

CAHIER DES CHARGES

Objet de la consultation :

Refonte du site www.tourisme-thierache.fr



Date et heure limites de remise des offres :

17 Mars 2026 à 18h

Maître d'ouvrage :

Office de tourisme du Pays de Thiérache

7 avenue du Préau 02140 VERVINS

Renseignements techniques :

Office de tourisme du Pays de Thiérache

Caroline DUPUY : c.dupuy@tourisme-thierache.fr - 03 23 91 30 10

Lucile DEVIN : l.devin@tourisme-thierache.fr - 03 23 91 30 10

SOMMAIRE

Article 1 OBJET	05
1.1 Objet	05
1.2 La destination	05
1.3 Etat des lieux de l'existant	06
1.4 L'offre touristique	07
1.5 Les cibles	07
1.6 Objectifs stratégiques et fonctionnels	08
1.7 Prestations et résultats attendus	10
1.8 L'équipe projet	10
 Article 2 CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES	 11
2.1 Le gestionnaire de contenus (CMS)	11
2.2 Gestion des utilisateurs	11
2.3 Exploitation des données Tourinsoft	12
2.4 Multilingue et traductions	13
2.5 Gestion de la saisonnalité	14
 Article 3 FONCTIONNALITÉS DU SITE	 14
3.1 Gestion de la page d'accueil	14
3.2 Les objets liés	15
3.3 Cartographie interactive	15
3.4 Circuits et tracés KML	15
3.5 Les recherches par critères	16
3.6 Les périmètres géographiques	16
3.7 Événements et gestion de l'affichage	16
3.8 Formulaire de contacts	16
3.9 Téléchargement de brochures	17
3.10 Moteur de recherche	17
3.11 Fil d'Ariane	17
3.12 Photo	17
3.13 Développements complémentaires	17
3.14 Autres fonctionnalités possibles à décrire	17
 Article 4 OUTILS E-MARKETING ET MESURE D'AUDIENCE	 18
4.1 Intégration des réseaux sociaux	18
4.2 Outil de mesure d'audience	19
 Article 5 ARBORESCENCE, ERGONOMIE ET DESIGN	 19
5.1 Arborescence	19
5.2 Charte graphique et inspirations	19
5.3 Zonage	20
5.4 Maquettes graphiques	20

5.5	Responsive design	20
5.6	Ergonomie et accessibilité	20
Article 6 INTÉGRATION ET FOURNITURE DES CONTENUS		21
6.1	Les objets dans Tourinsoft	21
6.2	Intégration des contenus	22
6.3	Fourniture des contenus numériques	22
Article 7 OPTIMISATION POUR LE RÉFÉRENCEMENT		22
7.1	Temps de chargement	22
7.2	Optimisations	22
Article 8 HÉBERGEMENT ET MAINTENANCE		23
8.1	Hébergement	23
8.2	Nom de domaine	24
8.3	Contrat de maintenance et garantie	24
8.4	Maintenance évolutive	25
8.5	Performance, disponibilité et montée en charge	25
Article 9 SÉCURITÉ, INTÉGRITÉ ET PROTECTION DU SITE		26
9.1	Principes généraux de sécurité	25
9.2	Sécurisation du CMS et du back-office	26
9.3	Gestion des accès et des droits	26
9.4	Protection contre les attaques et usages malveillants	26
9.5	Sauvegardes et restauration	26
9.6	Journalisation et traçabilité	27
9.7	Mises à jour et maintenance de sécurité	27
9.8	Responsabilité et information du maître d'ouvrage	27
Article 10 DÉCLARATIONS ET PROPRIÉTÉ		27
10.1	Mentions légales	27
10.2	CNIL / RGPD	27
10.3	Propriété	28
Article 11 CONDITIONS DE RÉALISATION		28
11.1	Calendrier	28
11.2	Organisation et réunions de travail	29
11.3	Méthode et suivi de projet	29
11.4	Formation	29
11.5	Recette	29
11.6	Qualité, tests et conformité	30
Article 12 PRÉSENTATION DE L'OFFRE DU CANDIDAT		30

12.1	Date limite de réception des offres	30
12.2	Proposition financière et technique	30
12.3	Critères de sélection des propositions	30
12.4	Pièces de l'offre	31
12.5	Modalités d'exécution	31
Article 13 RENSEIGNEMENTS TECHNIQUES		31
ANNEXES		32

Article 1 : OBJET

1.1 Objet

Après avoir créé en 2015 le site de destination www.tourisme-thierache.fr et suite à la mise en place de son SADI (schéma d'accueil et de diffusion de l'information), l'Office de Tourisme du Pays de Thiérache fait évoluer son site internet d'année en année.

Une partie site de séjour avec recherche cartographique lui a été ajoutée.

Le site a évolué avec la nouvelle charte de l'office de tourisme.

Aujourd'hui, les pratiques et les tendances ont changé et la fin des flux Tourinsoft tels qu'ils ont utilisés est programmée pour fin 2026, ce sont les raisons principales pour lesquelles nous souhaitons refondre entièrement le site www.tourisme-thierache.fr.

1.2 La destination

L'Office de Tourisme du Pays de Thiérache couvre le territoire du Pays de Thiérache soit 160 communes situées dans le nord du département de l'Aisne à proximité immédiate du département du Nord, des Ardennes et de la Belgique.

Les territoires touristiques adjacents sont le Saint-quentinois, le Laonnois, le Sud-Avesnois, les Ardennes et la botte du Hainaut (Belgique).

Institué sous la forme d'un établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC), l'office de tourisme du Pays de Thiérache a été créé par délibération du Pôle d'équilibre territorial et rural (PETR) du Pays de Thiérache le 20 juin 2014, à compter du 1^{er} juillet 2014.

De manière générale, l'Office de Tourisme a pour vocation d'assurer la promotion et le développement touristique de la Thiérache de l'Aisne, ce qui représente 4 communautés de communes réparties sur une aire géographique de 1600 km².

La structure assure les missions qui lui ont été déléguées par le PETR du Pays de Thiérache, et conformément à ses statuts, à savoir :

- Accueil et information touristique,
- Promotion de la destination,
- Communication touristique,
- Animation, accompagnement et mise en réseau des prestataires publics et privés exerçant sur le territoire,
- Conception et commercialisation de produits touristiques pour la cible grand public dans le cadre de la législation en vigueur,
- Appui au développement de l'offre touristique,
- Mise en œuvre de la politique locale du tourisme,
- Guidage et médiation.

L'office de tourisme dispose d'une équipe de 10 personnes, qui constitue l'effectif permanent situé au siège, à Vervins :

- Directrice,
- Référente administrative et comptable,
- Chargée de l'Accueil et de l'Information Touristique
- Chargée de communication numérique,
- Chargée de commercialisation

- Chargée de développement commercial
- Chargée de mission patrimoines
- Chargé de valorisation touristique des patrimoines
- Et 2 chargées de mission en apprentissage

L'Office de Tourisme du Pays de Thiérache, bien qu'ayant une position centrale sur le territoire du Pays de Thiérache (Vervins), ne reçoit pas l'intégralité des voyageurs dans son enceinte.

Plusieurs BIT (bureaux d'Information touristiques) saisonniers, et RIT (Relais d'information touristique) ont été installés pour accueillir au mieux les visiteurs.

Positionnement et message de la destination

Positionnement de la destination : nature, patrimoine, terroir, détente, micro-aventure.

Message clé : La Thiérache, on s'y attache !

Ton et style : chaleureux, informatif, engageant, authentique

La raison d'être de l'office de tourisme :

"Faire découvrir un territoire de caractère où l'accueil compte autant que le lieu. Ici, le bocage, la forêt, le patrimoine séculaire, les habitants, l'histoire, le cidre, la pomme et le Maroilles créent un attachement sincère. On vient pour la beauté des paysages, la chaleur humaine, la saveur du terroir et la trace d'un passé qui fait encore partie du présent."

1.3 Etat des lieux de l'existant

L'Office de Tourisme du Pays de Thiérache créé en 2014 s'est doté d'un site web de destination en 2015. Ce dernier est consulté par les internautes en amont de leur venue éventuelle, lors de leur séjour mais aussi par les prestataires touristiques et les habitants.

Le numérique remplaçant souvent le contact humain, différents outils ont été installés et sont accessibles depuis le site web de destination (désormais correctement référencé) pour répondre au mieux et au plus vite au client ou au prestataire :

- Différents modes de recherche par menu, cartographique et par mots clefs
- Carnet de voyage pour compiler les offres et s'éditer une documentation en toute autonomie
- Formulaire de contact directement relié à l'outil de GRC de Tourinsoft utilisé par l'équipe
- Formulaire de contact groupe pointé sur l'adresse reservation@tourisme-thierache.fr
- Chat en ligne pour répondre aux questions immédiates et précises (ouvert aux heures de bureau).
- Boutique en ligne accessible 7j/7, 24h/24
- Sur l'Espace pro : formulaire « mes aides »

Suite à la participation d'un membre de l'équipe à la formation APEX (Accueil Par Excellence), l'Office de Tourisme du Pays de Thiérache a rédigé son Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information pour la période 2017-2020 pour organiser l'activité d'accueil et d'information sur l'ensemble du territoire en :

- Repositionnant l'activité au centre du dispositif de l'office de tourisme, en l'accompagnant dans l'observation des clientèles et la gestion de la relation client,
- Renforçant et valorisant la fonction d'expert local en relation directe avec le visiteur,
- Positionnant la demande du visiteur au cœur de la réflexion en traçant son parcours en amont, pendant et après le séjour,
- Pensant l'accueil à toutes les échelles et dans toutes ses composantes,
- Tenant compte de la nouvelle dimension territoriale issue du regroupement des offices de tourisme.

La mise en place d'une partie site d'internet de séjour sur son site de destination en 2022, a été développée. L'objectif était de :

- Rendre l'information accessible partout, sur tout support et à chaque étape du parcours client
- Donner une information disponible et fiable
- Adapter les outils à nos marchés cibles et à leurs attentes
- Mettre en avant l'humain, l'authenticité, les valeurs de la destination Thiérache
- Intégrer les acteurs locaux, en contact direct avec les voyageurs, à la stratégie d'accueil et d'information

Aujourd'hui l'équipe souhaite faire évoluer le site et ne pas reprendre certains des outils présents :

- Diffusion de la webcam (fin de son abonnement prévu pour fin 2026)
- Le Chat en ligne Zopim en raison de sa faible utilisation (cf statistiques jointes)
- L'utilisation des blocs de couleur
- La partie « je suis », « j'ai envie de » telle qu'elle est présentée. Une approche plus fine et en douceur des cibles est souhaitée.
- L'outil de partage d'expérience
- Le fat menu en privilégiant un menu « burger » sur la diffusion PC également
- Bouton de réservation via Alliance Réseaux sur les pages de détail hébergement
- Le carnet de voyage

1.4 L'offre touristique

L'Office de tourisme utilise le SIT Tourinsoft. Au total la base de données comporte 649 offres hors fêtes et manifestations fin 2025. Le nombre d'offres double quasiment si l'on ajoute les fêtes et manifestations.

1.5 Les cibles

Les cibles de la destination intégrées dans sa stratégie de communication 2026-2027 et définies par Hauts-de-France Tourisme (plus de précisions pourront être données une fois le choix de l'entreprise effectué) sont :

Prioritaires françaises :

- Happy Families
- Couples de Promeneurs Chaleureux
- Groupes et mini-groupes

Internationales :

- Néerlandais : couple nature lovers familiaux, les familles actives enthousiastes
- Belges (francophones et néerlandophones): les visiteurs guides, Fun family
- Allemands : les Nature lovers, les itinérants

Locales

- Prestataires
- Elus
- Habitants

Le site internet de destination et de séjour correspond à un besoin du voyageur avant qu'il ne vienne, mais aussi lorsqu'il est arrivé à destination. Il s'en servira pendant son séjour.

AVANT	PENDANT	APRÈS
Internet Site de destination OT Prestataires	Site de séjour OT Prestataire	Google Facebook Instagram Tripadvisor Mails ...

Le site doit donc être pensé pour les internautes afin de les séduire et leur donner envie de venir, mais aussi pour le voyageur, qu'il soit touriste (avec hébergement) ou excursionniste (sans hébergement), mais aussi pour l'habitant. Ce dernier peut être résident principal ou secondaire.

La partie site de séjour devra donc proposer :

- Offres de proximité
- Offres d'actualité
- Du sur mesure que l'on soit en vacances ou résident en Thiérache toute l'année

1.6 Objectifs stratégiques et fonctionnels

La destination Thiérache ne souhaite pas uniquement développer un site de destination classique, mais proposer une plateforme innovante, intégrant pleinement la notion de séjour.

Dès la page d'accueil, le site reposera sur une double entrée, permettant à l'internaute de préciser sa situation :

- « **Je veux venir** » : pour les personnes préparant une venue, un séjour en Thiérache (logique de site de destination)
- « **Je suis sur place** » : pour les habitants et visiteurs déjà présents sur le territoire (logique de site de séjour)

Cette organisation vise à proposer des contenus, des services et des informations adaptés au contexte réel de l'utilisateur.

Par ailleurs, la destination souhaite développer un nouveau service numérique à forte valeur ajoutée : la création d'un **collaborateur virtuel** disponible 24h/24 et 7j/7, capable de répondre aux questions des internautes à la manière d'un agent d'accueil.

Ce collaborateur virtuel s'appuiera sur :

- des **données froides** (bases de données touristiques, informations pratiques, contenus éditoriaux),
- des **données chaudes** (date, heure, localisation, contexte de consultation),
- ainsi que sur des données issues de la base de données touristique, de DATAtourisme et, le cas échéant, des sites internet des destinations voisines.

L'objectif est de proposer des réponses personnalisées et des suggestions pertinentes, en fonction des attentes exprimées par l'utilisateur, du moment et du lieu du besoin.

Les objectifs stratégiques :

- Présenter l'office de tourisme comme un tiers de confiance
- Séduire par l'image, de grands visuels de qualité, mais légers, y compris de la vidéo promotionnelle en page d'accueil ayant un temps de chargement rapide.
- Adapter les entrées pour séduire nos cibles « couples de promeneurs chaleureux », « Happy familles », « Néerlandais » et groupes
- Permettre la continuité de la stratégie de communication 2026 vers les habitants du territoire.
- Créer 2 parties distinctes mais complémentaires : site de destination et site de séjour. Faire remonter les offres de la base de données en partie site de destination et proposer, par exemple, pour la partie site de séjour, un chatbot efficace via l'IA (type « Ask Mona » ou intégration d'un outil tel que Perplexity permettant de récupérer de la donnée chaude...) se plongeant directement dans la base de données Tourinsoft à jour et permettant d'accéder à un nombre de bordereaux et à un nombre d'offres plus élevés. Les services supplémentaires (pharmacie, où faire des achats, faire le plein, une banque, un médecin...) insérées de manière non exhaustive au sein du bordereau commerces pourront remonter dans les propositions faites dans la partie site de séjour pour développer un outil complémentaire d'information et de service touristique
- La clientèle étant sur place, les liens vers les notes des sites d'avis (Google My Business, TripAdvisor...) pourront, une fois le lien paramétré dans le SIM, remonter sur les fiches.
- Décliner le graphisme du site en ses 2 parties en tenant compte de la charte graphique actuelle.
- Faire vivre la marque de territoire « La Thiérache, on s'y attache »
- Développer des entrées bien identifiables pour :
 - Un espace dédié aux groupes,
 - Une boutique en ligne (actuellement Alliance Réseaux, mais l'outil pourrait changer)
 - Un renvoi vers les propositions de week-ends Hauts-de-France,
 - Un espace pro
 - Un espace presse.
- Permettre le débordement des offres sur les territoires adjacents à la Thiérache (Laonnois, Saint-Quentinois, Avesnois, Ardennes, Belgique et ce, même si le SIT utilisé par ces derniers n'est pas Tourinsoft).

Les objectifs fonctionnels :

- Prévoir le site en étant responsive "mobile first" (smartphones et tablettes)
- Intégrer les données du SIT de la destination (importées depuis Tourinsoft)
- Conserver l'url dédiée permettant une connexion automatique depuis le WIFI territorial qui a été mis en place courant 2022.
- Prévoir la gestion multilingue

Le projet vise trois objectifs :

1. en terme d'ergonomie : Pour être en phase avec les nouvelles normes du web et les attentes des internautes
2. en terme d'expérience utilisateur : Pour une navigation fluide, offrant des fonctionnalités évolutives et un accès immédiat aux informations
3. en terme de contenu : Pour enrichir la découverte de la destination par de nouveaux contenus (guidage routier/ Réseaux sociaux / sites d'avis / vidéos / chatbot...)

1.7 Prestations et résultats attendus

La réalisation comprendra

- le conseil e-marketing
- la création graphique
- la redirection des anciennes pages du site (QR codes déjà créés utilisés en continu)
- le développement des fonctionnalités décrites comprenant l'intégration des données
- l'intégration de la réservation en ligne d'activités
- l'optimisation initiale pour le référencement, le suivi de référencement ...
- l'hébergement du site est actuellement confié à Webnet. Une proposition peut être envisagée ;
- la maintenance corrective, évolutive, tests et mise en ligne ...
- la formation des salariés de l'office de tourisme (tarif par personne et type de droits)

Il est attendu de la réalisation :

- Un design professionnel et ergonomique prévu pour les mobiles en premier lieu mais également utilisable sur PC. Le prestataire précisera les règles qu'il applique à ses créations tenant compte de sa connaissance de l'expérience utilisateur.
- Avoir un site facilement administrable, pour savoir le mettre à jour et réorganiser son contenu.
- Envisager la possibilité d'intégrer de nouvelles fonctionnalités dans un second temps
- Optimiser le référencement Internet dans Google et augmenter le taux de conversion.
- Le couplage avec les données Tourinsoft et d'autres bases éventuelles à l'extérieur du territoire (mais limitrophes) : zone géographique arrêtée par l'Office de Tourisme avec fourniture des codes postaux et insee.

1.8 L'équipe projet

Office de Tourisme du Pays de Thiérache

Caroline DUPUY – Chargée de communication

Lucile DEVIN – Directrice

Agence Aisne Tourisme

Adrien TUTIN – Référent SIM (Agence Aisne Tourisme)

Comité de Direction de l'office de tourisme :

Isabelle CHICALSKI (propriétaire d'hébergements représentante de Gîtes de France)

Maxime DEQUECKER (chargé de communication du Familistère de Guise)

Guillaume DUSSART (Agence Aisne Tourisme)

Olivier CAMBRAÏE (Président de l'Office de Tourisme)

Article 2 : CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES

2.1 Le gestionnaire de contenus (CMS)

Le prestataire devra proposer un CMS open source. Le choix portera sur un CMS « populaire », évolutif et sécurisé type « Wordpress » adapté aux besoins actuels d'un office de tourisme de destination avec gestion des templates (et possibilité d'en créer), gestion d'une médiathèque et accès aux filtres sur les pages de liste des offres touristiques.

Le choix doit permettre à l'équipe de l'office de tourisme d'être parfaitement autonome dans la gestion du site. Une formation est attendue avant la mise en ligne pour l'ensemble des collaborateurs selon leur niveau d'implication.

Le gestionnaire de contenus doit permettre de structurer facilement une page du site. La saisie doit être facile, et accessible à des personnes ne maîtrisant pas le codage web.

Éditeur de texte

Un éditeur de texte simple d'utilisation permettra à l'office de tourisme de personnaliser le contenu.

L'utilisateur pourra facilement remettre en forme du texte, ajouter une image, ou créer un lien.

Cet éditeur devra obligatoirement prévoir une gestion des styles au niveau des titres et sous titres, et un balisage HTML (H1, H2, H3, H4, H5, H6). L'office de tourisme pourra ainsi personnaliser la mise en forme de ses titres/sous titres et les baliser correctement pour l'optimisation du référencement. Les polices, leur taille et couleurs devront être modifiables et adaptables à la charte graphique de la destination.

Gestion des médias

L'utilisateur doit pouvoir ajouter des images, des vidéos, des liens de catalogues et autres widgets de cartes interactives dans un contenu. Idéalement, les images seront associées dans un champ dédié. L'utilisateur pourra associer une ou plusieurs images. Les images seront automatiquement redimensionnées pour optimiser le temps de chargement de la page.

Chaque image doit pouvoir comporter un texte de remplacement (balise alt).

Un clic sur l'image doit permettre de l'ouvrir en grand format (type lightbox).

2.2 Gestion des utilisateurs

Le CMS prévoira une gestion fine des utilisateurs et de leurs droits d'accès.

2 niveaux d'accès sont à définir :

- Administrateur : Il n'a aucune restriction d'accès au niveau du CMS. Accès à la gestion des contenus et à l'administration du site.
- Rédacteur : Droits limité à la gestion de contenus.

2.3 Exploitation des données Tourinsoft

Les offres touristiques présentées sur le site devront provenir de la base de données Tourinsoft dans laquelle l'office de tourisme référence l'intégralité de ses offres. Utilisée en back-office, elle l'est aussi en front via l'utilisation de la Gestion Relation Client.

L'offre présente dans cette base se veut donc à jour.

Les flux de la V3 sont créés par l'Agence Aisne Tourisme (Adrien TUTIN) et sont mis à jour de façon quotidienne deux fois par jour (midi et nuit). Pour veiller à une réponse la plus précise aux besoins des internautes, la mise à jour de la partie ou du site de séjour devra se faire dans la foulée de la même manière.

Les flux de syndication Tourinsoft V1 sont actuellement utilisés sur le site de destination. La V3 de ces derniers devra être exploitée dès le site de test.

Les filtres

Les filtres auront une place importante. Ces éléments permettront de définir les objets qui seront affichés sur le site en fonction des besoins de l'internaute.

Si un chatbot en partie séjour n'est pas proposé, des filtres automatisés seront à arrêter ensemble avec le prestataire :

- Géolocalisation : rayon de proposition d'offres en fonction de la géolocalisation de l'appareil (en données mobiles ou en wifi. Si connecté hors territoire, proposition globale). Dans un respect des distances vis à vis de la géolocalisation et des temps de déplacement (pas loin). Des rayons de 2km, 5 km et 20 kilomètres pour correspondre au déplacement des piétons, cyclistes et automobilistes.
- Temps : saison, jour de la semaine concerné (aujourd'hui, demain, ce week-end, cette semaine)

Heure du moment de connexion (ce matin cet après-midi, ce soir) conditionnée au non démarrage de ladite activité. De la date de consultation : au bon moment / respect des heures des activités et des fêtes et manifestations.

Pour une utilité dans un court délai : tout de suite / cet Après-midi / demain

Et pour le temps dont ils disposent (durée) : combien de temps

- Météo : en fonction du temps en Thiérache à tel ou tel endroit, activités à proposer à l'intérieur ou l'extérieur. La proposition devra fournir un outil météo gratuit fiable et fin qui permettra d'exclure certaines activités lorsque la météo n'est pas propice à cette dernière.

Filtres sélectionnés et à compléter avec le prestataire :

- Découvrir (Patrimoine culturel, Patrimoine naturel, Découverte de savoir-faire avec visite possible, bons plans)
- Une activité (Activités Sportives et Culturelles, Randonnées, fêtes et manifestations)
- Faire des achats (découverte dégustations, savoir-faire, commerces)

- Manger / boire un verre (restauration et commerces)
 - bonne table / sur le pouce / boire un verre
- Dormir (Hôtellerie, Hôtellerie de plein air, Hébergement locatif (à la nuitée), Aires de Camping-car)
- En famille
- Agenda (fêtes et manifestations)
- Services (commerces)

Les résultats proposés devront tenir compte des autres filtres suivants :

- Temps (date et heure) : aujourd'hui / plus tard - maintenant / cet après-midi / ce soir
- Météo : propose tout ce qui est ouvert quand beau temps le jour choisi, ou sélection à l'intérieur quand le temps est mauvais (pluie, grêle, neige, vent fort)
- Budgets : Tarif gratuit ou pas
- Des modes de déplacement : à pied, en voiture, à vélo

Exploitation des données

Back office :

Les administrateurs du site devront être autonomes quant à la gestion des contenus issus de Tourinsoft. Le prestataire n'interviendra que sur les règles d'affichage sur le site, la configuration technique et les opérations exceptionnelles.

Front office :

L'administrateur du site et le prestataire définiront ensemble les champs à afficher dans les fiches et dans les listes.

Impressions :

La partie ou le site de séjour bien que n'ayant pas pour vocation de remplacer la partie site de destination devra être utilisable à distance même sans géolocalisation. Le design devra être conforme à l'affichage web.

2.4 Multilingue et traductions

La Thiérache reçoit une forte proportion de Néerlandais et de Belges souvent en résidence secondaire et parfois principale.

L'installation d'un module de gestion des langues est souhaitée. Le prestataire devra veiller à ce que chaque contenu et ses champs associés puissent être déclinés dans les langues souhaitées. Le prestataire prévoira la possibilité de désactiver une version étrangère de la partie (ou du site) ou de la réactiver.

Le prestataire veillera à ce que tous les textes du site soient traductibles (catégories, menu, contenu, champs personnalisés, méta, texte de remplacement d'image)

Les langues utilisées devront, à minima, être :

- français
- néerlandais
- anglais
- allemand

La gestion multilingue devra être prévue dans le cadre du couplage avec Tourinsoft (offres issues du SIT) ou via un module de traduction gratuit.

2.5 Gestion de la saisonnalité (si pas de chatbot)

Chaque fiche SIT fait mention de la saisonnalité ou au moins de critères d'ouverture (dates, horaires, jours fériés...).

L'office de tourisme souhaite une communication en adéquation avec l'instant présent en partie séjour.

Certains sujets sont concernés :

La saisonnalité (hiver, été, haute saison...)

L'événementiel : date précise

Tout événement ou activité ne devra remonter qu'en fonction de son ouverture ou sa pertinence. (date, heure, jour de la semaine)

Par exemple : Un étang de pêche ne pourra être proposé en décembre, une piscine découverte non plus.

En fonction du jour et de l'heure de connexion et du souhait de la personne pour le faire, tout de suite, cet après-midi, demain... Une activité ouverte l'après-midi ne pourra être conseillée le matin. Un restaurant fermé le dimanche soir ne pourra être proposé pour une recherche de restaurant ce soir-là.

Interopérabilité et évolutivité

Le site devra fonctionner de manière fluide avec les systèmes existants, notamment Tourinsoft, le CMS choisi et tout autre outil tiers utilisé par l'Office de Tourisme comme la boutique en ligne, le chatbot, un service météo fiable (de type plein champs ou meteoblue), le site weekend-hautsdefrance.com. Il sera conçu pour permettre l'ajout futur de nouvelles fonctionnalités, modules ou services sans nécessiter de refonte majeure, afin d'assurer la pérennité et l'adaptabilité de la solution dans le temps.

Article 3 : FONCTIONNALITÉS DU SITE

3.1 Gestion de la page d'accueil

La page d'accueil devra être administrable par les utilisateurs disposant des droits adéquats dans le back-office du CMS.

- L'architecture générale et l'ergonomie seront définies de manière stable afin de garantir une cohérence de navigation, tout en restant évolutives dans le temps.
- Les contenus des différents blocs (textes, images, vidéos, filtres, mises en avant) devront être entièrement administrables.
- L'administrateur pourra :
 - Modifier facilement les visuels de la page d'accueil (images et vidéos),
 - Ajouter, supprimer ou réorganiser les blocs de contenus,
 - Mettre à jour les filtres et contenus mis en avant.
- Les images importées devront être automatiquement optimisées (compression, formats adaptés, responsive) afin de garantir des temps de chargement maîtrisés.

- La page d'accueil devra proposer une lecture claire, épurée, structurée et accessible, avec une hiérarchisation simple des informations.

On y retrouvera différentes entrées par l'image ou via des boutons :

Liées aux cibles

Liées à la commercialisation aux groupes, à la boutique

Accès presse, pro et nouveaux arrivants

3.2 Les objets liés

Un objet lié est la référence d'une fiche dans une autre fiche (référence offre dans le SIM). Elle a pour but d'aider l'utilisateur à compléter son information.

Une logique de liaison devra être mise en place sur la partie séjour ou le site hors références offres (paramétrage des liens sur la base de données Tourinsoft)

Chaque fiche pourra avoir un maximum de 4 x 3 (12) objets liés. Les objets liés pourront être classés par thématique (boutons call to action : mail, tel, guidage type Waze, lien site prestataire, lien plateforme de réservation).

A faire à proximité

- Les locaux vous révèlent les secrets tout près,
- Autres activités de la structure (lorsqu'il y en a. ex : Château Fort de Guise - Son escape Game, Familistère de Guise - le jardin de la presqu'île, le jardin d'agrément, la buvette...)
- Vous aimerez aussi

3.3 Cartographie interactive

La partie séjour, si elle diffère d'un chatbot, doit se fonder sur une carte interactive du territoire depuis l'offre géolocalisée d'entrée

Elle permettra de visualiser :

- Points d'infos touristiques (BIT et RIT)
- Prestataires touristiques (lieux de visites, activités, restaurants, hébergements)
- Commerces et services

Cette carte sera directement alimentée par les contenus issus de la base de données Tourinsoft et infos CMS.

L'affectation des structures sur la carte se fera automatiquement en fonction du type de produit ou/et de sa catégorie saisie dans Tourinsoft.

Le module de géolocalisation sera basé sur une cartographie open source efficace qui pourra remonter sur différentes pages, en fonction des besoins.

3.4 Circuits et tracés

- Insertion possible de tracé KML et de points GPS pour les randonnées à pied, à vélo. Ils permettront de donner un aperçu géographique complet.
- Un service d'itinéraire type Waze, devra être proposé depuis chaque offre.

3.5 Les recherches par critères

La recherche par critères permettra de cibler le contenu souhaité par l'internaute.

Chaque type de recherche pourra avoir une liste de critères différents.

ex : restaurant : tarif de tant à tant à transformer en classification comme pour le routard : sur le pouce, bonne table. Classification à paramétrer avec l'agence.

Filtres de recherche

Des filtres de recherches sont à prévoir au niveau des listes sur les objets.

ex : L'affichage devra être basé sur la proximité liée à la géolocalisation. Le nombre de résultats par page pourra être modulé via le back office.

La présentation de chaque offre en page de liste contiendra un visuel, un titre, l'éloignement, un tarif, un classement (en fonction du type d'offre. Le tout étant cliquable.

3.6 Les périmètres géographiques

La connexion sur la partie séjour étant liée à la géolocalisation de l'appareil ou à la borne wifi de connexion, le tri se portera sur la commune concernée et les communes à proximité avec un nombre d'offres maximal défini en back office.

La mise en place du wifi territorial implique une première connexion de la part de l'utilisateur ou tout au moins l'acceptation des conditions générales d'utilisation. La partie ou le site de séjour étant intimement lié à l'utilisation du WIFI territorial en Thiérache, aucune création de compte ne sera demandée à l'internaute.

3.7 Évènements et gestion de l'affichage

Les dates sont utiles pour l'utilisation globale du site, mais encore plus pour les catégories fêtes et manifestations, patrimoine culturel, patrimoine naturel, activités sportives et culturelles, découverte et dégustation.

- L'ordre d'affichage sera organisé de la façon suivante : par date et heure de début Conditionné par date et heure de fin non révolus)
- Le filtrage par date exclura les évènements passés.

L'agenda s'affichera de la même manière, avec possibilité de trier, et filtrable grâce à des critères. Le nombre d'objets touristiques sera indiqué. Il changera selon les critères sélectionnés. Les éléments affichés seront :

- Nom
- Date / horaire
- Lieu
- Tarifs

3.8 Formulaire de contacts – inscription newsletter

Le site intégrera un formulaire de contact et / ou d'inscription à la newsletter responsive, s'appuyant sur les données transmises par l'Agence Aisne Tourisme.

Le formulaire de contact du site de destination pourra être décliné :

- sous forme de lien,
- et/ou de widget,

avec un renvoi des informations collectées vers la GRC Tourinsoft.

La destination devra pouvoir proposer plusieurs formulaires distincts, en fonction des typologies de contacts ou de clients ciblés.

Il devra également être possible de :

- créer des templates de formulaires, prédéfinis ou personnalisables,
- intégrer, si nécessaire, des éléments externes (notamment via iframe).

3.9 Téléchargement de brochures

L'utilisateur pourra facilement télécharger les brochures électroniques sous format PDF (ses dernières font l'objet d'une rubrique sur Tourinsoft)

Le lien de téléchargement devra être tagué (Google Analytics) afin de connaître le nombre de brochures téléchargées.

3.10 Moteur de recherche

Plusieurs types de moteurs sont à intégrer.

- Recherche cartographique via géolocalisation
- Critères de recherche via module de tri
- Recherche globale (du type loupe) en page d'accueil

3.11 Fil d'Ariane

Chaque page du site devra comporter un fil d'Ariane reprenant les différents niveaux de menus afin de permettre de se situer plus facilement lors d'une navigation.

En revanche, l'URL devra pouvoir être simplifiée pour être partagée sans avoir recours aux outils raccourcisseurs d'url.

3.12 Photo et vidéo

Afin de valoriser le territoire par l'image, la photo aura une place prédominante sur la page d'accueil du site mais aussi sur chaque liste et fiche.

La vidéo est également envisagée dans un premier temps en page d'accueil, mais aussi en page de détail où des vidéos, des interviews pourront remonter.

3.13 Développements complémentaires

Le prestataire sera libre d'apporter des fonctionnalités supplémentaires liées à l'usage de Tourinsoft et du CMS utilisé.

Le prestataire peut présenter des atouts ou spécificités de son offre qui peuvent apporter un plus au projet. Pour ces éléments, il faut préciser les surcoûts éventuels (à prévoir en option) ainsi que les contraintes éventuelles (contraintes sur la saisie, ...)

3.14 Autres fonctionnalités possibles à décrire

- Centrale de réservation (open system d'alliance réseaux ou autre outil si changement en cours de 2026),

- Boutique en ligne/ billetterie (actuellement open boutique d'Alliance Réseaux qui changera en cours d'année 2026)
- Service météo
- Gestion des avis clients : lien vers Google my business, Tripadvisor ou sites de réservation sur les fiches
- Liens vers les réseaux sociaux
- Utilisation de l'intelligence artificielle et du chatbot

Le site pourra intégrer un chatbot basé sur l'intelligence artificielle en partie site de séjour pour faciliter l'accès aux informations touristiques et aux offres de l'Office de Tourisme du Pays de Thiérache.

Le chatbot devra :

- Fournir des réponses claires et pertinentes aux questions des utilisateurs, en s'appuyant, entre autres, sur les données de la base Tourinsoft et les contenus validés par l'Office de Tourisme
- Proposer des suggestions personnalisées selon la localisation, la saison, et les préférences exprimées par l'utilisateur
- Proposer des itinéraires à l'internaute en fonction de ces attentes et de sa durée sur place
- Respecter les principes de confidentialité et de protection des données personnelles, conformément au RGPD
- Être transparent sur sa nature automatisée et sur le traitement des données collectées
- Permettre à l'utilisateur de désactiver ou quitter le chatbot à tout moment

Le prestataire s'engage à :

- Garantir que le chatbot ne stocke pas les données personnelles au-delà de la durée nécessaire au traitement de la demande
- Fournir à l'Office de Tourisme toutes les informations techniques et fonctionnelles nécessaires au suivi et à l'évolution du chatbot
- Prévoir la possibilité d'un suivi et d'une amélioration continue des réponses fournies par le chatbot

Article 4 : OUTILS E-MARKETING ET MESURE D'AUDIENCE

4.1 Intégration des réseaux sociaux

Grâce à une fonction permettant à l'internaute de choisir le réseau social sur lequel il va partager le contenu qu'il consulte le site.

En intégrant l'accès aux réseaux sociaux de la destination en partie footer, et en « bannière image » instagram en footer (paramétrable par l'Office) :

Facebook : <https://www.facebook.com/TourismeThierache>

Instagram : <https://www.instagram.com/tourismethierache/>

Youtube : https://www.youtube.com/channel/UCvc9_pmOBaUQSNJWSlbrqlg

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/26053514/admin/dashboard/>

Remontée des photos Instagram avec le #TourismeThierache ou le #OnSyAttache

4.2 Outil de mesure d'audience

Google Analytics (ou un autre outil efficace et gratuit proposé par l'agence) sera installé et paramétré. Le prestataire mettra en place un système permettant de suivre le nombre de clics effectués sur les liens sortants présents sur les fiches Tourinsoft (ex : le nombre de clics sur le lien du site internet d'un prestataire sur une fiche Tourinsoft).

Un outil de mesure interne pourra être proposé par le prestataire, le tout étant de pouvoir éditer des statistiques en fin d'année, mais aussi en cours d'année, les plus fines et fiables possibles malgré l'utilisation des cookies.

Le prestataire devra configurer Google Tag Manager pour centraliser et gérer tous les tags du site (analytics, suivi conversion, événements, etc.), afin d'optimiser le suivi des performances et le reporting.

Article 5 : ARBORESCENCE, ERGONOMIE ET DESIGN

5.1 Arborescence

L'Office de Tourisme dispose d'une première réflexion sur l'organisation de son futur site internet, notamment autour d'une double entrée « Je prépare mon séjour » / « Je suis sur place ».

Cette trame et les éléments associés seront transmis au prestataire retenu (une première version synthétique est jointe en annexe). Celui-ci pourra toutefois proposer des pistes d'amélioration et d'optimisation de l'arborescence, des parcours utilisateurs et de l'expérience globale.

À ce titre, le prestataire est invité à s'inspirer de références pertinentes, y compris en dehors du strict champ des offices de tourisme (sites étrangers, agences de voyage, tour-operators, sites marchands ou plateformes de services).

5.2 Charte graphique et inspirations

La Charte graphique de la destination est fournie en annexe. La proposition devra la respecter.

La proposition pourra également "s'inspirer" des sites suivants :

<https://morbihan.com/> (On aime : le bouton je prépare mon séjour, je suis sur place, la grande carte de présentation, les grands visuels et les accès « préparez votre séjour »)

<https://www.capcorse-tourisme.corsica/> (On aime l'accueil avec une belle vidéo, son chatbot Petru géré via l'IA, mais on aime moins son manque de réponses vis-à-vis de données chaudes)

<https://www.lepuyenvelay-tourisme.fr/> (On aime l'accueil avec une belle vidéo, la police manuscrite, le gros bouton boutique en fat menu, le menu « détourné » : je compose mon séjour, visiter..., l'agenda, en page d'accueil, les accès espace presse, pro et groupe, les illustrations, l'accès brochure)

<https://www.martinique.org/fr> (On aime l'accueil vidéo en page d'accueil avec message au-dessus, le bouton « je suis sur place », les mots manuscrits en page d'accueil qui s'animent, la carte avec la photo au drone, la manière d'amener l'inscription à la newsletter, le mode sur place lié à l'IA, la petite météo rapide en haut de page, la séparation espace presse et espace

pro, les pages de liste et les marqueurs sur les vignettes l'organisation et la présentation des pages de détail, le logo qui change de couleur et s'anime au survol)

<https://www.lesilesdeguaadeloupe.com/> (On aime l'accueil vidéo en page d'accueil, le bouton menu et sa manière de s'ouvrir, les entrées via grosses photos en bas de page d'accueil « ressentez les îles... » pour amener les incontournables du territoire, la partie « restons connectés »)

<https://www.cotesdarmor.com/> (On aime, l'entrée pour les personnes vivant sur place, pour les pros, pour les groupes, le grand visuel d'accueil lié à la carte, l'espace #cotesdarmor partagez votre voyage en photos, les espaces techniques en bas de page, la présentation de l'abonnement à la newsletter)

<https://www.tourisme-avesnois.com/> (On aime l'accueil vidéo en page d'accueil et sa grande carte pleine page, le menu de droite, les logos gris se colorant uniquement au survol)

5.3 Zonage

Le prestataire retenu pourra réaliser en collaboration directe avec le chef de projet un zoning pour la page d'accueil, pour une page type liste et une page produit.

Ce zoning permettra de définir le contenu à afficher dans chaque page et son organisation.

5.4 Maquettes graphiques

Il est attendu du prestataire retenu de pouvoir éventuellement présenter des maquettes graphiques une fois le zoning validé. Ces maquettes représenteront les pages suivantes :

- accueil en version smartphone et PC en format horizontal et vertical
- listes d'offres de type restaurants, ...
- page/fiche de contenus type ...

5.5 Responsive design

Le site devra être développé entièrement en responsive webdesign et pensé d'abord pour les mobiles.

Il sera conçu pour s'adapter aux différentes tailles d'écrans et aux différents terminaux : navigateurs, tablettes, mobiles standards du marché. L'affichage devra être adaptable à tout terminal sans dégradation.

5.6 Ergonomie et accessibilité

Ergonomie

Concernant l'ergonomie, les internautes devront trouver rapidement et intuitivement l'information.

En outre, concernant les outils de navigation, il est à noter que :

- Le logo de la destination devra apparaître sur le site web. Un clic sur ce logo conduira directement à la page d'accueil du site
- Un favicon différent ou décliné depuis celui du site de destination devra être proposé si l'option site de séjour séparé est retenu.
- Un lien vers la page d'accueil devra être présent sur chaque page en partie site de destination comme en partie site de séjour.

- Les éléments de navigation devront être présents sur chaque page afin de permettre à l'utilisateur de se situer dans le site et de revenir facilement à la rubrique principale.

Accessibilité

Le prestataire devra produire un code lisible et facile à maintenir en respectant les standards W3C.

- Il n'y aura pas d'utilisation de frames
- Pas d'utilisation de technologie flash
- Les scripts CGI ne sont pas souhaités

Le prestataire proposera des polices compatibles web si celles de la charte de la destination ne sont pas reprises et indiquera comment il compte les gérer.

L'ensemble du site devra être rendu compatible avec les navigateurs les plus utilisés du marché :

- Chrome
- Safari
- Microsoft Edge
- Mozilla Firefox
- Samsung Internet
- Opera

Application du RGAA (Référentiel général d'accessibilité pour les administrations) avec à minima :

- Les images ou animations ne devront pas se soustraire aux informations textuelles ou provoquer une gêne pour les non-voyants. Les illustrations graphiques devront donc uniquement être utilisées en tant que complément visuel au texte.
- Une légende ou un texte de remplacement devra être prévu en lieu et place des images, afin de permettre aux déficients visuels de comprendre le sens de l'image.
- Les couleurs devront être choisies afin de laisser l'information lisible aux personnes ne distinguant pas les couleurs correctement.

Article 6 : INTÉGRATION ET FOURNITURE DES CONTENUS

6.1 Les offres dans Tourinsoft

La donnée est organisée par grandes familles dans Tourinsoft.

La première de ces familles est le bordereau.

Tous les objets disposent de champs communs mais chaque type de bordereau propose des champs spécifiques pour l'information qu'il diffuse.

Les bordereaux (qui seront, pour info, modifiés courant 2026) :

- Activités sportives et culturelles (ASC)
- Découvertes et dégustations (DEG)
- Patrimoine culturel (PCU)
- Patrimoine naturel (PNA)
- Bons plans
- Commerces et services

- Fêtes et manifestations (FMA)
- Restauration (RES)
- Hébergements locatifs (HLO)
- Hôtellerie (HOT)
- Hôtellerie de plein air (HPA)
- Aires de camping car (AIRCC)

6.2 Intégration des contenus

L'équipe de l'Office de Tourisme se chargera de la création et de l'intégration des contenus.

L'agence devra veiller à former les différents collaborateurs sur la saisie via le CMS et les accompagner.

Stratégie éditoriale et gestion des contenus

Le prestataire accompagnera l'Office de Tourisme dans la publication et la mise à jour autonome des contenus (textes, images, vidéos), en cohérence avec le positionnement de la destination et optimisés pour le référencement naturel et le multilingue.

6.3 Fourniture des contenus numériques

Les contenus CMS pour la mise en place du site seront fournis de la façon souhaitée par le prestataire.

Les données issues du SIM seront fournies via l'envoi de flux 2 fois par jour (pendant la nuit et pendant midi)

Article 7 : OPTIMISATION POUR LE RÉFÉRENCEMENT

7.1 Temps de chargement

La taille des pages devra être limitée pour s'assurer que les temps de chargement soient acceptables pour les utilisateurs.

Le prestataire utilisera les outils qu'il juge utiles pour optimiser le plus possible les temps de chargement en configuration ADSL standard (cache, minimisation des scripts...). Il fournira un rapport de test daté avant la mise en ligne du site.

7.2 Optimisations

Le prestataire devra faire le nécessaire pour favoriser au maximum le référencement « naturel » de la partie ou du site de séjour.

Les pages et les contenus (statiques et dynamiques) devront pouvoir être optimisés par rapport aux contraintes d'indexation des moteurs de recherche, et aux évolutions de ces dernières. Sur chacun des contenus, l'utilisateur pourra définir un titre h1, des sous titres h2, h3, et h4. Il pourra modifier les balises méta titre et description, et même personnaliser l'url de la page.

Fiche et duplicate content

Il est demandé au prestataire de veiller à ce que chaque fiche comporte une URL unique pour éviter le duplicate content.

Il est en effet probable qu'une même fiche s'affiche dans 2 rubriques différentes, ce qui peut créer 2 url différentes pour 2 pages avec du contenu identique.

Si toutefois le prestataire ne peut pas créer une url unique, l'administrateur du site devra pouvoir définir une url canonique pour chacune des fiches.

Réécriture d'url

Les URL devront être directement réécrites automatiquement par le CMS pour chaque page du site internet, avec l'option de personnalisation de chaque URL manuellement.

Les techniques de réécriture d'URL afin de rendre les URL des pages lisibles devront être précisées.

Un exemple de modèle sera souhaité du type : [Nom du site] – [Nom de la rubrique] - [Nom titre de la page]

Balises Métas

Les Metas Title et Meta Description de chaque page et contenus (statiques et dynamiques) devront être modifiables via le CMS ou via Tourinsoft

Structure du contenu

Les textes devront être structurés selon la logique de référencement suivante : balises <H1> <H2> <H3>... . Une information hiérarchisée avec des titres et paragraphes structurés et aérés

Les contenus publiés devront être indexés par les moteurs de recherche (menus déroulants, calques en rollover...)

Le footer pourra être modifié pour l'ensemble des pages du site dans un seul bloc de contenu mis à jour automatiquement sur l'ensemble du site.

Un fichier sitemap.xml à destination des moteurs de recherche, mis à jour automatiquement par la solution sera fourni

Les pages 404 devront être personnalisées avec une charte graphique spécifique et les coordonnées de la structure

Référencement avancé et visibilité

Le prestataire optimisera le site pour le référencement naturel, la visibilité en ligne et l'utilisation de Generative Engine Optimization (GEO), incluant :

- optimisation des balises HTML et métadonnées (title, description, Hn) ;
- URLs lisibles et gestion du duplicate content ;
- intégration de rich snippets et micro-données si pertinent ;
- référencement local et géolocalisation des offres (cartographie, résultats proches de l'utilisateur) ;
- suivi régulier des performances SEO et recommandations d'amélioration, avec exploitation de GEO pour optimiser la visibilité sur les moteurs de recherche génératifs.

Article 8 : HÉBERGEMENT ET MAINTENANCE

8.1 Hébergement

Le site www.tourisme-thierache.fr est aujourd'hui hébergé chez Webnet.

Cette solution pourra être conservée ou modifiée en fonction de la proposition.

La solution retenue devra permettre de répondre aux besoins d'évolution du trafic du site tout en apportant disponibilité, sécurité et réactivité.

L'hébergeur devra être capable de garantir un fonctionnement 24h/24, de mettre en œuvre un monitoring afin de détecter tout dysfonctionnement, ainsi qu'une sauvegarde régulière.

Les coûts de fonctionnement seront estimés pour une période de 12 mois.

Le candidat précisera les conditions d'hébergement (type de serveur, capacités, disponibilités) et le dimensionnement de l'espace d'hébergement.

- Caractéristiques (type serveur, os, bande passante, trafic, espace disque, mode mutualisé ou dédié)
- Garantie d'intervention en cas de panne
- Espace disque pour le site internet
- Coût de transfert et coût de gestion annuelle par nom de domaine
- Certificat(s) HTTPS et coût annuel
- Plan de sauvegarde

Le candidat précisera également les conditions d'intervention en cas de défaillance du serveur, d'inaccessibilité du site, et la fréquence de sauvegardes.

8.2 Nom de domaine

Le nom de domaine sera transféré chez le prestataire retenu (ou conservé chez le prestataire actuel). Le prestataire sera responsable de la gestion et du renouvellement annuel.

8.3 Contrat de maintenance et garantie

Le prestataire devra préciser la durée de la garantie, et si celle-ci remplace le contrat de maintenance pendant sa durée d'application. La garantie commencera le jour de la mise en ligne du site.

La maintenance sera proposée pour des périodes contractuelles de 1 an. Elle concerne :

- Le maintien du site internet concerné en conditions opérationnelles, dépourvus de problèmes techniques liés à la mise à jour des composants, extensions et logiciels serveurs. Ces prestations de maintien en conditions opérationnelles s'exécutent à titre préventif ou correctif.
- La garantie d'un affichage optimisé sur tous les navigateurs, terminaux mobiles, PC, Mac...
- Les sauvegardes automatiques (back-up) selon des fréquences raisonnables et précisées dans le contrat, ainsi que les conditions de remise en état en cas de problème
- La relance des services en cas de panne serveur dans un délai ne pouvant être supérieur à 4h maximum
- La maintenance corrective des fonctionnalités, modules, composants, qui auraient été installés dans le cadre du développement du site.
- Les mises à jour du CMS proposé
- La hotline d'assistance technique liée à l'utilisation du CMS ou des fonctionnalités liées à l'hébergement du site

8.4 Maintenance évolutive

La maintenance évolutive concerne les modifications du site qui ne rentrent pas dans le cadre du contrat de maintenance corrective. Le prestataire devra préciser les modalités concernant cette maintenance et la méthode de suivi qu'il compte mettre en place après la publication du site internet (méthodologie, délais d'application...). Il pourra remettre également un bordereau de prix et une estimation argumentée des coûts à prévoir (coût pack d'heures, forfait annuel, ...)

Exemples d'interventions :

- Ajout de nouveaux champs sur une fiche
- Modification de l'affichage d'une fiche
- Traitement d'un nouveau type de fiche
- Evolution des critères de Tourinsoft (création, modification, suppression)

8.5 Performance, disponibilité et montée en charge

Le prestataire s'engage à fournir un site internet performant, stable et capable de supporter un trafic variable et en forte augmentation, notamment lors des périodes touristiques ou d'événements locaux.

Performance et temps de réponse

- Les pages du site doivent se charger rapidement sur l'ensemble des terminaux (ordinateurs, tablettes, smartphones) et navigateurs courants ;
- Le prestataire devra mettre en œuvre les optimisations nécessaires (coaching, compression d'images, minimisation des scripts, etc.) pour assurer une expérience utilisateur fluide.

Disponibilité et continuité de service

- Le site devra être accessible 24h/24 et 7j/7, avec un taux de disponibilité minimal garanti ;
- Un monitoring proactif devra être mis en place pour détecter tout incident et permettre une intervention rapide ;
- Le prestataire devra fournir un plan de sauvegardes régulières et de restauration en cas de défaillance.

Montée en charge et scalabilité

- La solution technique devra permettre de supporter une augmentation du trafic sans dégradation significative des performances ;
- Le prestataire devra préciser les limites de charge du serveur et les modalités pour une montée en capacité si nécessaire ;
- Les tests de charge seront réalisés avant la mise en ligne afin de valider la capacité du site à absorber des pics de fréquentation.

Reporting et suivi

- Un rapport de performance sera fourni lors de la mise en ligne et à la demande par l'Office de Tourisme, incluant : temps de réponse moyen, disponibilité, incidents et recommandations d'optimisation.

Article 9 : SÉCURITÉ, INTÉGRITÉ ET PROTECTION DU SITE

9.1 Principes généraux de sécurité

Le prestataire devra garantir un niveau de sécurité conforme aux bonnes pratiques actuelles du web pour un site institutionnel de destination touristique.

La solution proposée devra assurer la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité du site, des données et des accès, tant en front-office qu'en back-office.

Le site devra être conçu de manière à limiter les risques de défaillance, d'intrusion, de perte de données ou d'altération des contenus.

9.2 Sécurisation du CMS et du back-office

Le CMS retenu devra :

- Être régulièrement maintenu et mis à jour par sa communauté,
- Disposer de mécanismes de sécurité éprouvés,
- Permettre une séparation claire des droits utilisateurs.

L'accès à l'interface d'administration devra être sécurisé :

- Par des identifiants individuels,
- Par des mots de passe robustes,
- Et, le cas échéant, par un dispositif d'authentification renforcée pour les profils administrateurs.

9.3 Gestion des accès et des droits

Le prestataire devra mettre en place une gestion fine des droits d'accès, conforme aux profils définis dans le présent cahier des charges.

Toute action sensible (création, modification, suppression de contenus ou de paramètres) devra être réservée aux profils autorisés.

Le prestataire précisera les bonnes pratiques recommandées en matière de gestion des comptes utilisateurs (création, suppression, renouvellement des accès).

9.4 Protection contre les attaques et usages malveillants

Le site devra être protégé contre les principales menaces connues, notamment :

- Tentatives d'intrusion,
- Attaques par force brute,
- Injections de code,
- Spam sur les formulaires.

Le prestataire précisera les dispositifs techniques mis en œuvre (pare-feu applicatif, limitations de tentatives, protections natives du CMS ou de l'hébergement).

9.5 Sauvegardes et restauration

Des sauvegardes automatiques régulières devront être mises en place, couvrant :

- Les fichiers du site,
- Les bases de données,

- Les contenus et paramètres.

Le prestataire précisera :

- La fréquence des sauvegardes,
- La durée de conservation,
- Les modalités de restauration en cas d'incident.

9.6 Journalisation et traçabilité

Le système devra permettre une traçabilité minimale des actions réalisées sur le site, notamment :

- Connexions au back-office,
- Modifications de contenus,
- Interventions techniques significatives.

Ces éléments devront pouvoir être consultés en cas de dysfonctionnement ou d'anomalie.

9.7 Mises à jour et maintenance de sécurité

Le prestataire devra assurer la mise à jour régulière :

- Du CMS,
- Des extensions ou modules utilisés,
- Des composants techniques liés au fonctionnement du site.

Les mises à jour de sécurité critiques devront être appliquées dans des délais raisonnables, compatibles avec les contraintes d'exploitation du site.

9.8 Responsabilité et information du maître d'ouvrage

Le prestataire s'engage à informer l'Office de Tourisme du Pays de Thiérache de toute faille de sécurité identifiée ou de tout incident susceptible d'impacter le fonctionnement, la sécurité ou l'intégrité du site.

Il précisera dans son offre les procédures d'alerte et d'intervention mises en œuvre en cas d'incident.

Article 10 : DÉCLARATIONS ET PROPRIÉTÉ

10.1 Mentions légales

Les mentions légales de la partie ou du site seront rédigées par le prestataire et comprendront l'ensemble des mentions obligatoires, nécessaires à la conformité du site internet.

10.2 CNIL et RGPD

L'Office de Tourisme ayant réalisé une déclaration pour la mise en ligne du site de destination et du fichier client pouvant en découler, la proposition devra respecter le règlement général sur la protection des données et intégrer un module d'acceptation des cookies.

Le prestataire s'engage à concevoir et exploiter la solution dans le respect du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) et de la réglementation française en vigueur.

Il intervient en qualité de sous-traitant pour le compte de l'Office de Tourisme du Pays de Thiérache, responsable de traitement.

Les données personnelles susceptibles d'être collectées via le site concernent principalement :

- Les données issues des formulaires de contact,
- Les données liées aux outils de mesure d'audience,
- Les données techniques nécessaires au bon fonctionnement du site.

Les données collectées devront être strictement limitées aux finalités suivantes :

- Traitement des demandes des internautes,
- Amélioration des services et de l'expérience utilisateur,
- Analyse statistique de la fréquentation du site.

Le prestataire devra mettre en place :

- Une information claire des utilisateurs sur l'utilisation de leurs données,
- Un dispositif de gestion du consentement pour les cookies et traceurs,
- Des mesures techniques appropriées garantissant la sécurité et la confidentialité des données.

Les données ne devront pas être conservées au-delà de la durée nécessaire à leur traitement et devront pouvoir être supprimées ou anonymisées sur demande.

En cas de violation de données ou d'incident de sécurité, le prestataire s'engage à informer sans délai l'Office de Tourisme du Pays de Thiérache.

À l'issue de la prestation, le prestataire s'engage à restituer ou supprimer l'ensemble des données traitées pour le compte du maître d'ouvrage.

10.3 Propriété

Le titulaire devra fournir à la livraison du site :

- les sources
- l'architecture de la base ou des bases
- les accès complets aux bases de données sous-jacentes
- l'accès FTP complet au site Internet
- l'accès Google Analytics ou autre outils de suivi statistique préconisé
- l'ensemble des éléments permettant de faire évoluer en interne le contenu et la structure du site, sans obstacle d'ordre juridique, technique ou droit à payer.

Article 11 : CONDITIONS DE RÉALISATION

11.1 Calendrier

Le démarrage des prestations est envisagé à compter de la notification du marché au prestataire retenu.

Le démarrage de la mission est prévu pour avril 2026 afin d'envisager une livraison du site avant décembre 2026.

Un planning prévisionnel devra être proposé par le prestataire en précisant les conditions nécessaires pour respecter les délais. Ce dernier précisera les conditions à respecter côté client pour une mise en ligne sans retard.

11.2 Organisation et réunions de travail

Tout au long du projet, les réunions de travail devront faire l'objet d'un ordre du jour afin d'optimiser les échanges. Le prestataire s'engage à remettre au chef de projet un compte rendu après chaque réunion de travail, envoyé par mail. Le prestataire indiquera le nombre de réunions qu'il prévoit et leur forme.

11.3 Méthode et suivi de projet

Le prestataire pourra proposer un outil de suivi et de validation en ligne des développements. L'outil utilisé pour le suivi du site actuel est « ProjeQtor ». Il précisera sa méthode de travail et le mode opératoire en termes de conseil et d'accompagnement sur le plan e-marketing.

Un groupe de travail constitué de la chargée de projet et de la Directrice suivra le projet. Ces dernières pourront être accompagnées de tout membre de l'équipe de l'Office de Tourisme nécessaire en fonction des sujets abordés.

11.4 Formation

Le prestataire assurera la formation des administrateurs et rédacteurs du site internet afin qu'ils soient en mesure de mettre en ligne l'ensemble du contenu et d'utiliser toutes les fonctionnalités retenues. Il sera précisé le temps nécessaire pour cette formation qui se déroulera idéalement dans les locaux de l'Office de Tourisme, mais pourra également être envisagé à distance. La formation fera l'objet d'un programme préalable.

11.5 Recette

Une fiche de recette sera cosignée par le prestataire et l'Office de Tourisme.

La recette sera basée sur une validation globale du site, maquettes et développement des fonctionnalités attendues.

Des réserves pourront être émises. Elles pourront être 'bloquantes' ou 'non bloquantes'. Si elles sont de nature à bloquer l'avancée du projet, ces réserves devront faire l'objet d'un traitement rapide de la part du prestataire qui précisera par écrit les délais nécessaires aux correctifs pour chacune d'entre elles.

La procédure de recette sera relancée pour les éléments qui n'auraient pas été validés.

Accompagnement post-mise en ligne

Le prestataire assurera un suivi après la mise en ligne pour accompagner l'équipe, corriger les éventuelles anomalies, et conseiller sur l'usage des fonctionnalités et l'optimisation continue du site.

11.6 Qualité, tests et conformité

Le prestataire garantit un site conforme au cahier des charges, testé et fonctionnel sur tous les terminaux et navigateurs.

- Tests fonctionnels, techniques et de performance avant mise en ligne ;
- Vérification de la conformité RGPD et sécurité des données ;
- Recette formalisée via fiches de validation cosignées par le prestataire et l'Office de Tourisme, avec correction des anomalies détectées.

Article 12 : PRÉSENTATION DE L'OFFRE DU CANDIDAT

12.1 Date limite de réception des offres

La réception des offres est fixée au 17 mars 2026 à 18 h

Le choix du prestataire sera effectué avant le 6 avril 2026

La personne à contacter pour toute question durant la durée de consultation est : Caroline DUPUY
au 03 23 91 30 10 - c.dupuy@tourisme-thierache.fr

12.2 Proposition financière et technique

La proposition financière et technique devra être présentée de façon lisible, explicite et détaillée. Chaque poste fera l'objet d'un chiffrage détaillé permettant d'identifier pour chacune des prestations, le prix hors taxes et toutes taxes comprises, les détails techniques et juridiques, la présentation des intervenants à chaque étape.

Le prestataire devra préciser, dans son offre, le budget prévisionnel des éventuelles prestations externalisées (chatbot, hébergement, modules tiers, maintenance spécifique, etc.), en distinguant les coûts inclus dans la proposition principale et ceux pouvant faire l'objet d'options.

Le prestataire devra détailler dans sa proposition : la prestation technique, la maintenance, l'équipe projet dédiée et ses références.

12.3 Critères de sélection des propositions

Les propositions seront examinées et classées en fonction des critères suivants :

Il n'y a pas de hiérarchie entre les critères bien qu'un développement de la partie séjour soit privilégiée à la création d'un nouveau site de séjour. Le rapport qualité de l'offre, références et prix sera privilégié.

La valeur technique est évaluée à partir des éléments figurant au mémoire technique. Elle est constituée strictement des sous critères suivants : • Choix de la proposition • Prestation technique • Équipe projet dédiée • Qualité et quantité des références dans le secteur du tourisme • Disponibilité et capacité à respecter les délais de mise en œuvre • Qualité des références en termes de design et d'ergonomie • Qualité de la réponse et conformité du dossier au cahier des charges / adaptation aux besoins • Interface client / prestataire : lisibilité interactions, validations, suivi du projet • Compétence Tourinsoft : compréhension des attentes et références • Présentation de l'interface d'administration retenue : simplicité, ergonomie, choix du CMS, • Contrat de maintenance et de mises à jour de la solution • Qualité des prestations de conseil et de soutien (hotline, formation...)	60%
Le prix apprécié en fonction des informations données par le candidat dans l'acte d'engagement et dans son annexe. Il est constitué strictement des sous critères suivants : • Prix de la prestation de développement et de mise en ligne • Prix des frais de fonctionnement annuels	40%

12.4 Pièces de l'offre

Le candidat doit déposer sa proposition en l'adressant à destination de Caroline DUPUY Office de Tourisme du Pays de Thiérache 7, avenue du Préau 02140 VERVINS - c.dupuy@tourisme-thierache.fr

Les propositions doivent comporter :

- Un mémoire technique de réponse (réponse au cahier des charges, intervenant, planning d'intervention, références, devis, ...)

12.5 Modalités d'exécution

Toute proposition complète, reçue dans les délais, sera examinée et fera l'objet d'une réponse positive ou négative. Les propositions incomplètes seront systématiquement exclues de la consultation.

Article 13 : RENSEIGNEMENTS TECHNIQUES

Les renseignements techniques pourront être obtenus à l'adresse suivante :

Office de tourisme du Pays de Thiérache

7 avenue du Préau 02140 VERVINS

Tél : 03 23 91 30 10

E-mail : c.dupuy@tourisme-thierache.fr

Contact : Caroline DUPUY, Chargée de Communication Numérique

ANNEXES :

Projet d'arborescence synthétique

Charte graphique 2024

Statistiques du site internet - rapport d'activité 2024

Proposition simplifiée d'arborescence du site www.tourisme-thierache.fr

Niveau 0	Niveau 1	Niveau 2
Accueil	Double entrée visible : « Je prépare mon séjour » / « Je suis sur place »	—
Je prépare mon séjour	Préparez votre séjour	Découvrir la Thiérache
		Séjourner
	Menu Burger	Que faire ?
		Manger & boire
		Dormir
		Brochures
		
	Séjours & idées (Week-ends Hauts-De-France)	
	Entrées cibles	Créer des souvenirs en famille
		Prendre le temps
		Faire le plein d'émotions
		...
	Entrée Groupes	
	Actus / bon Plan	
	Boutique	
	Habitants & nouveaux arrivants	
	Espace Pro	
	Espace Presse	
	Suivez-nous sur	
	Formulaire de contact / newsletter	
	Footer	
Je suis sur place	Mon assistant Thiérache / Chatbot IA	Données froides / chaudes
		Itinéraires & suggestions
	Autour de moi	
	Que faire aujourd'hui ?	
	Selon la météo	



Charte graphique

2024 • www.roseetpiment.com



„Introduction“

Une mise en avant du territoire THIERACHE.

Un nom mélangeant le manuscrit et une police tout en rondeur singulière et unique.

Une promesse «on s'y attache» qui reste la même car très ancrée et appréciée.
Promesse qui aura 2 intégrations possibles selon utilisation (sous le logo et détachée).

Les couleurs ont évolué mais conservation du vert et du bleu (ruralité et eau)
et insertion du rose du bloc marque Instant T afin d'apporter une couleur chaude
et permettre une charte graphique un peu plus modulable.

Charte graphique 2023 • www.roseetpiment.com

Logotype / On s'y attache

La Thierache
on s'y attache



Charte graphique 2024 - www.roseetpiment.com

Logotype / On s'y attache / Niveaux de gris

La Thierache
on s'y attache



Charte graphique 2024 - www.roseetpiment.com

Logotype On s'y attache / Négatif



Charte graphique 2024 - www.roseetpiment.com

Logotype / Tampon On s'y attache / Négatif



Charte graphique 2024 - www.roseetpiment.com

Logotype / On s'y attache / Cibles

La Thierache
on s'y attache

Grand public

La Thierache
on s'y attache

Acteurs locaux du Tourisme

La Thierache
on s'y attache

Elu(e)s et chargé(e)s de mission du tourisme
et partenaires institutionnels

La Thierache
on s'y attache

Commercial

Charte graphique 2024 - www.roseetpiment.com

Logotype / On s'y attache / Cibles

La Thierache
on s'y attache

Grand public

La Thierache
on s'y attache

Acteurs locaux du Tourisme

La Thierache
on s'y attache

Elu(e)s et chargé(e)s de mission du tourisme
et partenaires institutionnels

La Thierache
on s'y attache

Commercial

Charte graphique 2024 - www.roseetpiment.com



Afin de garantir sa bonne lisibilité, le logo ne doit pas être utilisé dans une taille inférieure à 30 mm de large. Le logo peut être disposé librement en respectant la zone de protection définie correspondant à la largeur de la dernière lettre «e» de «Thierache». Cette zone est prévue en fonction des zones de texte sans concerner une construction graphique.



on s'y attache
on s'y attache

Nuancier



CMJN 74/0/0/0 • RVB 0/183/237 • Pantone 3252 C • #00b6ed



CMJN 3/53/46/0 • RVB 237/146/127 • Pantone 177 C • #ed917e



CMJN 84/27/52/12 • RVB 0/128/123 • Pantone 340 C • #00807a



CMJN 60/51/21/67 • RVB 58/58/76 • Pantone 533 C • #3a3a4c



CMJN 60/92/0/0 • RVB 130/49/138 • Pantone 2612 C • #82318a

La Thierache

Charte graphique 2024 • www.roseetpiment.com

Nuancier / complémentaire



CMJN 0/26/85/0 • RVB 251/193/67 • #fbc143



CMJN 0/45/85/0 • RVB 243/157/64 • #f39d40



CMJN 0/72/62/0 • RVB 232/103/90 • #e8675a



CMJN 2/85/84/0 • RVB 225/68/53 • #Xe14435



CMJN 34/2/61/0 • RVB 189/209/133 • #bdd185



CMJN 73/24/50/7 • RVB 74/143/132 • #4a8f84



CMJN 59/0/24/0 • RVB 111/195/201 • #6fc3c9



CMJN 90/45/49/40 • RVB 16/81/88 • #105158



CMJN 50/48/12/1 • RVB 145/136/175 • #9188af



CMJN 33/61/62/35 • RVB 134/87/73 • #865749

La Thierache

Charte graphique 2024 • www.roseetpiment.com

Typographies



Charte graphique 2024 - www.roseetpiment.com

Typographies / édition

La typographie "Alwyn" est utilisée pour les titres et les textes des outils de communication.

Alwyn light abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789.,:;!?

Alwyn regular abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789.,:;!?

Alwyn bold abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789.,:;!?

La typographie "Fonarto" est utilisée pour les titres et les textes des outils de communication.

Fonarto light abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789.,:;!?

Fonarto regular abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789.,:;!?

La typographie "Bohemian" est utilisée pour les titres des outils de communication.

Bohemian a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , : ; ! ?

La Thierache

Charte graphique 2024 - www.roseetpiment.com



Changement de couleur



Changement de typographies



Déformation



Destructuration

SITE DE DESTINATION [TOURISME-THIERACHE.FR](https://www.tourisme-thierache.fr)

Le site officiel de la destination et sa partie site de séjour est disponible en responsive web-design (s'adapte automatiquement sur tous les supports numériques sur lequel il est consulté, notamment les tablettes et mobiles). 67,48% des internautes se sont connectés au site via un mobile.

Sa mise à jour vis à vis de la charte graphique a été effectuée en début d'année. Un espace presse y a également été ajouté.

Les données de référence sont, de nouveau, issues de Googles Analytics grâce au reparamétrage d'Helder Perreira (en stage durant 3 mois). Les données sont toutefois «tronquées» car véritablement remontées à partir de juin 2024. Pour rappel, les 6 premiers mois de l'année 2023 avaient été perdus lors du passage de Google Analytics 3 à Google Analytics 4 et les nouvelles données depuis n'étaient que partielles.

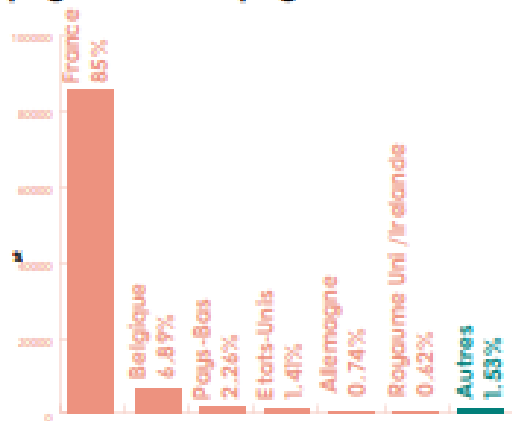
- Nombre de sessions : 126 687 (28 431 en 2022)
- Nombre de vues : 218 584
- Nombre de vues par session : 1.72
- Taux de rebond : 37.6% (61.21% en 2022)
- Nombre total d'utilisateurs : 101 067, dont 99 708 nouveaux et 11 497 connus. (17 992 en 2022)
- Nombre de vues par utilisateur actif : 2.17
- Nombre d'événements (clics, téléchargements, liens ...) : 750 287

NB : depuis la mise en application d'un bandeau d'acceptation des cookies en 2020, seuls les utilisateurs acceptant les cookies sont référencés.

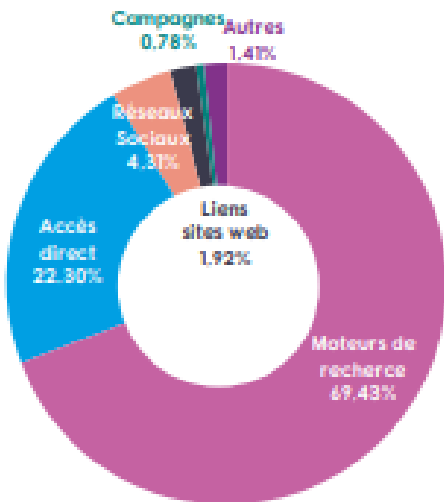
Top 5 des pages de détail les plus consultées (hors page d'accueil, pages de contenu CMS et pages de listes) :

1. Site abbatial de Saint-Michel
2. La cascade de Blangy
3. Maroilles Fauquet
4. Balade au Pays de Guise
5. Familistère de Guise

Provenance des internautes utilisateurs actifs sur le site de destination



Sources d'acquisition de trafic sur le site internet :



Appareils utilisés :

