoires, susciter l'envie via des parcours clients didactique et interactif

1.6.3 RENFORCER LE POUVOIR DE SEDUCTION ENVERS LES HABITANTS ET LES

« REPEATERS »

- **Capter et informer la clientèle locale**, mieux connaître leurs attentes
- Valoriser les habitants sur le site internet et les réseaux sociaux, via des témoignages, des reportages, des podcasts, etc.
- Mettre en place des actions visant à fidéliser davantage les « repeaters »
- Créer un réseau d'ambassadeurs locaux
- Mettre en place de nouveaux outils de diffusion de l'information vers ces cibles (notifications push, newsletter dédiée, etc.)

1.6.4 DIFFUSER DE L'INFORMATION DE QUALITE A DESTINATION DES 3 PREMIERS

MARCHES ETRANGERS : GB, D ET NL

- **Traduire entièrement les contenus des sites étrangers et proposer des versions étrangères performantes**
- Être référencé sur les moteurs de recherche étrangers (google.co.uk, etc.)
- Prendre en compte les attentes spécifiques de ces clientèles cibles étrangères
- Mettre en place des actions webmarketing sur ces 3 marchés

1.6.5 S'ENGAGER VERITABLEMENT DANS UNE DEMARCHE DE TOURISME DURABLE

- **Inscrire l'éco-conception au cœur du projet**
- **Bénéficier d'un site internet moins énergivore et plus respectueux de l'environnement**

1.7 ETAT DES LIEUX DU DISPOSITIF DIGITAL EXISTANT

Le site internet www.ot-honfleur.fr a été mis en ligne en 2019. Ce site a été développé à partir du CMS Wordpress par l'agence KREA3. Aujourd'hui, **il ne répond plus aux attentes de la destination et des cibles, notamment la cible étrangère. Il ne bénéficie pas des dernières évolutions technologiques** et n'est plus en phase avec les tendances webdesign actuelles.

Le site est connecté au Système d'Informations Touristiques Tourinsoft. Chaque jour, l'offre touristique y est importée. Les solutions CIRKWI et WELOGIN sont aussi utilisées pour les itinéraires de randonnées et pour la billetterie en ligne.

Un audit du site actuel a été réalisé en octobre 2022, il fait ressortir les points suivants :

- Le site bénéficie d'un socle technique performant en termes de référencement SEO
- L'ergonomie et la performance du site affichent un niveau moyen
- Le site affiche un bon niveau d'accessibilité, de compatibilité, de sécurité et de protection des données

- Les contenus demanderaient à être davantage optimisés
- La note des fonctionnalités est pénalisée notamment par le manque d'efficacité du moteur de recherche
- L'offre touristique et la valorisation de la destination manquent de transversalité, et les fonctionnalités métiers ne sont pas à la hauteur

Une analyse d'audience du site internet a également été réalisée :

- Le trafic est en légère baisse depuis 2019
- Le nombre de sessions est plutôt faible par rapport à la notoriété de la destination (Honfleur est la cinquième ville de France la plus visitée en 2019) avec 366 863 sessions en 2021
- Le site connaît chaque année des pics de fréquentation assez élevés en été
- Entre 2021 et 2022 : les nombres de sessions et d'utilisateurs sont en légère baisse (environ 6 %)
- Le niveau d'engagement des internautes est en hausse, avec un temps moyen passé sur le site plus important et une hausse du nombre de pages vues
- Le taux de rebond est relativement bon avec 39 %
- Les utilisateurs sont plutôt jeunes et majoritairement des femmes
- Près de la moitié du trafic provient de la région Île-de-France et près d'1/4 de Normandie
- 83 % du trafic provient de France et 1 visiteur sur 10 provient d'un pays germanophone (Belgique, Allemagne et Pays-Bas)
- Le site est relativement dépendant de Google avec 71 % du trafic (en légère baisse)
- Les réseaux sociaux ne représentent que 2,32 % du trafic
- Le taux de fidélisation est dans la moyenne : 19 % des internautes reviennent sur le site internet après une première visite
- Les connexions mobiles représentent 62 % du trafic
- Les contenus les plus consultés sont : les marchés, l'agenda, les hébergements, la plage, les randonnées et les loisirs.

Une refonte du dispositif est nécessaire afin de tendre vers un site mobile, éco-conçu, multilingue, qui soit à la fois porte d'entrée pour la préparation de séjours et portail d'informations pour les visiteurs déjà sur-place.

1.8 DEFINITION DE LA STRATEGIE DIGITALE

Fin septembre 2022, une agence spécialisée a élaboré une stratégie digitale autour de 10 préconisations :

- 1. Un site innovant au service de l'expérience utilisateur**
- 2. Des contenus expérientiels en priorité**
- 3. Utiliser la Nature, le Patrimoine et la Gastronomie comme tags principaux**
- 4. Valoriser l'offre de loisirs, culture, rando et nautisme (les positionner comme des activités touristiques durables)**

5. **Mettre l'accent sur le « 4 saisons », proposer des idées de séjours toute l'année**
6. **Cibler la clientèle de proximité (locatouristes) et la clientèle étrangère**
7. **Proposer un site accessible et conforme avec les dernières réglementations en vigueur**
8. **Inscrire le projet dans une démarche d'éco-conception**
9. **Intégrer les modules fonctionnels identifiés dans le CCTP**
10. **Augmenter le trafic en adoptant une stratégie SEO plus féroce**

Les livrables de cette étude seront remis au titulaire qui devra prendre en compte ces préconisations durant la phase de réalisation du nouveau site internet.

1.9 OBJET DU PROJET ET DECOMPOSITION DES LOTS

Le marché est composé d'une tranche ferme :

- **Conception, hébergement et maintenance (préventive, corrective et évolutive) du nouveau site internet www.ot-honfleur.fr**

2 tranches optionnelles sont également à chiffrer par le candidat :

- **Tranche optionnelle 1 : carnet de séjour**
- **Tranche optionnelle 2 : newsletter**

Le marché sera conclu avec un candidat unique qui assurera l'ensemble de la prestation décrite au CCTP.

La présente commande est portée et financée par l'OTCH, qui est l'interlocuteur technique de ce projet.

1.10 L'EQUIPE ASSOCIEE AU PROJET

- **Christophe BUISSON**, Président de l'OTCH
- **Joël COLSON**, Vice-président de l'OTCH
- **Sérolène CHESNEL**, Directrice Générale de l'OTCH
- **Jérôme RADANOVIC**, Directeur Adjoint de l'OTCH
- **Clémence FREMONT**, Responsable Marketing de l'OTCH
- **Camille DESHAYES**, Community Manager de l'OTCH et Responsable du Bureau d'Accueil de Beuzeville
- **Boris HAN**, assistant communication

2 ORIENTATIONS ERGONOMIQUES

2.1 CHARTE GRAPHIQUE ET ERGONOMIQUE

La charte graphique actuelle a été réalisée en 2021. Un document détaillant l'utilisation de cette charte graphique sera remis au titulaire.

Les réalisations graphiques se feront sur la base des éléments suivants : codes couleurs, typographie, logo et autres éléments iconographiques. Le candidat sera chargé de **décliner la conception graphique web dans son intégralité.**

Le prestataire devra faire preuve de créativité en proposant des réalisations graphiques innovantes en phase avec une démarche d'éco-conception.

Le titulaire concevra le story-board, qui permettra de visualiser les principaux écrans du dispositif. L'OTCH validera ces éléments avant la production des maquettes graphiques par le prestataire.

Les travaux sur la charte graphique débiteront par une réunion de brief créatif avec le graphiste du titulaire pour prendre connaissance de l'existant (logos et éléments de charte graphique, identité, stratégie de communication...).

Le titulaire devra produire les éléments suivants :

- une charte graphique multimédia intégrant jeux de couleurs, typographie et iconographie, visuels...
- production de l'ensemble des éléments graphiques (design des modules, pictogrammes, etc.)
- production et livraison de la structure des pages : gabarits et feuilles de styles CSS

La conception ne doit pas être liée au développement technique du dispositif. La mise à jour éventuelle de codes couleurs ou d'un logo doit pouvoir se faire sans remise en cause du socle technique.

Les principes ergonomiques exigés sont les suivants :

- Adaptation de la mise en page et du contenu aux tailles des différents supports utilisés : smartphones et tablettes, ordinateurs fixes (avec la prise en compte des tailles de boutons, pictogrammes, et des nouveaux comportements des internautes sur supports mobiles)
- Navigation dans la structure principale de l'arborescence : entrées fonctionnelles ou thématiques
- Menus de navigation optimisés sur toute la largeur avec plusieurs liens
- Chemin de navigation : pour permettre à l'internaute de se repérer dans la navigation
- Rapidité d'affichage (optimisation du poids des photos et des scripts JS)

2.2 ORGANISATION EDITORIALE

2.2.1 PRINCIPES D'ORGANISATION

L'organisation prévue repose sur plusieurs intervenants :

- Un **administrateur général** du dispositif
- Un ou **plusieurs administrateurs**
- **Plusieurs contributeurs** qui participeront à la mise à jour des contenus

Les droits de chacun des profils doivent pouvoir correspondre à un périmètre précis qui peut s'appliquer aussi bien à l'ensemble d'un site qu'à des domaines particuliers (rubriques, sous-rubriques et/ou modules spécifiques).

Un même intervenant pourra si nécessaire disposer de plusieurs profils.

Les administrateurs disposent des droits les plus élevés sur les contenus et l'administration technique et fonctionnelle du site : création et rédaction de contenus, publication, modification, suppression et gestion des droits.

Un administrateur peut rendre accessibles des articles, des rubriques, des fonctionnalités à un groupe réservé d'utilisateurs du back-office.

2.2.2 LES ELEMENTS DE CONTENUS

Les principaux éléments de contenus attendus sont constitués de :

- Textes, dont l'ensemble des polices et mises en forme seront régis par des feuilles de styles (CSS)
- Images et photographies (jpeg, png, gif, etc.) gérées par le CMS dans une médiathèque unique avec des dossiers, comportant un module de recherche et ou outil de recadrage des visuels.
- Vidéos : publiées sur un service externe (YouTube, Vimeo...) et vidéos gérées directement par le CMS, accessibles en lecture en cliquant sur les vignettes
- Des podcasts (lecture audio)
- De documents bureautiques : PDF, documents Microsoft Office et Open Office et autres fichiers... Le poids de des fichiers chargés ne doit pas être inférieur à 25 Mo.
- Contenus HTML (formulaire Web, intégration de widgets de réservation, codes de conversion Ads...)
- Ajout de tracking sur les boutons (CTA)
- Contenus issus d'applications web ou de bases de données (notamment les objets touristiques) : **le site internet doit permettre de combiner sur une seule page de contenus, des objets touristiques** (gérés dans le SIT) **et des contenus éditoriaux** (gérés dans le CMS).
- Toute partie du site doit pouvoir être administrable (ex : modification de logos ou ajout de liens en footer...)

2.3 CREATION DE L'ARBORESCENCE

Il est demandé au titulaire d'accompagner l'OTCH dans la création de la nouvelle arborescence. La restructuration et l'optimisation des contenus constitue un enjeu fort du projet.

Le titulaire devra notamment :

- Réaliser un inventaire des contenus existants
- Échanger avec les équipes de l'OTCH afin de produire une arborescence innovante et en phase avec la stratégie digitale de la destination
- Réaliser le schéma de la nouvelle arborescence (à minima sur 3 niveaux de profondeur)

Plusieurs ateliers devront être dédiés à l'élaboration de la nouvelle arborescence.

Un atelier dédié à la définition des tags devra également être prévu.

2.4 VERSIONS ETRANGERES

Pour rappel, près de 20 % des internautes sont étrangers malgré des versions étrangères actuellement particulièrement allégées et peu optimisées.

Le candidat chiffrera la déclinaison du site en trois langues étrangères indépendantes (qui disposent d'un nom de domaine et d'une URL spécifiques) : anglais, allemand et néerlandais. Il s'agit d'une attente forte de la destination.

Un soin particulier devra être apporté sur ces versions étrangères.

Les contenus éditoriaux seront traduits par des solutions performantes du type DEEPL ou GTRANSLATE. Le titulaire aura en charge le paramétrage de ces solutions et le déploiement sur le nouveau site internet.

3 EXIGENCES TECHNIQUES

3.1 SOLUTION DE GESTION DU CONTENU - CMS

Le site internet devra être développé à partir d'un CMS (Content Management System : système de gestion de contenus) simple et évolutif qui devra permettre aux différentes équipes d'être autonomes dans toute la mise à jour des contenus (textes, vidéos, photos, téléchargements de documents PDF...). **La solution CMS installée par le prestataire devra être de type Open Source (préférence pour WordPress).**

Le CMS proposé doit être suffisamment souple pour pouvoir faire évoluer rapidement et sans difficulté le découpage fonctionnel du site, développer de nouvelles fonctionnalités ou intégrer des fonctionnalités existantes.

L'ergonomie de l'interface de la solution de gestion de contenus est très importante. Elle doit être intuitive, conviviale et efficace, accompagnée d'aides contextuelles et orientée pour un usage rédactionnel. Elle doit pouvoir être utilisée de manière autonome par des personnes qui ne connaissent pas le langage HTML.

Afin de faciliter la formation et la prise en main des différents outils mis à disposition, l'ensemble des interfaces doivent être en langue française : claire et compréhensible pour les outils, aide en ligne et documentation en français.

Les fonctionnalités suivantes sont demandées (liste non exhaustive) :

- Un RTE (Rich Text Editor) : pouvoir mettre en forme facilement des contenus (gras, italique, souligné, surligné, couleurs et polices de la charte préenregistrés, choix d'un style : titre, paragraphe, etc., augmenter / diminuer le retrait, aligner les puces et le texte), ajouter un lien hypertexte dans la rédaction du texte, insérer et positionner des photos / images, des vidéos, des fichiers audios (podcasts), des fichiers à télécharger, insérer des widgets ou objets provenant de services externes
- Accéder au mode d'édition HTML
- Importer / copier / coller depuis un logiciel de traitement de texte en épurant le code de sa mise en forme
- Gérer les structures de contenus : gérer les différents contenus standard présents dans le CMS (article, page, etc.) et en créer de nouveaux
- Disposer d'un mode de prévisualisation avant mise en ligne (version desktop et version mobile)
- Gérer les évolutions d'un même contenu (versioning) en enregistrant les évolutions et restaurer aussi la version initiale si nécessaire (roll back)
- Gérer l'arborescence : pouvoir ajouter / modifier / déplacer / supprimer facilement les entrées à n'importe quel niveau
- Disposer sur toutes les pages de liens enfants (accès aux pages de niveaux inférieurs) et liens sœurs (accès aux pages de mêmes niveaux)
- Bénéficier d'un correcteur orthographique
- Gestion des balises de référencement (Title, Meta Description, Alt des images, H1 des titres...)
- Gestion des tags de contenus (CMS et OI)

- Intégration d'un module d'aide à l'optimisation pour le référencement (du type Yoast SEO ou All in One SEO)
- Intégration des codes de suivi Pixel Facebook
- Gestion de bibliothèque multimédia : images, vidéos, PDF... à partir de plusieurs dossiers administrables
- Intégration en ligne d'un outil de compression et de recadrage des visuels à partir de gabarits pré-définis
- Moteur de recherche interne intelligent : sur l'ensemble des contenus du site (CMS et objets touristiques)
- Intégrité des liens : les Urls des pages ne changent pas après mise à jour du contenu
- Détecter automatiquement les liens brisés
- Disposer d'une URL spécifique sur chaque page (y compris les playlists avec variables, exemple : tous les hôtels 3 étoiles d'une ville) afin de les partager facilement
- Personnalisation de la page 404
- Pouvoir définir manuellement des alias d'Urls
- Pouvoir créer et gérer manuellement des redirections
- Affichage de la durée de lecture estimée (calcul automatique en fonction du contenu de la page)

Le CMS permettra également de mettre à jour les visuels et les strates de la page d'accueil et de pouvoir alterner entre photos ou vidéos. Les slogans apposés sur ces visuels doivent aussi être administrables.

3.2 SOLUTION DE GESTION DE TAGS

L'OTCH souhaite disposer d'une solution de tag de contenus à partir du CMS. Chaque page ou objet touristique doit pouvoir être tagué afin de permettre l'affichage automatique ou manuel de contenus du même tag, à n'importe quel endroit sur le site (pages, modules...). Les tags doivent être administrables.

3.3 GESTION DE L'OFFRE TOURISTIQUE (TOURINSOFT)

Le site internet de L'OTCH doit afficher les données provenant du Système d'Informations Touristiques Tourinsoft déployé par Calvados Tourisme et Eure Tourisme.

L'ensemble de la documentation et des nécessités techniques pour ce développement sont mises à disposition à l'adresse suivante : <http://api-v3.tourinsoft.com/>.

La mise à jour des objets touristiques sur le site web doit être automatisée et quotidienne (au moins 1 fois par jour), sans intervention manuelle de la part de l'équipe de L'OTCH.

La liste des bordereaux ci-dessous est donnée à titre indicatif, l'ensemble de ces informations sont traitées par les flux de Tourinsoft :

- Fêtes et manifestations
- Patrimoine naturel
- Patrimoine culturel

- Loisirs et activités sportives et culturelles
- Hébergements : accueil des camping-cars
- Hébergements : hôtellerie
- Hébergements : hôtellerie de plein air
- Hébergements : hébergements locatifs
- Restaurants
- Dégustations
- Activités et Équipements de loisirs
- Commerces et services

La création et modification des objets touristiques ne s'effectuera pas sur les données répliquées mais directement sur le SIT départemental. **En cas d'urgence, L'OTCH souhaite pouvoir « forcer l'import » pour afficher la mise à jour des objets touristiques (à n'importe quel moment sans intervention manuelle de l'agence).** Exemple : un événement annulé, modifier un numéro de téléphone, etc.

3.4 INTEGRATION DE LA SOLUTION DE VENTE EN LIGNE WE LOGIN

WeLogin est utilisé par l'OTCH. Il s'agit d'une solution de billetterie en ligne et physique, intégrant un logiciel de caisse.

Il est demandé au candidat de transmettre les éléments graphiques du site internet (feuilles de styles, header et le footer) afin que l'interface de vente en ligne Welogin soit en cohérence graphique avec le site de la destination.

Le sous-domaine est généré par WeLogin pour optimiser le tunnel d'achat : <https://visites.ot-honfleur.fr/>

3.5 COMPATIBILITE

3.5.1 CONFIGURATION DES POSTES CLIENTS ACCEDANT AU BACK-OFFICE

La totalité des fonctionnalités back-office, à destination des gestionnaires et contributeurs, doivent être accessibles sans restriction depuis les Mac et PC utilisés par les collaborateurs de L'OTCH, avec les principaux navigateurs du marché : Google Chrome, Safari, Mozilla Firefox, Edge dans les versions datant de moins de 2 ans.

Les versions minimales supportées sont à préciser par le candidat dans son offre. Il devra informer L'OTCH dès lors que des évolutions du CMS entraînent une obsolescence de certaines versions de navigateurs.

3.5.2 COMPATIBILITE DES NAVIGATEURS ET RESPECT DES STANDARDS WEB

Les contenus mis en œuvre dans le cadre de la consultation devront respecter les standards du W3C pour être accessibles depuis les principaux navigateurs du marché (Google Chrome, Safari, Mozilla Firefox, Edge...) actuels et à venir.

Des tests de conformité avec le validateur HTML & CSS du W3C (<http://validator.w3.org/>) seront réalisés à cet effet par le Titulaire, avant mise en production. Des tests contradictoires pourront être réalisés par le client dans le cadre de chaque VABF.

Le prestataire s'engage à corriger les éventuelles erreurs constatées en prenant les mesures nécessaires pour se conformer aux standards du W3C.

3.6 RESPECT DU REFERENTIEL D'ACCESSIBILITE

L'accessibilité des services publics aux personnes handicapées est une nécessité aux termes de la loi n°2005-102 de février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées. L'article 47 de la loi précise que « les services de communication publique en ligne des services de l'État, des collectivités territoriales et des établissements publics qui en dépendent doivent être accessibles aux personnes handicapées ».

Le Référentiel Général pour l'Accessibilité des Administrations (RGAA), établi par la Direction Générale de la Modernisation de l'État (DGME), fixe les modalités techniques de mise en œuvre de cette accessibilité pour ce qui concerne le canal web.

La dernière version de référence est la RGAA 4.1, révisée le 18 février 2021.

Le candidat s'engage à ce que les éléments techniques du site respectent la plupart des points spécifiés dans cette dernière version du RGAA.

L'OTCH testera la conformité au RGAA lors de la phase de recette. En cas de non-conformité, le candidat devra apporter les ajustements et corrections nécessaires.

Les modalités du RGAA 4.1 sont disponibles ici : <https://www.numerique.gouv.fr/uploads/rgaa/RGAA-v4.1.pdf>

3.7 RESPONSIVE WEB DESIGN

Le site internet devra être conçu « mobile first ». L'objectif est de proposer une ergonomie et un graphisme de qualité, quelle que soit la taille de l'écran : smartphone, tablette ou desktop.

L'OTCH insiste notamment sur la gestion du recadrage automatique des images de la version desktop vers la version mobile.

Des tests pourront être réalisés par L'OTCH dans le cadre de la VABF, avec des accès depuis différents terminaux mobiles (smartphones et tablettes sous iOS, Android...).

Le prestataire s'engage à corriger les éventuelles erreurs constatées sans coût supplémentaire.

3.8 ECO-CONCEPTION WEB

En lien avec sa stratégie de développement touristique, l'OTCH souhaite s'engager dans une démarche de **tourisme durable** et agir en faveur d'un **environnement préservé**. L'OTCH souhaite aujourd'hui inscrire son nouvel écosystème digital dans cette dynamique, pour asseoir son positionnement et ainsi bénéficier d'un **site internet moins énergivore** et **plus respectueux de l'environnement**.

Le Référentiel Général d'Éco-conception de Services Numériques (RGESN), établi par la Direction interministérielle du numérique (DINUM), le Ministère de la Transition Écologique, l'ADEME et l'Institut du Numérique Responsable, contient un ensemble de critères vérifiables, génériques et intemporels, permettant la vérification de la mise en œuvre de l'éco-conception de services numériques.

Le RGESN (version bêta du 19/10/2021) est disponible sur :

<https://ecoresponsable.numerique.gouv.fr/publications/referentiel-general-ecoconception/>

Ainsi, l'OTCH sera attentif envers les pratiques d'éco-conception Web proposées par le candidat et au respect d'un maximum de critères issus de ce référentiel :

Thématique	N°	Critère
STRATEGIE	1.1	Le service numérique répond-il à un besoin qui s'inscrit dans au moins un des objectifs de développement durable ?
	1.2	Le service numérique a-t-il défini ses cibles utilisatrices ?
	1.3	Le service numérique a-t-il défini les besoins métiers et les attentes réelles des utilisateurs-cibles ?
	1.4	Le service numérique a-t-il défini la liste des profils de matériel que les utilisateurs vont pouvoir employer pour y accéder ?
	1.5	Le service numérique est-il utilisable sur des terminaux datant de 5 ans minimum ?
	1.6	Le service numérique s'adapte-t-il à différents types de terminaux d'affichage ?
	1.7	Le service numérique a-t-il été conçu avec des technologies standards plutôt que des technologies propriétaires ou spécifiques à une plateforme ou à un système d'exploitation ?

	1.8	Le service numérique a-t-il au moins un référent identifié en écoconception numérique ?
	1.9	Le service numérique a-t-il identifié des indicateurs pour mesurer ses impacts environnementaux ?
	1.10	Le service numérique s'est-il fixé des objectifs en matière de réduction ou de limitation des impacts environnementaux ?
	1.11	Le service numérique réalise-t-il régulièrement des revues pour s'assurer du respect de la réduction ou de la limitation de ses impacts environnementaux ?
	1.12	Le service numérique publie-t-il une déclaration ou une politique d'écoconception ?
SPECIFICATIONS	2.1	Le service numérique a-t-il été conçu avec une revue de conception et une revue de code en ayant pour un des objectifs de réduire les impacts environnementaux de chaque fonctionnalité ?
	2.2	Le service numérique a-t-il prévu une stratégie de décommissionnement pour ses fonctionnalités, ses composants ou ses environnements non utilisés ?
	2.3	Le service numérique impose-t-il à ses fournisseurs de garantir une démarche de réduction de leurs impacts environnementaux ?
	2.4	Le service numérique a-t-il pris en compte les impacts environnementaux des composants d'interface prêts à l'emploi utilisés ?
	2.5	Le service numérique a-t-il pris en compte les impacts environnementaux pour la sélection des services tiers utilisés ?
ARCHITECTURE	3.1	Le service numérique utilise-t-il des ressources ou des composants existants minimisant leurs impacts environnementaux ?
	3.2	Le service numérique fonctionne-t-il sur une architecture pouvant adapter la quantité de ressources utilisées en fonction de la consommation du service ?
	3.3	Le service numérique a-t-il pris en compte l'évolutivité technique des protocoles ?
	3.4	Le service numérique utilise-t-il un protocole d'échange adapté aux contenus transférés ?
	3.5	Le service numérique garantit-il la mise à disposition de mises à jours correctives pendant toute la durée de vie prévue des équipements et des logiciels liés au service ?

	3.6	Le service numérique propose-t-il d'installer des mises à jour correctives indépendamment des mises à jour évolutives ?
UX/UI	4.1	Le service numérique est-il utilisable via une connexion bas débit ?
	4.2	Le service numérique comporte-t-il uniquement des éléments animations, vidéos et sons dont la lecture automatique est désactivée ?
	4.3	Le service numérique affiche-t-il uniquement des contenus sans défilement de page infini ?
	4.4	Le service numérique optimise-t-il le parcours de navigation pour chaque fonctionnalité principale ?
	4.5	Le service numérique permet-il à l'utilisateur de décider de l'activation d'un service tiers ?
	4.6	Le service numérique utilise-t-il majoritairement des composants fonctionnels natifs du système d'exploitation, du navigateur ou du langage utilisé ?
	4.7	Le service numérique comporte-t-il des vidéos, animations ou audios utilisées uniquement pour apporter ou restituer une information ?
	4.8	Le service numérique permet-il de mettre en pause les animations, défilement ou clignotement ?
	4.9	Le service numérique privilégie-t-il l'utilisation de contenu texte ou image au lieu de contenu vidéo ou audio lorsque cela est possible ?
	4.10	Le service numérique utilise-t-il majoritairement des polices de caractères du système d'exploitation ?
	4.11	Le service numérique limite-t-il les requêtes serveur lors de la saisie utilisateur ?
	4.12	Le service numérique informe-t-il l'utilisateur, avant la validation, le format de saisie attendu ?
	4.13	Le service numérique vérifie-t-il les saisies et les formats de données obligatoires à la soumission d'un formulaire sans requête serveur lorsque c'est possible ?
	4.14	Le service numérique informe-t-il l'utilisateur, avant le transfert, des poids et formats de fichier attendu ?
	4.15	Le service numérique vérifie-t-il des limites de poids et de formats sur les fichiers pouvant être transmis par l'utilisateur ?

	4.16	Le service numérique présente-t-il à ses utilisateurs ses impacts environnementaux globaux et/ou ceux de fonctionnalités précises ?
	4.17	Le service numérique propose-t-il des notifications uniquement lorsque c'est nécessaire ?
	4.18	Le service numérique permet-il à l'utilisateur de contrôler les notifications qu'il reçoit ?
	4.19	Le service numérique fournit-il à l'utilisateur un moyen de contrôle sur ses contenus et ses services afin de réduire les impacts environnementaux ?
CONTENUS	5.1	Le service numérique utilise-t-il un format de fichier adapté au contenu et au contexte de visualisation de chaque contenu image ?
	5.2	Le service numérique propose-t-il des contenus image dont le niveau de compression est adapté au contenu et au contexte de visualisation ?
	5.3	Le service numérique utilise-t-il un format de fichier adapté au contenu et au contexte de visualisation pour chaque contenu vidéo ?
	5.4	Le service numérique propose-t-il des contenus vidéo dont le niveau de compression est adapté au contenu et au contexte de visualisation ?
	5.5	Le service numérique utilise-t-il un format de fichier adapté au contenu et au contexte d'écoute de chaque contenu audio ?
	5.6	Le service numérique propose-t-il des contenus audio dont le niveau de compression est adapté au contenu et au contexte d'écoute ?
	5.7	Le service numérique utilise-t-il un format de fichier adapté au contenu et au contexte d'utilisation pour chaque contenu document ?
	5.8	Le service numérique propose-t-il des contenus document dont le niveau de compression est adapté au contenu et au contexte d'utilisation ?
	5.9	Le service numérique a-t-il une stratégie de suppression, automatique ou manuelle, des contenus obsolètes ou périmés ?
FRONTEND	6.1	Le service numérique s'astreint-il à un poids maximum par écran ?
	6.2	Le service numérique s'astreint-il à une limite de requêtes par écran ?
	6.3	Le service numérique utilise-t-il des mécanismes de mises en cache pour la totalité des contenus transférés dont il a le contrôle ?

	6.4	Le service numérique a-t-il mis en place des techniques de compression sur la totalité des ressources transférées dont il a le contrôle ?
	6.5	Le service numérique affiche-t-il majoritairement des éléments graphiques et des médias dont les dimensions d'origine correspondent aux dimensions du contexte d'affichage ?
	6.6	Le service numérique propose-t-il un mécanisme de chargement progressif pour les éléments graphiques et les médias le nécessitant ?
	6.7	Le service numérique se limite-t-il au chargement des composants utilisés au sein des bibliothèques lorsque cela est possible ?
	6.8	Le service numérique évite-t-il de déclencher le chargement de ressources et de contenus inutilisés pour chaque fonctionnalité ?
	6.9	Le service numérique utilise-t-il un stockage côté client de certaines ressources afin d'éviter des échanges réseaux inutiles ?
	6.10	Le service numérique restreint-il l'usage des capteurs des terminaux utilisateur au besoin du service plutôt qu'en permanence ?
	6.11	Le service numérique héberge-t-il les ressources statiques transférées dont il est l'émetteur sur un même domaine ?
BACKEND	7.1	Le service numérique a-t-il recours à un système de cache serveur pour les données les plus utilisées ?
	7.2	Le service numérique est-il configuré pour transmettre depuis le serveur des contenus compressés au client qui les accepte ?
	7.3	Le service numérique définit-il des dates d'expiration sur les données qui le nécessitent ?
	7.4	Le service numérique supprime-t-il les données ayant une date d'expiration après celle-ci ?
	7.5	Le service numérique informe-t-il l'utilisateur d'un traitement en cours en arrière-plan ?
HEBERGEMENT	8.1	Le service numérique utilise-t-il un hébergement signataire du Code de Conduite européen sur les Datacentres ?
	8.2	Le service numérique utilise-t-il un hébergement ayant une démarche de réduction de son impact écologique ?

	8.3	Le service numérique utilise-t-il un hébergement qui fournit une politique de gestion durable des équipements ?
	8.4	Le service numérique utilise-t-il un hébergement qui fournit des indicateurs d'impacts environnementaux liés à son activité ?
	8.5	Le service numérique utilise-t-il un hébergement qui a un PUE (Power Usage Effectiveness) inférieur à 1,5 ?
	8.6	Le service numérique utilise-t-il un hébergement qui a un WUE (Water Usage Effectiveness) inférieur à 1 L/kWh ?
	8.7	Le service numérique utilise-t-il un hébergement dont la localisation géographique est en cohérence avec celle de ses utilisateurs et de ses activités ?
	8.8	Le service numérique utilise-t-il un hébergement dont sa consommation d'électricité est majoritairement d'origine renouvelable et bas-carbone ?
	8.9	Le service numérique héberge-t-il de façon distincte les données « chaudes » et « froides » ?
	8.10	Le service numérique duplique-t-il les données uniquement lorsque cela est nécessaire ?
	8.11	Le service numérique utilise-t-il une redondance uniquement lorsque cela est nécessaire ?
	8.12	Le service numérique utilise-t-il un hébergement qui récupère la chaleur fatale produite par les serveurs ?

En delà des bonnes pratiques en matière d'éco-conception Web, l'OTCH sera attentif aux actions menées en interne en faveur d'un numérique responsable. Les 74 bonnes pratiques sont disponibles à l'adresse suivante :

https://club.greenit.fr/doc/2022-06-GREENIT-Referentiel_maturite-v3.pdf (Référentiel GreenIT V3 de juin 2022).

Sur ce volet de l'éco-conception, l'OTCH attend un engagement fort et un accompagnement étroit tout au long du projet.

Enfin, afin de démontrer les économies de ressources que procure le nouveau site internet par rapport à l'ancien site, le titulaire réfléchira à une mise en avant sur la page d'accueil. Exemple : « votre visite sur le nouveau site internet a permis d'économiser x CO₂ par rapport à l'ancien site internet ».

4 QUALITE DU SITE

4.1 CONTEXTE

L'OTCH souhaite obtenir des engagements vérifiables et des garanties en matière de qualité de la part du titulaire. Pour cela l'OTCH demande au titulaire de pouvoir répondre formellement aux objectifs décrits ci-après.

4.2 OBJECTIFS GENERAUX

Le site devra répondre à des engagements en matière d'assurance qualité et de respect de l'utilisateur :

- Un site facile à trouver et identifier
- Un site facile à utiliser
- Des fichiers et contenus multimédias clairs et non intrusifs
- Un socle technique sûr, sobre et performant
- Des interactions et services clairs

En pratique, Le site devra au minimum respecter les règles listées dans le présent cahier des charges. Ces règles ont été choisies parce qu'elles peuvent présenter un risque particulier pour les utilisateurs et qu'elles concernent fréquemment le travail des prestataires.

La responsabilité du respect de certaines règles est partagée entre l'OTCH et le titulaire. En conséquence, certaines règles seront déployées conjointement entre le titulaire et l'OTCH. À l'issue de la mise en ligne du site, le titulaire devra avoir la capacité de justifier la bonne mise en œuvre du choix de règles dont il a la responsabilité.

L'ensemble des règles citées constitue un socle permettant de prévenir un certain nombre de risques en matière d'accessibilité, de sobriété, de sécurité, de respect des données personnelles ou d'expérience utilisateur. Ce socle doit être considéré comme un minimum nécessaire. Le respect de ces règles n'exonère pas le prestataire du respect d'autres référentiels, et notamment de l'ensemble des règles d'assurance qualité Opquast, consultables ici : <https://checklists.opquast.com/fr/assurance-qualite-web/> et dont la présente liste est issue.

Chacune des exigences spécifiques listées ci-dessous est documentée (moyen de contrôle du respect du critère et solutions techniques). Dans la mesure du possible, le candidat est encouragé à mettre en évidence sa capacité à les respecter.

4.3 EXIGENCES QUALITE DU PROJET

4.3.1 UN SITE FACILE A TROUVER ET IDENTIFIER

Les règles ci-dessous établissent un socle minimum pour permettre l'indexation des contenus dans les moteurs de recherche et une identification du site internet par les utilisateurs. Elles participent également à l'établissement d'une relation de confiance avec l'utilisateur.

N°	Règles d'assurance qualité Opquast
3	Le code source de chaque page contient une métadonnée qui en décrit le contenu
94	La page d'accueil expose la nature des contenus et services proposés
96	L'identité de l'auteur, de la société ou de l'organisation est indiquée
98	Le titre de chaque page permet d'identifier son contenu
99	Le code source des pages contient un appel valide à une icône de favori
131	Chaque lien est doté d'un intitulé dans le code source
212	La racine du site contient des instructions pour les robots d'indexation
213	Le site propose un fichier sitemap indiquant les contenus à explorer
227	Le contenu de chaque page est organisé selon une structure de titres et sous-titres hiérarchisée

4.3.2 UN SITE FACILE A UTILISER

Les règles ci-dessous établissent un socle minimum pour permettre à n'importe quel utilisateur, dans tous les contextes d'usage, de naviguer sur le site internet et d'utiliser ses fonctionnalités sans contrainte. Elles instaurent notamment un sentiment de confort de la part de l'utilisateur.

N°	Règles d'assurance qualité Opquast
74	Les caractères saisis dans un champ de mot de passe peuvent être affichés en clair
85	Les processus complexes sont accompagnés de la liste de leurs étapes
88	L'utilisateur est averti de la perte d'information en cas d'utilisation de l'historique de son navigateur dans un processus complexe

132	Le libellé de chaque lien décrit sa fonction ou la nature du contenu vers lequel il pointe
135	Les liens sont visuellement différenciés du reste du contenu
151	Chaque page affiche une information permettant de connaître son emplacement dans l'arborescence du site
15	Les icônes de navigation sont accompagnées d'une légende explicite
160	Le focus clavier n'est ni supprimé ni masqué
161	Le site est intégralement utilisable au clavier
163	Le site propose un moteur de recherche interne
166	Un plan du site est disponible depuis chaque page
175	La charte graphique est cohérente sur l'ensemble du site
177	Les contenus sont présentés avec un contraste suffisant par rapport à leur arrière-plan
189	Le site propose un ou plusieurs mécanismes dédiés à l'adaptation aux terminaux mobiles
216	Le serveur envoie une page d'erreur 404 personnalisée
217	Le serveur envoie une page d'interdiction 403 personnalisée
232	Le site n'impose pas de redirection ou de rafraîchissement automatique côté client
74	Les caractères saisis dans un champ de mot de passe peuvent être affichés en clair
85	Les processus complexes sont accompagnés de la liste de leurs étapes

4.3.3 DES FICHIERS ET CONTENUS MULTIMEDIAS CLAIRS ET NON INTRUSIFS

Les règles ci-dessous établissent un socle minimum pour permettre à tous les utilisateurs de consulter les fichiers et contenus multimédias mis à leur disposition sur le site internet, en toute situation. Elles contribuent également à proposer un niveau d'information qui leur permet de consulter et exploiter ces fichiers et contenus multimédias en tout état de cause, tout en accordant du crédit au site internet.

N°	Règles d'assurance qualité Opquast
112	Chaque image-lien est dotée d'une alternative textuelle appropriée
113	Chaque image porteuse d'information est dotée d'une alternative textuelle appropriée

116	Chaque contenu audio et vidéo est accompagné de sa transcription textuelle
118	La durée des contenus vidéo ou audio est indiquée
119	Les vidéos sont déclenchées par l'utilisateur
120	Les sons sont déclenchés par l'utilisateur
121	Les animations, sons et clignotements peuvent être mis en pause
122	Le déroulement des animations ne bloque pas la navigation ou l'accès aux contenus
143	La taille des fichiers internes proposés en téléchargement est indiquée
144	La langue des fichiers en téléchargement est précisée lorsqu'elle diffère de celle de la page d'origine
233	Le texte des documents PDF internes est sélectionnable

4.3.4 UN SOCLE TECHNIQUE SUR, SOBRE ET PERFORMANT

Les règles ci-dessous établissent un socle minimum pour permettre de garantir un bon niveau de performance et de sécurité du site internet. Elles participent également à l'établissement d'un climat de rassurance de l'utilisateur.

N°	Règles d'assurance qualité Opquast
17	La création d'un compte est soumise à un processus de confirmation
22	Il est possible de se déconnecter des espaces privés
22	Les échanges de données sensibles sont sécurisés et signalés comme tels.
7	La création d'un mot de passe par l'utilisateur fait l'objet d'un mécanisme de prévention des erreurs de saisie
168	L'inscription aux newsletters est soumise à un processus de confirmation
170	La désinscription depuis une newsletter ne demande pas de confirmation par courriel
24	Les en-têtes envoyés par le serveur spécifient la politique de communication des referrers
26	Les échanges de données sensibles sont sécurisés et signalés comme tels
27	Les données sensibles ne sont pas transmises en clair dans les URL
192	Toutes les pages utilisent le protocole HTTPS

193	Les certificats de sécurité sont signés et en cours de validité
194	Les pages utilisant HTTPS ont un en-tête de transport strict
198	Un dispositif sensibilise l'utilisateur sur le degré de sécurisation du mot de passe qu'il choisit
207	Le site propose un mécanisme de sécurité permettant de restreindre l'origine des contenus
222	Les feuilles de style du site sont minifiées
223	Les scripts du site sont minifiés
190	Le site propose des styles dédiés à l'impression
204	Le serveur n'envoie pas la liste des fichiers des répertoires n'ayant pas de page d'index
219	Le serveur transmet des contenus compressés aux clients qui les acceptent
220	Le serveur envoie les informations permettant la mise en cache des contenus

4.3.5 DES INTERACTIONS ET SERVICES CLAIRS

Les règles ci-dessous établissent un socle minimum pour permettre au site internet de proposer une qualité de service conforme aux attentes des utilisateurs et un accompagnement à chaque étape de la navigation. Elles contribuent également à renforcer les interactions et à minimiser les risques de frustration, apportant ainsi plus de sérénité envers l'utilisation du site internet.

N°	Règles d'assurance qualité Opquast
16	La création de compte est possible sans recours à un système d'identification tiers
6	La date de publication des contenus qui le nécessitent est indiquée
13	La page des résultats de recherche indique le nombre de résultats, le nombre de pages de résultats, et le nombre de résultats par page
67	Chaque champ de formulaire est associé dans le code source à une étiquette qui lui est propre
69	L'étiquette de chaque champ de formulaire indique si la saisie est obligatoire
77	En cas de rejet des données saisies dans un formulaire, les champs contenant les données rejetées sont indiqués à l'utilisateur
78	En cas de rejet des données saisies dans un formulaire, les raisons du rejet sont indiquées à l'utilisateur
90	Le copier coller est possible dans les champs de formulaire

100	L'adresse complète et le numéro de téléphone des sociétés et organisations sont disponibles depuis toutes les pages du site
102	Le site propose au moins deux moyens de contact
103	Les délais de réponse aux demandes d'information sont indiqués
105	Chaque demande d'information fait l'objet d'un accusé de réception

5 MODULES FONCTIONNELS

5.1 MOTEUR DE RECHERCHE INTELLIGENT ET TAGS DE RECHERCHE

Le moteur de recherche textuel doit être intégré au cœur du dispositif et visible sur toutes les pages. Ce moteur devra interpréter les recherches de manière intelligente, des suggestions devront être proposées en fonction des requêtes des internautes.

Des boutons CTA (Call To Action) seront également disposés sous le moteur de recherche. Ils correspondront à des tags administrables à partir du CMS et pourront être changés à tout moment selon la saison. Il s'agit de recherches prédéfinies. Exemple : « Patrimoine », « Visites guidées », « Randonnées », etc...

5.2 JE PREPARE MON SEJOUR / JE SUIS SUR PLACE / J'HABITE ICI

La page d'accueil du site internet devra comporter 3 modes d'affichages activables manuellement à tout moment. Les éléments (strates ou blocs) de la page d'accueil seront différents selon le choix de l'internaute (liés à son emplacement) :

- « **Je suis sur place** » : affichage en priorité l'agenda (FMA du jour), activités, contenus pratiques...
- « **Je prépare mon séjour** » : affichage en priorité de contenus de séduction, incontournables, offre d'hébergement...
- « **J'habite ici** » : affichage en priorité de contenus de proximité

5.3 NAVIGATION PAR SAISON

Un des objectifs forts de la refonte du dispositif est de valoriser la destination au fil des 4 saisons.

Le site devra alors comporter 4 onglets de navigations. Pour toutes les saisons, l'ergonomie et la charte graphique des versions (couleurs, picto, taille des blocs...) seront identiques, seuls les contenus (qui seront tagués par saison : printemps, été, automne et hiver) et l'ordre des blocs seront différents.

Les contenus par saisons correspondent aux éléments suivants :

- Photos du slider ou vidéo (à partir du tag)
- Expériences / articles de blog / reportages sélectionnés à la une (à partir du tag)
- Agenda (OI) (à partir de la date de la FMA de manière automatique)
- Bannières promotionnelles (à partir du tag)
- Bons plans (à partir du tag)
- Séjours à la une (à partir du tag)

Il sera possible d'intervenir sur l'ordre des blocs de la page d'accueil pour chaque saison. Exemple : sur la version hiver : l'agenda sera affiché en troisième strate et les expériences en première position. Sur la version été, l'agenda constituera la première strate.

Enfin, une liste déroulante affichée en permanence sur le site permettra aux internautes d'accéder manuellement aux différentes versions.

La mise en place de cette fonctionnalité et les modalités techniques seront validés avec le candidat lors de la réunion de mise en place du projet.

5.4 DIFFUSION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Fonctionnalités attendues sur le site internet :

- Mode liste avec vignettes photos et champs principaux
- Mode fiche détaillée avec affichage de l'ensemble des champs d'un objet touristique saisies dans le SIT (dont l'affichage dynamique des horaires d'ouverture, exemple : « ouvert / fermé / ouvre dans 2h / ferme dans 30 minutes »)
- Par défaut, ordre d'affichage aléatoire sur la version desktop (ou mobile si géolocalisation désactivée).
- Ordre d'affichage en fonction de la géolocalisation sur la version mobile : en mode liste, les prestataires s'affichent par ordre de proximité du mobinaute qui consulte le site.
- Mode cartographique avancé (avec carte en mode plein écran, afin de visualiser l'ensemble du territoire)
- Moteur de recherche multi critères par facette avec actualisation automatique des résultats. La liste des critères de recherches sera établie avec le candidat (exemple : filtre sur les hébergements, restaurants, activités à proximité de la plage du Butin, etc.). Les champs tarifs devront être présentés à partir d'un slider mini / maxi.
- Pour les fêtes et manifestations de l'agenda (FMA), la présentation devra être soignée et attractive : avec un double affichage pour la recherche : mode calendrier et mode liste. Certaines FMA doivent également pouvoir remonter sur la page d'accueil (sélection manuelle). Par ailleurs, il n'est pas souhaité d'afficher les vignettes photos des FMA en mode liste. Les FMA « terminés » ne seront pas affichés.
- Photos de l'établissement défilables (compression et recadrage automatisés), vidéos et vues panoramiques
- Activités, Équipements, Confort, Services et labels
- Affichage des tarifs en mode détaillé (avec les différentes périodes)
- Modes de paiement
- Lien vers les centrales de réservation des prestataires (URL résa)
- Liens vers les réseaux sociaux du prestataire
- Géolocalisation de la fiche sur une carte
- Affichage d'un bouton « S'y rendre » avec lien vers une application de calcul d'itinéraire du type Google Maps ou Waze

- Formulaire de contact sur chaque fiche envoyée au prestataire
- Infinite Scroll optimisé ou pagination (selon préconisation du prestataire)

Fonctionnalités attendues en administration :

- Création et configuration de playlists automatiques ou manuelles
- Pouvoir mixer des fiches de bordereaux différents mais complémentaires (ex : FMA et LOI, PNA et PCU)
- Pouvoir lier des fiches complémentaires (exemple : une fiche HOT qui dispose également d'une fiche REST.)
- Être autonome sur les facettes et les critères de recherches pour chaque catégorie. Ne pas être limité sur la définition du territoire de compétence
- Pour les FMA, possibilité de sélectionner « à la une » certaines manifestations (affichage sur la home page). Il s'agit de valoriser les temps forts de la destination selon les saisons.
- Chaque filtre de recherche doit disposer d'une URL spécifique (il est prévu de renvoyer vers des listes d'objets touristique provenant d'une recherche précise, exemple : lien vers la page des loisirs dédiée aux activités en famille)
- Gestion de la publication (date de mise en ligne et date d'expiration)
- Système de versioning (visualisation de l'historique des modifications)
- Statistiques de clics sur chaque fiche (tracking sur le numéro de téléphone, le bouton réserver, le lien vers le site...). Ces données sont accessibles en back-office.
- Gestion des niveaux de contrats (niveaux de visibilité en mode liste)

5.5 EXPERIENCES

Fonctionnalités attendues sur le site internet :

- Mode liste
- Mode fiche
- Sélection manuelle en home page des articles à afficher à la une
- Affichage des différents champs pour chaque article : titre, auteur, photos ou vidéos, textes, liens...
- Consultation des différents auteurs : fiches détaillées des profils
- Classement des articles dans des catégories administrables (ex : « coups de cœur », « témoignages », « on a testé pour vous », « zoom sur... » ...)
- Affichage de suggestions d'articles (articles croisés ayant les mêmes tags)
- Fichier audio associé à un article (podcast)
- Remontée manuelle de fiches SIT Tourinsoft
- Pagination sur le mode liste

Fonctionnalités attendues en administration :

- Administration des articles

- Gestion des tags (thématiques)
- Gestion des fiches auteurs des articles
- Gestion de la publication (date de première mise en ligne, de dernière modification et date d'expiration)

5.6 ITINERAIRES TOURISTIQUES

L'OTCH souhaite proposer un module de balades et randonnées (développé par le titulaire) performant avec import quotidien provenant de la solution CIRKWI.

Fonctionnalités attendues sur le site internet :

- Mode liste
- Mode fiche
- Mode cartographique avec les différentes étapes (fond de carte gratuit du type IGN ou OpenStreetMap)
- Affichage de l'ensemble des champs : durée, difficulté, distance, profil, type, moyens de locomotion (à pied, en vélo, en moto, à cheval..., liste non exhaustive), provenant du flux CIRKWI
- Moteur de recherche multicritères par facette avec actualisation automatique des résultats et choix de l'affichage
- Sélection manuelle pour affichage d'un itinéraire « à la une » sur la page d'accueil (playlist manuelle)
- Pagination sur le mode liste
- Photos (par étape ou génériques)
- Téléchargement des tracés au format GPX et KML

Fonctionnalités attendues en administration :

- Les itinéraires (avec points d'intérêts) sont saisis dans CIRKWI

5.7 SCROLLYTELLING MAP

L'OTCH souhaite mettre en avant une fonctionnalité de Scrollytelling Map sur certaines pages stratégiques comme des parcours incontournables ou des visites guidées. Cette alternative a pour objectif d'inciter les visiteurs à circuler sur l'ensemble du territoire (arrière-pays).

L'objectif est d'associer de manière interactive du contenu de séduction (représenté par des Points d'Intérêts : POI) à une carte géographique. Cette alternative doit permettre à l'internaute de se situer à l'échelle du territoire.

Fonctionnalités attendues sur le site :

- Affichage du contenu sur 2 colonnes : contenu (texte et visuels) à droite et carte interactive à gauche
- Mise à jour automatique des POI sur la carte au scroll (mise en surbrillance)

- Disposer d'un mode image (pouvoir remplacer la carte par des visuels de séduction qui défilent et ainsi alterner un mode carte et un mode diaporama)

Fonctionnalités attendues en administration :

- Administration des contenus (textes, visuels) et des POI associés (coordonnées géographiques) à partir d'une carte du type OpenStreetMap (et non vectorisée)

L'objectif du scrollytelling map est de rendre la navigation interactive et d'associer systématiquement du contenu à une géolocalisation. Le scrollytelling map doit être disponible sur l'ensemble des pages de contenus y compris dans les articles du blog.

5.8 CARNET DE SEJOUR (TRANCHE OPTIONNELLE 1)

En option (TO 1), le candidat chiffrera la mise en place d'un carnet de séjour.

Chaque contenu du site internet (page éditoriale, objet touristique, article de blog ...) **doit pouvoir être épinglé par les internautes et ajouté aux favoris du carnet de séjour** (en cliquant sur un pictogramme explicite).

Fonctionnalités attendues :

- Un mode liste avec les différents contenus épinglés (classement par tag)
- Un mode cartographique avec les différents contenus épinglés (s'ils correspondent à des lieux géographiques comme des objets touristiques ou des itinéraires)
- Des suggestions automatisées (tags identiques aux contenus épinglés). Exemple, si l'internaute a épinglé « location de kayak », on lui suggèrera « Les promenades en bateau » (qui dispose du même tag « naviguer »)
- La possibilité d'exporter par email le carnet de séjour en PDF

La mise en place de cette fonctionnalité et les modalités techniques seront validées avec le candidat lors de la réunion de lancement de projet.

5.9 IDEES SEJOURS

En complément de la vente en ligne de prestations (billetterie, activités de loisirs...), l'OTCH envisage de commercialiser des séjours packagés conçus sur mesure en fonction des saisons (combinaison d'offres thématiques).

Fonctionnalités attendues sur le site :

- Mode liste
- Mode fiche

- Affichage des différents champs pour chaque séjour : durée, tarifs, prestations comprises, non comprises, visuels, coordonnées du service commercialisation...
- Classement des articles dans des catégories administrables (ex : journées découvertes, séjours famille...)
- Possibilité de lier des objets touristiques sur des fiches séjours

Fonctionnalités attendues en administration :

- Administration des séjours
- Gestion des catégories (thématiques)
- Gestion des liaisons aux objets touristiques
- Gestion de la publication (date de mise en ligne et date d'expiration)

5.10 INFOS LIVE

Fonctionnalités attendues sur le site :

- Affichage sur la page concernée d'un message texte temporaire (sobre et non intrusif)
- Ouverture d'un lien sur le message (interne ou externe)

Fonctionnalités attendues en administration :

- Administration du message : texte + liens
- Choix du mode d'ouverture de la fenêtre (interne ou nouvelle)
- Choix des pages sur lesquelles est affecté le message
- Gestion de la publication (date de mise en ligne et date d'expiration) / Activation ou désactivation

5.11 CHAT EN LIGNE

Le candidat proposera une **solution de Chat en Ligne performante** du type LiveChat, Zendesk ou autre. Il est attendu des fonctionnalités avancées telle que la possibilité de prédéfinir des réponses, de gérer les demandes en langues étrangères...

La solution Messenger n'est pas envisageable.

5.12 BROCHURES / KIOSQUE

Fonctionnalités attendues sur le site internet :

- Regroupement des fichiers à télécharger dans un module dédié
- Affichage et sélection à la une (carrousel affiché sur la page d'accueil)
- Possibilité de rattacher à une ou plusieurs pages un fichier présent dans l'espace téléchargement

- Affichage des différents champs pour chaque fichier : titre, descriptif, vignette et lien vers le fichier
- Indication du format et du poids du fichier à télécharger
- Ouverture du fichier dans une nouvelle fenêtre
- Classement des fichiers dans des catégories administrables à plusieurs niveaux
- Moteur de recherche
- Possibilité de filtrer par date de parution (par exemple du plus récent au plus ancien ou sélection d'une période)
- Intégration d'un lecteur en ligne (de type Calaméo)

Fonctionnalités attendues en administration :

- Administration des fichiers
- Administration des catégories et thématiques
- Gestion de la publication (date de mise en ligne et date d'expiration)
- Les fichiers pourront être rattachés à une page éditoriale

5.13 CREATION DE FORMULAIRES

Fonctionnalités attendues sur le site internet :

- Possibilité d'intégrer des formulaires sur les pages éditoriales ou à différents emplacements sur le site y compris sur les pages produits

Fonctionnalités attendues en administration :

- Administration du formulaire (administration des types de champs y compris upload de fichier, gestion des champs obligatoires, modification du message de confirmation d'envoi...)
- Gestion de la publication
- Archivage des formulaires reçus

5.14 NEWSLETTER (TRANCHE OPTIONNELLE 2)

En option (TO 2), le candidat chiffrera la mise en place d'un module permettant la création, la gestion et l'envoi de newsletters directement depuis le CMS.

Fonctionnalités attendues sur le site internet :

- Possibilité de consulter les dernières newsletter envoyées (archives)
- Possibilité pour les internautes de s'inscrire ou de se désinscrire à la newsletter depuis le site internet (solution spécifique à fournir par le titulaire)
- Confirmation de l'inscription par email

Fonctionnalités attendues en administration :

- Administration des newsletters : création à partir d'un Template prédéfini (configuré par le titulaire), mise à jour des textes et visuels
- Autonomie dans la création de templates supplémentaires
- Possibilité de gérer plusieurs communautés d'utilisateurs (listes de diffusion)
- Possibilité de lier facilement des contenus CMS (articles de blog, pages de contenu, etc.) par glisser / déposer
- Possibilité de lier facilement des objets touristiques en provenance du SIT Tourinsoft par glisser / déposer
- Gestion des envois (avec prévisualisation sur smartphone et desktop, en mode immédiat et en mode programmé), possibilité de programmer un envoi test
- Gestion des inscriptions (avec prise en compte des NPAI)
- Archivage des newsletters
- Accès aux statistiques d'envois (taux d'ouverture, taux de clics...)
- Import manuel / automatique des adresses emails (au format CSV).

Le module newsletter doit respecter le principe de licéité « Consentement » du RGPD et de ce fait doit :

- Respecter les informations à indiquer à l'inscription
- Offrir un moyen de suppression du consentement aussi simple que pour l'inscription
- Conserver la preuve du consentement

5.15 ESPACE PRO / PRESSE

L'OTCH souhaite proposer un espace Pro / Presse sur son nouveau site internet. **Cet espace devra avoir un univers graphique dédié** qui permettra de le différencier visuellement de la partie grand public.

Fonctionnalités attendues sur le dispositif :

- Accès sans authentification (espace réservé aux professionnels ou journalistes, prestataires partenaires)
- Visualisation d'articles internes et de pages éditoriales (présentation de l'OT, missions...)
- Possibilité de télécharger différents documents (PDF, XLS...) à partir d'un module type kiosque
- Présentation uniquement en vignette d'une sélection de photos
- Possibilité d'accéder à un formulaire de demande de visuels (envoyé par email)

Fonctionnalités attendues en administration :

- Administration des fichiers et des articles
- Gestion de la publication (date de mise en ligne et date d'expiration)
- Formulaire de contact administrable

5.16 GROUPES

L'espace groupes est un module important pour l'OTCH. Il devra être intégré au site internet dans un univers dédié (couleur différente).

Fonctionnalités attendues sur le site :

- Mode liste
- Mode fiche
- Sélection manuelle en home page des offres à afficher à la une
- Affichage des différents champs pour chaque offre : capacité max, durée, tarifs, présentation de l'offre, visuels...
- Classement des articles dans des catégories administrables
- Bouton « Être rappelé » ou « Demande de devis » avec envoi d'un formulaire au service groupe

Fonctionnalités attendues en administration :

- Administration des offres : ensemble des champs y compris options associées
- Gestion des catégories (thématiques)
- Gestion de la publication (date de mise en ligne et date d'expiration)
- Archivage des demandes postées par les internautes

La mise en place de cette fonctionnalité et les modalités techniques seront validés avec le candidat lors de la réunion de mise en place du projet.

5.17 COMMENT VENIR ? / NOUS SITUER

Fonctionnalités attendues sur le site :

- Rappel des coordonnées complètes des BIT
- Affichage d'une carte de situation navigable (du type Open Street Map)
- Calcul d'itinéraire à partir d'une adresse saisie par l'internaute

5.18 METEO MARINE

Fonctionnalités attendues sur le site :

- Affichage des pictogrammes et des températures
- Affichage de la direction et de la force du vent
- Harmonisation du choix du widget avec la charte graphique
- Solution gratuite et fiable (avec temps réel et prévisions à J+3)

5.19 HORAIRES DES MAREES

Fonctionnalités attendues sur le site :

- Affichage sur la home page des marées du jour
- Calendrier des marées sur un an avec mise en exergue du jour

6 PRESTATIONS A ASSURER

6.1 PRESTATIONS A ASSURER PAR LES INTERVENANTS DU PROJET

Tout au long du projet, les missions du titulaire sont les suivantes :

- La rédaction du cahier de description des fonctionnalités de tous les modules module (choix fonctionnels et techniques) avant chaque développement
- La conception, le développement, l'intégration et la configuration des différentes composantes du site
- L'intégration des données touristiques stockées dans le SIT Tourinsoft
- Le suivi du projet jusqu'à la mise en ligne
- Le recettage du dispositif avant sa publication
- Le transfert de compétences (formation de l'administrateur et des contributeurs à l'outil de gestion des données et des contenus)
- La livraison de la documentation et des tutoriels nécessaires à l'utilisation des outils d'administration
- La production de l'arborescence
- L'intégration de 30 pages de contenu
- Le support et la maintenance
- La réalisation du plan de redirections
- Le transfert du site
- La configuration du certificat SSL sur le nom de domaine (HTTPS) et son renouvellement
- L'hébergement du dispositif
- La configuration des outils statistiques de fréquentation
- L'installation de la Google Search Console, Google Analytics et Matomo
- La garantie et le respect des règles juridiques liées à l'utilisation du site internet (RGPD, utilisation des cookies, accessibilité, mentions légales...)

En parallèle, L'OTCH réalise les prestations ci-dessous :

- Le recueil et la formalisation des besoins
- La définition des fonctionnalités attendues, décrites au présent cahier des charges
- L'organisation de la consultation
- La rédaction du rapport d'analyse des offres
- Le choix du candidat retenu
- La fourniture des éléments graphiques : charte graphique et iconographique
- La production des contenus
- La livraison des contenus (textes, visuels, photos, vidéos...)
- Le suivi de projet avec le candidat retenu
- La recette du dispositif avant sa mise en ligne et l'animation du dispositif après sa mise en ligne

6.2 GESTION DU PROJET

6.2.1 RELATION AVEC LE PRESTATAIRE

Les réunions de travail entre le titulaire et l'OTCH se tiendront avec le Comité Technique préalablement cité.

Elles se dérouleront dans les locaux de l'OTCH à Honfleur (14) ou en visioconférence en fonction du type de réunion.

Selon les points abordés, les membres concernés de l'équipe seront associés aux réunions de travail.

Il est demandé au candidat de présenter un mode d'organisation du projet pour lequel soient pris en compte :

- Des réunions de travail structurées et ciblées pour aboutir au document de spécifications générales et détaillées (l'organisation des réunions de travail devra être préparée et animée de façon efficace)
- Des étapes de validation clés en interne notamment pour les points suivants : charte graphique (page d'accueil, pages secondaires, exemples de liste d'offres et exemples de fiches détaillées selon établissement, agenda, hébergement), présentation du site en phase de pré-validation
- La fourniture d'une URL de pré-production permettant de suivre l'avancement du site.

Il est précisé que le comité de pilotage sera consulté à chaque étape clé de validation.

6.2.2 CONDUITE DU PROJET ET METHODOLOGIE

Le prestataire devra fournir une note de cadrage du projet et décrire le planning prévisionnel détaillé des différentes phases, les mécanismes de validation et de recette, les conditions de transfert de compétences et de formation ainsi que le coût de ces différentes interventions.

Le prestataire devra utiliser une méthode de gestion de projet efficace et adaptée.

Au sein de son équipe, un chef de projet nommé par le candidat sera l'interlocuteur unique auprès de l'OTCH. Un deuxième interlocuteur nommé par le candidat prendra le relais en cas d'absence du premier afin de maintenir le suivi du projet.

Le prestataire estimera dans son offre les ressources à mobiliser (temps passé) pour les collaborateurs de l'OTCH dans le suivi de projet et dans l'animation du dispositif.

6.2.3 LANCEMENT ET ORGANISATION

Le candidat proposera et fera valider suite à la notification, les éléments suivants :

- Le planning projet détaillé de la mise en œuvre
- L'organigramme projet détaillé, comprenant à minima les intervenants du titulaire
- Les spécifications détaillées, techniques et fonctionnelles

- Les conditions et les processus de livraison
- La formation
- La garantie et le traitement d'anomalies (et les délais afférents)

Le candidat animera les réunions de travail nécessaires à l'élaboration des spécifications générales et détaillées de la totalité du site web et assurera la rédaction des documents qui en découlent. Les ordres du jour seront proposés par le titulaire avant chaque réunion. Les comptes rendus devront être transmis dans un délai de 72 heures.

6.3 DEVELOPPEMENT, PARAMETRAGE, INTEGRATION

6.3.1 SPECIFICATIONS ET MISE EN ŒUVRE DE L'ARCHITECTURE TECHNIQUE

Le titulaire formalisera des spécifications techniques détaillées : dimensionnement et architecture technique matérielle, architecture technique logicielle cible, architecture des flux, et guide d'installation et d'exploitation de la solution. Il assurera l'implantation de l'architecture technique.

Il élaborera les spécifications fonctionnelles et organisationnelles : descriptif des fonctionnalités proposées, synopsis et scénarisation des écrans, scénarios de mise en œuvre de la solution, et approche pour la reprise optimale de l'existant.

6.3.2 CONFIGURATION ET PARAMETRAGE

Le titulaire assure la totalité des paramétrages et développements nécessaires à la mise en œuvre du site internet et l'intégration de la charte graphique.

Il assure la réalisation des tests de montée en charge permettant de valider le dimensionnement de l'architecture mise en œuvre, la présentation du rapport de test et la mise à jour des préconisations d'architecture si nécessaire.

Il assure les tests de VABF (Vérification d'Aptitude au Bon Fonctionnement) et les corrections le cas échéant ; il devra prouver la conformité du site au RGAA en matière d'accessibilité.

6.3.3 INTEGRATION D'UN FORFAIT DE 30 PAGES DE CONTENU

Le candidat chiffrera un forfait d'intégration de 30 pages éditoriales. **La reprise de ces contenus comprend texte et visuels** (à compresser et recadrer) **et l'ensemble des balises de référencement** (Title, Meta Description, h1, h2, ALT...).

Les contenus finalisés seront transmis par l'OTCH (nouveaux contenus et/ou reprise de contenus existants). Le restant des contenus seront intégrés par l'OTCH.

6.4 LIVRAISON, INSTALLATION ET RECETTE

Le candidat assure la fourniture de l'ensemble des licences éventuellement nécessaires à la mise en œuvre du site, l'installation des solutions sur l'infrastructure d'hébergement, l'intégralité des paramétrages nécessaires au bon fonctionnement, la production de la documentation et le transfert des compétences.

Pendant la réalisation du projet, le candidat retenu mettra à disposition une version du site sur une plateforme de test pour effectuer la recette fonctionnelle globale. Le projet devra faire l'objet d'une procédure de test et de recette dans son ensemble. Le titulaire, en collaboration avec l'équipe projet définit la procédure et met en place les moyens nécessaires.

Le candidat assure la mise en production du site et les correctifs nécessaires durant toute la période de VSR (Vérification du service régulier).

Une fois la recette globale du site prononcée, un PV de recette sera cosigné par le prestataire et le Maître d'ouvrage. Il fera suite à la vérification de l'ensemble des contenus et fonctionnalités du site Internet mis en parallèle avec le cahier des charges. Le prestataire prendra en charge le transfert de ces versions sur la plateforme d'exploitation pour permettre la mise en ligne du contenu.

En fin de projet, le prestataire devra fournir une note contenant les informations de gestion du site : codes d'accès, FTP et autres informations complémentaires (redirections DNS...).

6.5 FORMATION

Le prestataire assurera la formation de l'équipe en charge du site internet afin qu'elle soit en mesure de mettre en ligne l'ensemble du contenu et d'utiliser toutes les fonctionnalités décrites dans ce cahier des charges.

Le prestataire décrira les modalités de cette formation : contenu et durée. Cette formation peut s'effectuer sur place ou à distance.

Des supports de formation ou tutoriels en ligne devront être fournis pour chaque catégorie de formation nécessaire (administrateur, contributeur...). Ces supports devront être personnalisés.

À l'issue de cette formation, le prestataire apportera une assistance téléphonique à cette équipe, durant les heures ouvrables, pendant une période qu'il devra préciser dans son contrat de maintenance.

6.6 MAINTENANCES

6.6.1 MAINTENANCE CORRECTIVE

À l'issue de la recette, l'ensemble des développements et modules applicatifs du site feront l'objet d'un contrat de maintenance.

Le titulaire précisera dans son offre financière le montant de la maintenance annuelle et détaillera dans sa proposition les conditions d'application et la couverture de celle-ci.

Il est demandé au candidat l'application d'une période de garantie de 12 mois. La facturation de la maintenance corrective interviendra à compter de cette période. Les candidats détailleront dans leurs offres les différents coûts de maintenance ainsi que les tarifs d'intervention.

La maintenance corrective devra inclure au minimum :

- La fourniture et l'installation des correctifs, des extensions et des nouvelles versions des modules applicatifs composant le site
- L'accès à une assistance téléphonique pour la résolution de problèmes techniques et fonctionnels relatifs à l'exploitation courante des modules applicatifs composant le site : les horaires devront être précisés par le titulaire
- L'accès à une plateforme de dépôt de tickets permettant le suivi des résolutions de problème technique et fonctionnel

Les engagements devront être précisés sur les temps de réponse apportés aux différentes catégories de dysfonctionnement (temps de proposition de solution au niveau de l'assistance téléphonique, et temps de correction) :

- Le dysfonctionnement est bloquant (défaut grave bloquant tout ou partie du fonctionnement)
- Le dysfonctionnement est semi-bloquant (anomalie majeure : défaillance d'une fonction)
- Le dysfonctionnement n'est pas bloquant (défauts mineurs, non bloquants pour le système)

L'objectif minimal souhaité est une **résolution des dysfonctionnements bloquants dans un délai de 24 h maximum**, de 72 h pour les semi-bloquants et 4 jours calendaires pour les autres dysfonctionnements.

Chaque dysfonctionnement du site devra être porté à la connaissance de l'administrateur du site.

Dans tous les cas, le titulaire s'engage à fournir à l'OTCH un rapport détaillé sur les dysfonctionnements et les correctifs apportés dans les mêmes délais.

Durant toute la collaboration, le candidat fournira une **interface de suivi des anomalies** avec accès aux différents échanges (historique des questions et réponses).

L'identification de la nature de l'anomalie doit faire l'objet d'un échange de mail entre les administrateurs du site Internet et le chef de projet du titulaire. Il appartiendra aux administrateurs du site de formaliser la catégorie de dysfonctionnement (bloquant, semi-bloquant ou non bloquant).

6.6.2 MAINTENANCE EVOLUTIVE

Les demandes d'évolution sur les fonctionnalités mises en œuvre dans le cadre du site, ou de fonctionnalités complémentaires, feront l'objet d'un bon de commande de l'OTCH.

Les prestations à envisager pourront comprendre : l'analyse des spécifications détaillées, les développements, les tests et l'homologation, la mise en production.

Elles devront faire l'objet d'un besoin formalisé par l'OTCH, d'un devis par le titulaire dans un délai de 7 jours ouvrés, d'une validation du devis, passage de la commande et mise en œuvre par le titulaire.

6.7 CESSIONS DE DROITS, PROPRIETE INTELLECTUELLE

L'OTCH exige que le titulaire cède à titre exclusif l'ensemble des droits patrimoniaux relatifs à l'intégralité des développements et travaux, éléments de style (gabarits html, CSS...), éléments graphiques et textuels et images définis dans la présente consultation et réalisés par le titulaire.

Les droits ainsi cédés sont les suivants :

- les droits d'utilisation
- les droits de représentation par tous moyens et/ou procédés, connus ou inconnus au jour de la signature
- les droits d'adaptation, de traduction, d'évolution, d'arrangement et de suppression, sans que cette liste puisse être considérée comme exhaustive, de toute ou partie du visuel ou de ses développements réalisés
- et plus généralement toute prérogative d'ordre patrimonial de l'auteur cédant sur les créations. Cette cession emporte cession et communication des codes source, l'ensemble des codes exécutables et la documentation réalisée dans le cadre de la prestation.

6.8 HEBERGEMENT, NOMS DE DOMAINE ET ADRESSES EMAILS

6.8.1 HEBERGEMENT DU SITE

Une proposition chiffrée d'hébergement devra être effectuée sur la base d'une solution qui permette de répondre aux besoins de l'évolution du trafic du site, tout en apportant disponibilité, sécurité et réactivité.

Le prestataire garantira l'accessibilité des applicatifs 24/24h et 7/7j avec un taux de disponibilité supérieur à 99%. Un accès téléphonique et email au service client sera disponible pendant les heures de bureau (8h30 - 18h). Le candidat indiquera par ailleurs les délais maximums d'intervention et de mise en ligne du site internet.

L'hébergement proposé devra être optimisé pour favoriser les temps de réponse les plus bas pour les requêtes et les navigations sur le futur site. **L'OTCH privilégie une solution d'hébergement écologique (green hosting) et implantée en France (avec respect des principes issus du RGPD).**

L'offre détaillera les services proposés dans les éléments de :

- Sécurité
- Disponibilité (bande passante)
- Sauvegarde et archivage (double sauvegarde une fois par jour sur une durée d'un mois)

Afin de sécuriser la navigation sur le site et d'optimiser son positionnement dans les moteurs de recherche, le prestataire devra mettre en place le **protocole HTTPS**.

6.8.2 NOM DE DOMAINE ET ADRESSES EMAILS

Il est demandé au prestataire d'assurer le transfert et la redirection du nom de domaine www.ot-honfleur.fr vers le nouveau site hébergé sur ses propres serveurs (redirection DNS) et d'en assurer la gestion et le renouvellement chaque année. Le prestataire gèrera également l'achat des futurs noms de domaine.

Il n'est pas demandé au prestataire de gérer les adresses email de l'OTCH.

6.9 SAUVEGARDE

Le serveur effectuera une sauvegarde quotidienne des données. Le plan de sauvegarde sera proposé par le prestataire. Il permettra une Perte de Données Maximale Admissible de 24h. Les sauvegardes doivent être faites quotidiennement et respecter la règle de sauvegarde 3210 :

- 3 jeux de données (1 pour la production plus 2 jeux de sauvegarde)
- 2 supports distincts
- 1 support sur site extérieur au local d'hébergement de la solution proposée
- 0 erreur (le processus de sauvegarde/restauration doit être testé régulièrement)

Les sauvegardes doivent être réalisées à chaud (fichiers et bases de données) sans interruption de service.

6.10 SECURITE

Le titulaire sera garant du niveau de sécurité de ses développements et de la plateforme en général (faille de sécurité, accès à des pages d'administration).

L'OTCH pourra réaliser des audits de sécurité de la plateforme afin de valider le niveau de sécurité mis en œuvre. Ces audits pourront être réalisés par les équipes de l'OTCH ou par un tiers.

6.11 REFERENCEMENT

La conception du site internet doit permettre de **favoriser un référencement naturel optimal** (tags, balises, mots-clés...). Le prestataire précisera dans quelle mesure la solution de gestion de contenus proposée permet l'optimisation du référencement.

Sont à prévoir au minimum :

- Un fichier robots.txt permettant de fournir aux moteurs de recherche les directives de crawl
- L'optimisation des en-têtes
- L'optimisation des balises meta
- La réécriture des urls vers des urls explicites et non pas codées, avec personnalisation manuelle permettant d'améliorer le référencement. Chaque page comportera une balise canonique faisant référence à son URL réécrite. Il sera également possible de personnaliser l'URL canonique via un champ spécifique en back-office.
- La structuration du code la page en Hn (h1, h2 et h3)
- La gestion du multilinguisme : soit via la mise en place de balises HTML de type « hreflang » <link rel="alternate" hreflang="lang_code"...> sur l'ensemble des pages du site, soit via les en-têtes http ou soit au sein du sitemap.xml
- Les micro-datas (intégration des balises sémantiques selon le protocole "Schema.org")
- La mise en place d'un Sitemap. Ce fichier sitemap respectera le protocole sitemap standard décrit ici : <http://www.sitemaps.org/>. Il sera possible de choisir quelles pages figureront et quelles pages ne figureront pas dans ce sitemap.xml.
- La génération automatique du plan du site
- La déclaration du site aux principaux moteurs de recherche et annuaires

Le site internet n'utilisera pas de technologies bloquantes (de type Flash, Ajax, liens dans javascripts) qui bloqueraient ou gêneraient le passage des crawlers sur certaines pages.

6.12 PLAN DE REDIRECTIONS

Le prestataire assurera la mise en place du plan de redirections des anciennes URL vers les nouvelles afin de conserver le référencement actuel.

Il veillera à respecter ce protocole :

- Récupération de toutes les URLs actuelles du site internet actuel
- Réalisation du mappage (page par page) avec le nouveau site internet

L'OTCH attire l'attention du prestataire sur la nécessité de mettre en place l'ensemble des procédures permettant de maintenir et d'augmenter le trafic sur le nouveau site internet.

6.13 STATISTIQUES DE FREQUENTATION

Le site internet dispose déjà d'un compte Google Analytics. **Le prestataire devra proposer une procédure d'intégration du compte Google Analytics** dans le respect de la continuité de l'analyse statistique du trafic (code UA fourni par l'OTCH).

Le prestataire devra également configurer la solution de suivi des statistiques Matomo.

Le candidat proposera l'installation de la solution Matomo directement sur le serveur de production hébergeant le site internet (mode auto-hébergé), solution conforme aux recommandations de la CNIL.

6.14 RGPD

Le titulaire s'assurera également que le site soit bien en conformité avec la législation en vigueur en matière de protection des données personnelles, notamment avec l'application des règles issues du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) et obligatoires depuis le 25 mai 2018.

Pour rappel, le RGPD oblige à obtenir le consentement des utilisateurs lors de la collecte et du traitement des données personnelles. Les données concernées sont :

- Nom / prénom
- Adresse email / Numéro de téléphone
- Adresse postale
- Adresse IP / données GPS (données de localisation)
- Cookies
- Numéro d'identification ou identifiants
- Les données sensibles : informations relatives à l'identité physique, psychique, génétique ou économique

A noter que la demande de consentement peut se faire de manière globale ou segmentée. Une page de demande de consentement globale permet de regrouper les cookies et la collecte de données. Dans tous les cas, le consentement doit être obtenu par des formulaires clairs et explicites, dotés de boutons d'action sans ambiguïté (« Accepter » et « Refuser »).

Le candidat respectera les points suivants :

- **Sécurité du site** : installer un certificat SSL, sécuriser le stockage des données récoltées sur le site et contrôler l'accès à ces données
- **Analytics** : fixer la durée de stockage, informer les internautes de l'utilisation d'un compte Google Analytics et permettre aux utilisateurs le refus d'être tracké
- **Formulaires** : identifier les champs obligatoires, proposer aux internautes le consentement (case à cocher) et y conserver les preuves de ces consentements
- **Cookies** : fixer la durée de conservation des cookies à 13 mois, ajouter un bouton de refus dans le bandeau cookies (au démarrage du site) et y intégrer un lien vers la gestion du consentement
- **Politique de confidentialité** : proposer sur le site la politique de confidentialité et intégrer le lien sur toutes les pages du site (lister le traitement des données et de leurs objectifs)

L'OTCH attire l'attention du titulaire sur le fait que l'ensemble des développements et des fonctionnalités proposés sur le site internet doit être en totale conformité avec ces règles issues du RGPD.

7 CONTENU DES OFFRES

7.1 CALENDRIER

Le candidat respectera le calendrier suivant établi par l'OTCH :

- Date limite de remise des offres : **9 décembre 2022 à 12h**
- Audition en visio-conférence des 2 candidats arrivés en short list : **19 décembre 2022 (après-midi)**
- Choix du prestataire : **début janvier 2023**
- Première réunion de lancement projet : **janvier 2023**
- Mise en ligne du site internet : **septembre 2023**

7.2 BUDGET

La valeur totale de la prestation ne devra pas dépasser le montant de 50 000 € TTC. Ne sont pas intégrés à ce budget le coût des 2 tranches optionnelles et les coûts de fonctionnement annuel (hébergement et maintenance sur 3 ans).

En cas d'ajout de prestations par le prestataire devant entraîner un supplément de facturation, ce dernier sera notifié dans le cadre d'un avenant.

Aucun surcoût ne sera accepté en dehors de ce cadre.

7.3 PRESENTATION DES OFFRES

Il est attendu du candidat la remise des documents suivants :

7.3.1 UN MEMOIRE TECHNIQUE COMPORTANT LES ELEMENTS SUIVANTS

- **La description de la structure**
- **Le descriptif des choix techniques et de l'outil CMS**
- **Le descriptif des propositions relatives à l'hébergement, la maintenance et la formation**
- **La méthodologie projet (avec identification du Chef de Projet)**
- **Le rétroplanning envisagé**
- **La maquette graphique de la page d'accueil.** Le kit graphique est disponible à partir du lien suivant : <https://drive.google.com/drive/folders/1GNvfN4jEsuRoOme-A6PG2toi-htbd-e2?usp=sharing>

7.3.2 LES REFERENCES E-TOURISME

Le candidat présentera ses **dernières références dans le secteur du tourisme** (depuis moins de 2 ans). **Il devra justifier impérativement d'une expérience forte dans la réalisation de sites internet de destinations touristiques et d'un savoir-faire dans l'exploitation des syndicats Tourinsoft.**

7.3.3 UNE PROPOSITION FINANCIERE

La proposition financière comportera les coûts détaillés suivants (en euros HT et TTC) :

Tranche ferme :

- Conception, hébergement et maintenance (préventive, corrective et évolutive) du nouveau site internet www.ot-honfleur.fr

2 tranches optionnelles :

- Tranche optionnelle 1 : carnet de séjour
- Tranche optionnelle 2 : newsletter

7.4 MODALITE DE REMISE DES OFFRES

Les offres devront être remises au format numérique à partir de la plate-forme sécurisée utilisée pour la publication du marché. Aucune offre papier ne sera acceptée.

7.5 JUGEMENT DES CANDIDATURES ET DES OFFRES

L'offre économiquement la plus avantageuse est appréciée en fonction des critères énoncés ci-dessous avec leur pondération :

- **Prix : 30 %**
- **Valeur technique : 70 %**

Prix : 30 points

Pour le critère Prix, la méthode de notation retenue est la suivante :

- le prix des prestations sera jugé sur la base de l'offre financière établie par le candidat
- l'offre financière la plus basse obtient la note maximale de 30
- la note attribuée aux autres candidats est calculée comme suit (Montant de l'offre financière la plus basse / Montant de l'offre financière du candidat) x 30.

Le montant de l'offre financière pris en compte dans l'analyse, comprend le montant de l'investissement et le montant du fonctionnement (maintenance et hébergement) d'une durée de 36 mois.

Valeur technique : 70 points

Pour le critère Valeur technique, la méthode de notation retenue est la suivante :

- **Réponse aux exigences techniques et capacité d'innovation, maintenance et hébergement : 30 points**
- **Compréhension des enjeux du projet, approche marketing, qualité de la réponse : 20 points**
- **Méthodologie, équipe dédiée, expériences sur des projets similaires et qualité des références e-tourisme : 20 points**

Les 2 candidats ayant obtenu les meilleures notes seront auditionnés en visioconférence par l'OTCH à la date prévue au calendrier (date non modifiable) en présence du chef de projet.

La notation finale pourra être revisitée à l'issue des auditions.

7.6 RENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES ET CONTACT

Pour obtenir des renseignements complémentaires, les candidats devront passer par la plate-forme sécurisée pour la publication du marché. Les questions se feront exclusivement sous cette forme, aucune réponse ne sera apportée par téléphone.

7.7 VALIDATION DU CAHIER DES CHARGES

Le prestataire s'engage à réaliser l'ensemble des prestations exprimées dans ce cahier des charges, sans aucune réserve.

Date et nom du signataire :

Signature et cachet de l'entreprise :

Qualité :

précédé de la mention « Bon pour acceptation »