

Consultation pour la refonte complète des dispositifs web de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme

Cahier des charges

Saint-Nazaire Agglomération Tourisme

SPL au capital de 250 000€

3 Bd de la Légion d'Honneur - BP 173

44613 SAINT-NAZAIRE

www.saint-nazaire-tourisme.com

www.leportdetouslesvoyages.com

Juillet 2018

Sommaire synthétique

| | |
|--|--------------|
| 1) Contexte | p. 3 |
| ➤ Mission 1 : Office de tourisme | p. 3 |
| ➤ Mission 2 : activité visites | p. 3 |
| ➤ Mission 3 : Patrimoine | p. 5 |
| ➤ Refonte de l'univers de communication | p. 5 |
| | |
| 2) Les dispositifs existants | p. 5 |
| | |
| 3) L'objet de la commande, descriptif des besoins | p. 6 |
| ➤ Dans la forme et l'organisation fonctionnelle | p. 6 |
| ➤ Du point de vue des contenus | p. 8 |
| | |
| 4) Les prestations attendues et les livrables | p. 9 |
| ➤ En termes de prestations | p. 9 |
| ➤ En termes de livrables | p. 10 |
| | |
| 5) Le planning de la consultation | p. 10 |
| | |
| 6) Le cadre pratique de la consultation | p. 11 |

Saint-Nazaire Agglomération Tourisme (SNAT) lance une consultation pour la refonte complète de ses dispositifs web composés aujourd'hui de 2 sites www.saint-nazaire-tourisme.com et www.leportdetouslesvoayges.com auxquels s'ajoutent des réseaux sociaux et un environnement logiciels. SNAT a pour objectif de se doter d'un seul site web entièrement repensé, moderne, ergonomique, attractif et intégrant les tous derniers standards technologiques. Il devra également répondre le mieux possible aux attentes des internautes (clients et usagers), quelle que soit la raison de leur connexion. Le site devra pouvoir intégrer aisément les évolutions ergonomiques et technologiques à venir.

1. Le contexte

Saint-Nazaire Agglomération Tourisme (SNAT) est une Société publique locale (au capital de 250 000 euros) qui a reçu par délégation de service public de la CARENE (Agglomération de Saint-Nazaire) et la ville de Saint-Nazaire, une triple mission :

1.1 – Mission 1 : gestion et développement de l'Office de Tourisme intercommunal de la CARENE afin d'assurer la promotion du territoire touristique

La SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a pour mission d'assurer la promotion touristique de son territoire, non plus seulement à l'échelle de la ville mais à l'échelle de l'agglomération. SNAT dispose de 2 lieux dédiés : un office de tourisme principal situé à Saint-Nazaire et un bureau d'information touristique situé à Saint-André-des-Eaux.

Si Saint-Nazaire constitue le principal point d'attractivité de l'agglomération, d'autres points d'intérêt font désormais partie du territoire à promouvoir et notamment la Brière dont la partie Est fait partie du territoire de la CARENE. La commune de Saint-André-des-Eaux, située en Brière, propose un Bureau d'information touristique dont SNAT a la gestion. La Brière constitue un véritable atout car elle complète l'offre touristique de la seule ville de Saint-Nazaire construite essentiellement autour de sa dimension urbaine, maritime, industrielle et autour de son offre de visites.

>> Un site web : www.saint-nazaire-tourisme.com

1.2 – Mission 2 : l'exploitation des équipements touristiques et des visites

Saint-Nazaire Agglomération Tourisme propose une offre de visites riche et diversifiée : 3 équipements de visite, des visites d'entreprises industrielles, des visites de ville, des croisières découvertes, des découvertes nature. Cette offre de visites est regroupée sous la marque « Le Port de tous les Voyages ». Cette marque est actuellement remise en question dans le cadre d'un gros travail en cours portant sur la refonte des univers de communication de SNAT.

Précisons que cette activité de visites revêt une importance toute particulière puisque c'est celle qui constitue l'essentiel de la fréquentation de Saint-Nazaire en termes d'activités payantes et par conséquent, génère plus de 60% du chiffre d'affaires de SNAT.

L'offre de visites :

- **Escal'Atlantic (75 000 visiteurs) :**
 - un centre d'interprétation de 3500 m² dédié à l'histoire et l'aventure des paquebots de ligne. Parcours immersif associant notamment objets de collection, évocation d'espaces des paquebots et outils multimédias. Le parcours actuellement présenté a été inauguré en 2013 et a fait suite à une première version mise en place en 2000.
 - Escal'Atlantic se situe dans la **base sous-marine** de Saint-Nazaire, bâtiment historique majeur construit pendant la Seconde Guerre mondiale. Cette base sous-marine gérée par la municipalité est un lieu de vie en plein cœur de ville rassemblant différentes activités et lieux culturels.
- **Le sous-marin Espadon (85 000 visiteurs) :** ancien bâtiment de la Marine nationale, seul sous-marin à flot visitable en France.
- **L'Écomusée (40 000 visiteurs) :** Musée de France proposant objets de collection, films et photos d'archives pour découvrir l'histoire et les mutations de Saint-Nazaire, de ses industries et de son port.
- **Les visites guidées d'entreprises industrielles :**
 - Les chantiers navals de Saint-Nazaire (45 000 visiteurs)
 - L'entreprise Airbus (25 000 visiteurs)
 - Le Grand Port Maritime de Nantes/Saint-Nazaire (1 500 visiteurs)
- **Les croisières découvertes** de 2 heures proposées de juin à septembre (5 000 visiteurs) :
 - « Saint-Nazaire sur mer » : une découverte de la ville depuis l'estuaire à travers sa double facette : sa dimension balnéaire et ses installations portuaires. Un passage sous le pont de Saint-Nazaire complète le parcours.
 - « La Côte d'Amour » : découverte de toute la côte entre Saint-Nazaire et la baie de la Baule.
 - « La route des phares », croisière nocturne.
- **Des visites guidées** de la ville, de la base sous-marine et du Tumulus de Dissignac (5 000 visiteurs).
- **Des visites « nature » :** sur le littoral de Saint-Nazaire et en Brière.
- **Et à partir de février 2019,** un nouvel équipement touristique ouvrira ses portes au sein de l'écluse fortifiée de Saint-Nazaire qui héberge également le sous-marin l'Espadon : le Centre éolien. Ce centre d'interprétation sera le premier espace de découverte en France dédié aux thématiques de l'éolien en mer.

>> Un site web : www.leportdetouslesvoyages.com

Ce site web permet d'accéder à la billetterie en ligne.

1.3 – Mission 3 : la connaissance, la conservation et la mise en valeur du patrimoine de la Ville de Saint-Nazaire

SNAT s'est vu confier plusieurs missions par la Ville de Saint-Nazaire en termes de conservation des collections et de valorisation des patrimoines de la ville.

Dans ce cadre, SNAT propose tous les ans un programme d'actions culturelles et éducatives appelé « **Agenda Patrimoine** ». Ce programme annuel s'articule autour de différentes propositions : conférences, ateliers, visites, événements... SNAT en assure la conception, la communication, la commercialisation et l'organisation logistique. L'Agenda Patrimoine développe une programmation de manière différenciée suivant la saisonnalité dans les sites Escal'Atlantic, Écomusée et sur le territoire urbain, et au sous-marin Espadon en 2018.

La gestion de l'Ecomusée de Saint-Nazaire s'intègre également à cette mission patrimoniale.

>> A venir pour fin 2018 : un site web sur les collections patrimoniales de l'Ecomusée dont un portail d'accès aux collections et fonds patrimoniaux.

1.4 - Refonte complet de l'univers de communication de SNAT

Élément de contexte important : SNAT se fait actuellement accompagner sur une mission de repositionnement de son offre touristique et patrimoniale (nouvelle architecture de marques) et sur la refonte de son univers de communication (environnement visuel, narration, wording...). L'agence devra nécessairement intégrer ce travail dans la co-construction de l'arborescence (voir page 8) et notamment dans l'articulation graphique du site web.

2. Les dispositifs digitaux et numériques existants

- www.saint-nazaire-tourisme.com
Un site internet « ancien » qui a pour vocation d'assurer la promotion touristique de la ville (hors offre de visites). Ce site a été développé sous Drupal en 2011.
- www.leportdetouslesvoyages.com
Un site internet dédié à l'offre de visites lancé en février 2017, et permettant l'achat en ligne de billets pour les différentes visites décrites ci-dessus. Ce site a été développé sous Wordpress.
- **Concernant les réseaux sociaux**
 - Un compte facebook - FB @SaintNazaireTourisme – 11 000 abonnés
 - Un compte instagram - @saintnazairetourisme - 1 200 abonnés
 - Un compte twitter - @VisitStNazaire - 1 200 abonnés

L'ensemble de ces comptes sont adossés à la destination touristique « ville » mais pas à l'offre de visites « Le Port de tous les Voyages » ni à la valorisation du patrimoine de la ville de Saint-Nazaire.

- **Secutix** : le système d'information pour la billetterie et la GRC.
- **Tourinsoft** : SIT (système d'information touristique) pour l'activité Office de tourisme.

3. L'objet de la commande, descriptif des besoins

Comme décrit ci-dessus, Saint-Nazaire Agglomération Tourisme dispose d'un environnement web protéiforme qu'il convient de refondre afin de disposer d'un outil performant, moderne, ergonomique et attractif. Les deux sites cesseront d'exister. Le prestataire devra donc prendre en compte le référencement des sites actuels et devra prévoir la mise en place d'un système de redirection efficace depuis les anciens sites vers le nouveau site.

Le futur site web devra répondre aux besoins et exigences suivants :

Rappel préalable (qui n'a pas vocation à donner lieu à une arborescence) :

Le nouveau site web doit permettre à SNAT de remplir sa triple mission reçue dans le cadre de sa DSP :

- Présenter et promouvoir le territoire Saint-Nazaire-Brière.
- Présenter, promouvoir et commercialiser toute l'offre de visites.
- Présenter et promouvoir la programmation culturelle et patrimoniale.

3.1 - Dans la forme et l'organisation fonctionnelle

- **Intégrer les tous derniers standards en termes d'ergonomie et de design :**
 - Pour permettre une expérience de navigation la plus fluide possible.
 - Pour un accès simplifié à l'information quel que soit le *device* – *Responsive design* - *mobile friendly*
 - Pour optimiser au maximum la conversion (= acte d'achat).
 - Pour permettre une parfaite accessibilité du site à tous les publics, en tenant compte de la réglementation la plus récente relative aux handicaps (art. 47 de la loi du 11 février 2005).
- **Intégrer des fonctionnalités pertinentes et à la pointe au regard des objectifs visés :**
 - Pour un accès à l'information facile et rapide = **service clients**
 - Pour optimiser le passage à l'acte d'achat = **business**
 - Pour favoriser la récupération de data = **GRC**

Pour répondre à ce triple enjeu, les principales fonctionnalités demandées :

- Accès à une cartographie interactive/calcul d'itinéraire.
- Un module de livechat permettant d'échanger avec les équipes de vente et réservation.
- Une médiathèque permettant d'accéder aux ressources photos et vidéos. Les modalités devront être précisées à partir des recommandations de l'agence.
- Intégration d'un agenda de tous les RDV touristiques de l'Agglomération, qui s'alimente automatiquement et en temps réel (interfaçage avec Tourinsoft et Infos locales, voir plus loin).
- Un module « actualités ». L'agence devra étudier la possibilité d'envoi de messages sur smartphone pour « pousser » de l'information.
- Intégration des avis utilisateurs de façon qualifiée et pertinente en fonction des contenus.
- Formulaire d'inscription à la newsletter.
- Formulaire de pré-demande pour une prestation de type « tourisme d'affaires ».
- Intégration d'un bouton « Mon compte » permettant de se connecter directement au compte client Secutix.
- Intégration d'un bouton permettant aux partenaires de SNAT revendeurs de sa billetterie de se connecter directement à l'interface web de billetterie en ligne qui leur est dédiée.
- Formulaire contact.

- Une « plateforme » permettant des échanges facilités avec nos partenaires et le partage de documents, de fichiers.
- Création de versions anglaise et allemande d'accès facile, ces deux versions pouvant être des versions « allégées », intégrant des contenus les plus pertinents et les plus adaptés pour ces clientèles.
- Téléchargement des traces GPX pour les utilisateurs utilisant les itinérances douces.
- Une bonne intégration des éléments de *picture marketing*, photos et vidéos.

Nous laissons au candidat la possibilité de proposer des fonctionnalités qui lui paraissent opportunes. Il pourra les détailler dans sa réponse. Si le candidat identifie des fonctionnalités susceptibles d'impacter lourdement le budget, il importe d'isoler ce coût. En fonction de l'enveloppe globale, l'option sera retenue ou reportée.

- **Permettre un accès facile, rapide à la billetterie en ligne <https://billetterie.saintnazaire.ptlv.fr/>**
L'agence devra particulièrement travailler l'intégration des « call-to-action » qui soit de nature à produire un taux de conversion élevé. Cette dimension marchande est actuellement assurée par le site www.leportdetouslesvoyages.com.
- **S'adresser à une double cible :**
 - Les individuels, le grand public (cible principale)
 - Les professionnels : enseignants, professionnels du tourisme, partenaires, tourisme d'affaires, presse... L'arborescence devra donc prendre en compte le besoin de s'adresser à ces cibles spécifiques à qui nous devons adresser des contenus spécifiques.
- **S'adresser aux clientèles étrangères :** un site multilingue, français, anglais, allemand.
- **Permettre l'interfaçage avec notre environnement logiciel et applicatif :**
 - Secutix : la billetterie en ligne et outil de GRC
 - Tourinsoft : SIT dédié à l'activité Office de Tourisme (= promotion touristique du territoire de Saint-Nazaire). Le prestataire Tourinsoft fournira les flux XML pour l'alimentation en données.
 - Réseaux sociaux, actuels et futurs.
 - A étudier : l'interfaçage avec « Infos locales » : il s'agit d'une plateforme web regroupant tous les rendez-vous touristiques et culturels du territoire et alimentée par différents acteurs locaux.
- **Développer le site avec un CMS propice à une administration du site simple et intuitive par le personnel interne.**
Il est demandé au prestataire de fournir les moyens pour une administration complète du site : toutes les pages pourront être mises à jour par SNAT (titres, textes et images) et de nouvelles pages créées. Il devra aussi être nécessaire de pouvoir modifier la configuration de certaines pages pour des besoins spécifiques, intervenir dans le code-source des pages, renommer des URL, avoir accès aux méta-tags.
SNAT devra être en mesure de créer elle-même les profils et comptes utilisateurs.
Cette autonomie de gestion est l'un des éléments déterminant dans le choix du prestataire.
Une formation du personnel de SNAT devra être prévue. En appui de cette formation, le prestataire devra fournir en langue française : tutoriels, manuel complet des fonctionnalités, guide technique.
- **Permettre un suivi statistique optimal grâce à un outil *analytics* parfaitement paramétré et taggé.**
- **Intégrer le nouvel univers graphique et visuel en cours de définition.**

3.2 - Du point de vue des contenus

>> Concernant l'élaboration de l'arborescence :

Nous faisons le choix de ne pas concevoir d'arborescence à priori. Nous préférons la co-construire avec l'agence qui sera retenue afin de profiter de son expertise et de ses recommandations en termes techniques et de web design. SNAT apportera pour sa part son expertise sur les contenus. Le site web devra traduire les expériences à vivre sur le territoire à travers le *storytelling* produit par SNAT.

Nous listons ci-dessous l'ensemble des éléments qui permettront d'élaborer la meilleure arborescence possible :

- Nous rappelons que l'arborescence devra permettre d'assurer la promotion du territoire touristique correspondant au champ d'intervention de SNAT (= site actuel www.saint-nazaire-tourisme.com) et de promouvoir et commercialiser l'ensemble de l'offre de visites (=site actuel www.leportdetouslesvoyages.com).
- **L'arborescence et l'articulation des contenus devront également permettre au site de devenir un outil incontournable :**
 - Avant le séjour ou la visite : accès à l'information, préparation, réservation des visites, inscription à la newsletter...
 - Pendant le séjour : accès aux infos pratiques, réservation des visites...
 - Après le séjour ou la visite : inscription à la newsletter, avis/retour d'expérience visiteur
- **Les contenus sont fournis par SNAT, textes et visuels, et restent propriété de SNAT qui devient également propriétaire des créations publiées sur le site.**

Les contenus suivants sont indicatifs et non exhaustifs. Ils devront apparaître dans le site mais, selon les préconisations de l'agence, ne feront pas obligatoirement l'objet de rubriques distinctes. Ils devront s'intégrer à l'arborescence définie, selon une hiérarchisation définie par SNAT.

- A découvrir à Saint-Nazaire et en Brière : le port, la ville, le littoral, les plages, la nature, l'art et l'architecture...
- A découvrir aux alentours, au-delà du territoire de Saint-Nazaire
- Les activités : en famille, le shopping, les sorties culturelles...
- Les hébergements (hôtels, campings, résidences...) avec remontée intelligente des avis clients
- Les restaurants avec remontée intelligente des avis clients
- L'agenda des évènements avec possibilité de hiérarchisation entre un grand évènement et un évènement de moins grand intérêt et par aire géographique : Saint-Nazaire, Brière... par interface adaptée avec les SIT existants
- Les prestataires et services touristiques
- les infos pratiques, les accès...
- Toute l'offre de visites avec les avis clients pour les individuels et les groupes
- L'Agenda Patrimoine
- L'offre pour les groupes : loisirs et affaires
- Météo, marée
- Médiathèque ouverte à tous. Modalités d'accès à définir
- Téléchargement de brochures, documents, flyers...
- Etablir des ponts avec le futur site internet patrimoine – *Projet en cours*

Les contenus seront de natures différentes :

- Textes
 - Photos, vidéos, GIFs
 - Listes (annuaires) générées par les SIT Tourinsoft et Ingénierie
 - Avis clients
- **D'une façon globale, le site web devra optimiser le référencement naturel dans sa construction (= SEO) :**
 - A travers la construction de toutes les pages (landing pages)
 - A travers les choix sémantiques, la narration : l'agence devra formuler les recommandations utiles.

4. Les prestations attendues et les livrables

4.1 - En termes de prestations, l'agence s'engage à :

- **Formuler les meilleures recommandations pour la conception du site en termes de :**
 - Ergonomie de navigation
 - Design
 - Arborescence
 - Fonctionnalités
 - Articulation des contenus et prise en compte du *storytelling*
 - Prise en compte du webmarketing (call pour action)
 - Stratégie SEO en intégrant les contenus fournis par SNAT et en les optimisant pour le référencement naturel
 - Choix du CMS (de préférence un logiciel libre)
 - Accessibilité
 - Respect de la charte graphique
 - Gabarits de mise en page
 - Développement technique
 - Maintenance
 - Vitesse de chargement
 - Futurs développements, par exemple intégration d'un blog
 - Site en version sécurisé « https »
 - Compatibilité avec les navigateurs présents sur le marché et meilleure compatibilité possible avec les versions anciennes des navigateurs
- **Concernant le design et les aspects graphiques :** l'agence devra proposer un design moderne et le plus adapté aux derniers standards technologiques pour répondre aux objectifs de SNAT décrits ci-dessus. Pour les aspects graphiques, l'agence devra respecter la charte graphique en cours d'élaboration.
- **Développement du site :** il est demandé à l'agence de créer un site facilement accessible depuis n'importe quel terminal, *responsive design - mobile friendly*, fixe ou mobile (ordinateur personnel, tablette numérique, Smartphone...). Le but est que le « touriste » navigue toujours sur le même site, quel que soit le support utilisé. Le site devra s'adapter d'une part à ses besoins (préparer son séjour ou avoir de l'information pendant son séjour, réserver une visite, laisser un commentaire, télécharger un document...) et d'autre part à l'appareil qu'il utilise.

- **Hébergement** : SNAT fourni l'hébergement sur un serveur mutualisé OVH type Pro ou Performance si nécessaire. Le candidat indiquera si cela lui paraît adapté et suffisant.
- **Dépôt du nom de domaine et adresses e-mail** : les noms de domaines seront achetés par SNAT qui en gère l'administration et les renouvellements.
- **SAV** : le candidat devra distinguer et préciser 2 approches :
 - Le SAV et la maintenance liés à la livraison du site et à son bon fonctionnement. Durée à préciser par le prestataire. Prestation incluse dans le budget de la mission.
 - Contrat de maintenance et accompagnement technique et technologique sur le plus long terme. Ce contrat de maintenance doit inclure les mises à jour de sécurité, et garantit son lien avec SNAT. Le candidat indiquera ses temps d'interventions en toutes périodes, ainsi que sa grille de tarifs d'intervention.
 - Pour ces 2 engagements, le prestataire devra proposer une maintenance préventive et corrective avec une garantie de temps d'intervention et de résolution.

4.2 - En termes de livrables, l'agence s'engage à fournir :

En termes de livrables, l'agence s'engage à fournir pour le bon accomplissement de la mission, les pièces suivantes :

- Planning de réalisation avec le détail des étapes (dont livraison de maquettes tests), validations et engagement sur la date de mise en ligne. (En amont du démarrage de la mission).
- Arborescence détaillée du site dans le cadre de la co-construction de celle-ci
- Documents décrivant le site, son fonctionnement et son hébergement, guide d'utilisation
- Nom du CMS, version utilisée et version du code utilisé
- Versions des navigateurs compatibles,
- Preuves des déclarations : SNAT procédera à la déclaration CNIL si nécessaire. Le candidat pour sa part fournira les documents utiles.
- Le candidat s'engage à respecter scrupuleusement la nouvelle réglementation RGPD et dans ce cadre, fournira un mémoire technique clair.
- Identifiants et mots de passe pour accéder au serveur.
- Devis incluant toutes les prestations nécessaires au développement du site

Les éléments cités ci-dessus s'ajoutent à la livraison même du site dans les délais impartis.

5. Le planning de la consultation

- Réception des dossiers : **le 17 septembre 2018 à minuit**
- Audition des agences retenues: **lundi 24 septembre après-midi et mardi 25 septembre après-midi**
- Notification du candidat retenu : **le 28 septembre 2018**
- Réunion de lancement : **semaine 40**
- Livraison du site : **janvier 2019**

L'agence devra participer à plusieurs réunions de travail (nombre à définir) sur site pendant toute la durée du projet.

6. Le cadre pratique de la consultation

- **La proposition doit être adressée** à glizea@saint-nazaire-tourisme.com et à appels.offres@saint-nazaire-tourisme.com avant le **17 septembre minuit** en respectant le présent cahier des charges.
- **Le dossier contiendra :**
 - Une présentation de l'agence et de l'équipe mobilisée, les références les plus pertinentes au regard du secteur d'activité de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme
 - La description de la méthodologie d'intervention
 - La description des prestations
 - Le planning de l'intervention en précisant les étapes et les délais
 - Le budget de la mission
 - Le KBIS de l'agence

Pour tous renseignements et précisions (hors période 10 août – 26 août inclus) :

Arnaud Glize, coordinateur communication/marketing
glizea@saint-nazaire-tourisme.com - 06 72 76 85 01

- **Budget : 20 000€ HT maximum TOUT COMPRIS**

- **Propriétés et droits**

SNAT acquiert la propriété de l'ensemble des textes, images, graphisme, icônes et tout autre contenu pour le site. Une partie sera déjà sa propriété (contenus fournis).

- **Critères de notation des propositions :**

Offre économiquement la plus avantageuse évaluée selon la pondération suivante :

- **40 %** : prix des prestations
 - **50%** : qualité technique de la proposition d'après la note méthodologique et le descriptif des prestations. **SNAT attend du prestataire une proposition personnalisée démontrant la bonne compréhension de ses réalités et enjeux.**
 - **10 %** : planning d'intervention
- **SNAT se réserve le droit de négocier avec les trois offres ayant obtenu le plus grand nombre de points.**