

Aide départementale à « *L'Office de tourisme du futur* »

Le cahier de votre projet

Manuel de cadrage

Comment utiliser ce cahier et mener à bien votre projet ?

La démarche

A qui est destinée cette aide ?

Comment le Département et ses partenaires peuvent vous aider...

Avant de commencer tout projet...

p6

p6

p6

p7

P8

L'aide à la création ou à l'évolution des lieux d'accueil de l'OT

La nature de l'aide

Le cahier des charges

Le déroulement de votre projet

1- Les études préalables

1- Etude de faisabilité/programmation

2- Etudes d'accessibilité

3- Etudes techniques

2- La définition du projet

A - Un OT préservant et mettant en valeur le patrimoine

4- Signalétique

5- Qualité des extérieurs

6- Transport / accès à l'office

B - Un OT offrant confort, ergonomie et sécurité pour tous

7- Définition des espaces

8- Accessibilité

9- Ergonomie

10- Eclairage

11- Sécurité

12- Confort acoustique

13- Qualité de l'air

C - Un OT écologique qui limite son impact

14- Eco-construction

15- Performance énergétique et Qualité thermique

p9

p9

p10

p11

p12

p12

p12

p12

p13

p13

p13

p13

p13

p14

p14

p14

p15

p15

p16

p16

p16

p17

p17

p17

16- Gestion de l'eau	p18
17- Gestion des déchets	p18
D - Un OT proposant une expérience à vivre aux visiteurs et répondant à leurs nouvelles attentes	p19
18- Identité territoriale et spatiale	p19
19- Interprétation et médiation interactives et ludiques du territoire	p20
20- Intégration d'outils numériques	p20
21- Information hors les murs de l'OT	p21
3- La réalisation du projet	p22
A - Un OT solidaire qui favorise l'économie locale	p22
22- Economie locale	P22
23- Economie solidaire	p22
B - Un OT dont le chantier à un impact limité sur son environnement	p23
24- Organisation	p23
25- Nuisances	p23

L'aide à l'élaboration d'outils d'accueil

La nature de l'aide

p24

Le cahier des charges

p24

Le déroulement de votre projet

p25

1- Le choix de l'outil d'accueil

p26

A – Un outil répondant aux cibles et objectifs de la stratégie d'accueil

p27

B - Un outil s'inscrivant dans le contexte territorial

p27

C – Un outil intégré dans l'ensemble des supports existants

p27

2- Les guides ou brochures d'accueil

p28

A – Un guide bien conçu

p29

1- Points d'attrait du territoire

p29

2- Structuration

p29

3- Paramètres clés

p29

4- Offres touristiques et Informations pratiques

p30

5- Caractéristiques

p30

6- Style de rédaction

p30

7- Qualité du graphisme

p31

8- Qualité des visuels	p31
9- Complémentarité numérique	p31
B – Un guide répondant aux principes d'éco-impression	p32
10- Eco-communication	p32
11- Traduction en langues étrangères	p32
12- Diffusion	p32
13- Evaluation	p33
14- Evolution du guide	p33
3 - Les sites Internet dans leur fonction d'accueil	p34
A – Un site bien pensé	p35
1- Rôle et fonctionnalité	p35
2- Récolte, traitement et compatibilité de l'information	p35
3- Définition des ressources internes	p35
4- Liens avec les sites portails	p36
5- Adaptation aux différents supports	p36
6- Partie spécifique à la préparation du séjour	p36
7- Interaction possible avec les utilisateurs	p36
8- Technologies et Outils	p37
9- Qualité du graphisme	p37
10- Qualité des visuels	p37
B – Un site offrant une navigation optimale	p38
11- Sécurité des données	p38
12- Référencement	p38
13- Assistance	p38
14- Traduction en langues étrangères	p39
15- Evaluation	p39
16- Evolution du site	p39
4 - Les applications	p40
A – Une application fonctionnelle	p41
1- Caractéristiques	p41
2- Gestion des contenus	p41
3- Ressources internes	p41
4- Analyse du contexte	p41
5- Cadrage de l'application	p41
6- Rôles et fonctionnalités proposés	p42

7- Contenus	p42
8- Ergonomie et qualité du graphisme	p42
9- Lien avec les autres supports de communication	p43
10- Traduction de l'application	p43
B – Une application performante	p44
11- Fonctionnement hors ligne	p44
12- Disponibilité	p44
13- Contrat	p44
14- Analyse utilisateurs	p44
15- Promotion de l'application	p45
16- Evaluation	p45

Les modalités de financement

p46

Les financements

p46

Les modalités diverses

p47

Les modalités de l'Appel à Projets

p48

Où s'adresser ?

p49

Comment utiliser ce cahier et mener à bien votre projet ?

La démarche

Depuis 1993, le Département du Nord soutient les Offices de Tourisme (OT) et les Syndicats d'Initiative (SI) à la fois en fonctionnement, pour la réalisation de leurs dépliants d'appel et en investissement pour la mise en accessibilité de leurs structures d'accueil (personnes âgées, personnes handicapées...).

Aujourd'hui, le Département a décidé de procéder à une refonte complète de cette politique en s'appuyant sur le concept de « l'Office de tourisme du futur ». Il souhaite désormais proposer aux OT/SI une politique d'accompagnement reposant sur une véritable stratégie d'accueil à l'échelle de leur destination afin de leur permettre de faire face aux nouveaux défis qui sont les leurs : changement des pratiques et des attentes de la clientèle, développement d'Internet et des outils technologiques, évolution des métiers et des services attendus, entrée en vigueur des nouvelles normes de classement... Ce nouveau dispositif a également pour objectif de positionner le Nord comme une destination innovante en matière d'accueil.

La mise en œuvre d'un Office de tourisme du futur devra donc se traduire tant au niveau des lieux d'accueil que des services et outils qui seront proposés à la clientèle à la fois au sein de l'OT mais aussi hors de ses murs... Il se déclinera en un OT accessible à tous, plus convivial, plus durable, plus ergonomique, personnalisant l'accueil, redistribuant judicieusement l'information sur le territoire...et dont le projet repose sur une véritable stratégie d'accueil.

A qui est destinée cette aide ?

- aux Offices de tourisme ayant délégation de la compétence tourisme par leur collectivité de tutelle,
- aux Syndicats d'Initiative susceptibles d'évoluer vers un Office de Tourisme,
- aux regroupements ou associations d'Offices de tourisme.

Ces structures doivent en outre **appartenir au réseau de l'UDOTSI du Nord** et s'inscrire dans une démarche de labellisation, de qualification ou de certification (Agenda 21 proposée par l'UDOTSI, Qualité Tourisme™, normes ISO, ...).

Toute demande présentée par un autre porteur souhaitant bénéficier de cette aide sera soumise à l'approbation du Conseil départemental.

Comment le Département et ses partenaires peuvent vous aider...

Pour réaliser votre projet, le Département du Nord vous propose :

- **Un accompagnement technique par les équipes du Département et de ses partenaires** : l'UDOTSI (Union Départementale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative), l'ADRT (Agence de Développement et de Réservation Touristiques) et l'APF (Association des Paralysés de France).

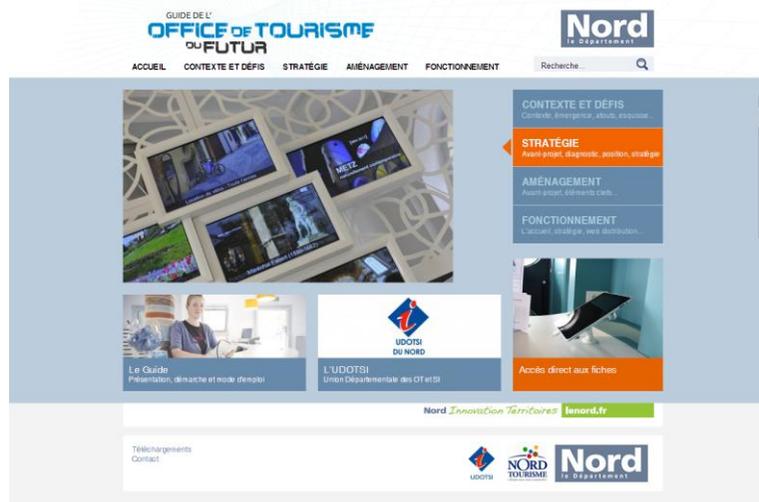
Le CRT (Comité Régional de Tourisme) Nord-Pas de Calais peut également vous apporter un appui technique en matière d'observation, de marketing, de promotion, ...

- **Une aide financière pour vos investissements et pour les études à réaliser préalablement** s'agissant :

- de la création ou l'évolution des lieux d'accueil de l'OT (lieux d'accueil grand public),
- de la conception et/ou l'édition d'outils d'accueil de la destination (guide d'accueil, application site internet).

- **Un guide internet de l'Office de Tourisme du Futur** consultable sur le site internet du Département du Nord : <https://otfutur.lenord.fr/>

Ce guide est une véritable « boîte à outils » qui permet d'accompagner et de conseiller les OT dans leur projet. Il permet également de télécharger l'intégralité des modalités de financement du dispositif d'aide à l'Office du Tourisme du Futur.



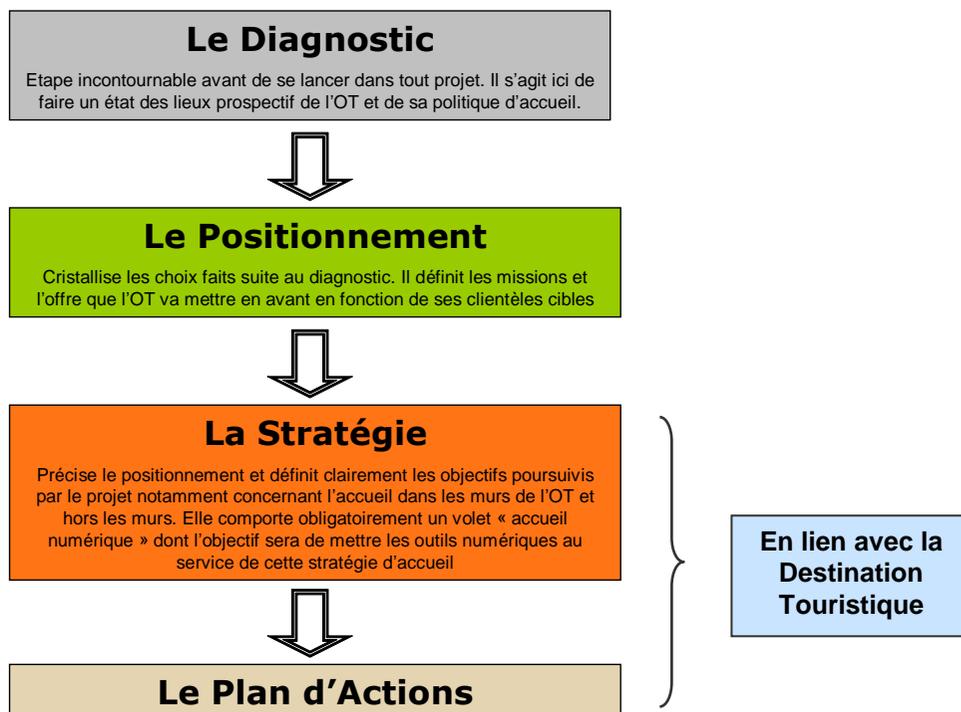
Avant de commencer tout projet...

Chaque projet doit reposer sur une véritable stratégie d'accueil de l'Office de tourisme

(Cf. **Fiche 13** – Etablir sa stratégie) : **préalable requis à tout projet de création/rénovation de l'OT ou d'élaboration d'outil(s) d'accueil.**

Face aux enjeux énumérés ci-dessus, le Département du Nord se propose d'accompagner les Offices de tourisme dans une **démarche de projet** afin qu'ils puissent repenser les lieux, le fonctionnement et l'accueil de leur structure. Pour cela, **la définition d'une stratégie d'accueil de l'OT**, elle-même découlant du diagnostic de sa structure et de son positionnement **est une condition préalable au soutien du Département du Nord.**

Le Département propose **d'accompagner** les OT pour l'élaboration de ces étapes préalables qui devront mettre en évidence les réponses à apporter aux enjeux de l'OT : évolution des métiers, nouveaux services rendus aux visiteurs, déclinaison d'outils numériques pour le consommateur touristique, ...



L'aide à la création ou à la rénovation/évolution des lieux d'accueil de l'OT

Une fois votre **stratégie d'accueil définie** et en adéquation avec celle-ci, le Département propose de vous accompagner pour aménager vos lieux d'accueil.

Cette aide cible tous les espaces dédiés à l'accueil du public :

- accueil,
- conseil et information,
- boutique,
- billetterie,
- vente,
- porte d'entrée de la destination/espace d'interprétation,
- espace de détente/convivialité,
- bagagerie/consigne,
- ...

La nature de l'aide

- Accompagnement technique du Département, de l'UDOTSI et de l'ADRT dans le **montage du projet**
- Conseil gratuit pour la **mise en accessibilité** de la structure dispensé par l'Association des Paralysés de France et accompagnement de l'OT dans l'aménagement à réaliser
- Aide financière à la réalisation d'**études** de faisabilité, techniques selon la nature du projet (stratégie d'accueil, diagnostic thermique, ergonomie, scénographie, ...) et/ou de **missions** (maîtrise d'œuvre)
- Aide financière à la réalisation des travaux de **création ou de rénovation ou d'évolution** des lieux d'accueil de l'OT : le front office* de l'Office de Tourisme (avec programmation des différents espaces) et le back office** immédiat (bureaux du front office)

*Le front office désigne l'espace dédié à l'ensemble des actions, fonctions ou tâches liées à la vente se faisant en contact avec le client.

**Par opposition, le back office désigne l'espace dédié à l'ensemble des tâches administratives ou logistiques liées à la vente

Le cahier des charges

Afin de vous guider dans la création ou l'évolution de votre structure, un **cahier des charges** spécifique a été élaboré, prenant en compte les différentes thématiques relatives à l'évolution des Offices de tourisme : nouveaux services aux visiteurs, intégration du numérique, développement durable, accessibilité...

Le cahier des charges vous donnera :

- des indications précises et quantifiables,
- des orientations plus générales, des directions à suivre qui seront précisées par des exemples et les fiches du « guide internet de l'Office de tourisme du futur »,
- des exigences à prendre en compte et sur lesquelles le Département s'appuiera pour l'instruction du projet.

Le Département vous encourage également à aborder le fonctionnement durable de votre structure, élément indispensable de sa bonne gestion, en adoptant les bonnes pratiques exposées dans le « guide internet de l'Office de tourisme du futur ».

Principe d'organisation du cahier des charges :

Critère	Indicateurs	Pour y parvenir / Pièces à fournir
N° et nom	Eléments à prendre en compte pour votre projet	Apporte des précisions sur la marche à suivre pour compléter son dossier de demande de subvention. Fait le lien avec les éléments/documents à fournir pour l'instruction du dossier (en bleu) Fait le lien avec le guide internet OT du Futur et les fiches détaillant certains sujets (en orange)

Le déroulement de votre projet

Le cahier des charges est organisé en 3 étapes chronologiques logiques :

1- les études préalables

Il s'agit du temps des diagnostics et de l'étude de la faisabilité de votre projet

A - Un projet bien étudié en amont

2- la définition du projet

Il s'agit de la phase de conception et de définition de votre projet (plans, descriptifs, autorisations à obtenir...)

A - Un OT préservant et mettant en valeur le patrimoine

B - Un OT offrant confort, ergonomie et sécurité pour tous

C - Un OT écologique qui limite son impact

D - Un OT proposant une expérience à vivre aux visiteurs et répondant à leurs nouvelles attentes

3- la réalisation du projet

Il s'agit du temps des marchés de travaux ou d'aménagement à lancer puis du chantier à suivre

A - Un OT solidaire qui favorise l'économie locale

B - Un OT dont le chantier a un impact limité sur son environnement

1- Les études préalables

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
1- Etude de faisabilité / programmation	Définition des conditions de réussite du projet et notamment les différents espaces et fonctions de l'OT au regard des attentes des clientèles : <ul style="list-style-type: none"> - Ciblage des attentes par rapport aux différentes clientèles, - Fonctions génériques / préprogramme / dimensionnement / principes d'organisation, - ... 	Recours à un bureau d'études spécialisé possible Appui technique UDOTSI, ADRT Fiche 11 - Réaliser son diagnostic Fiche 18 - Comment définir le projet des lieux d'accueil ? Fiche 21 - Mettre en place un processus de veille
2- Etudes d'accessibilité	Diagnostic préalable pour une prise en compte optimale de l'accessibilité des lieux : <ul style="list-style-type: none"> - Flux et mobilités - Accès en général : arrivées – arrêts – attentes (extérieure et intérieure), - Accessibilité pour tous en lien avec le label national Tourisme et Handicap (Cf. critère 8). 	Appui technique de l'APF en vue de la réalisation d'un compte-rendu de visite (diagnostic des lieux et préconisations) Fiche 37 - La loi sur l'égalité des chances du 11/02/2005 Fiche 38 - Les personnes en situation de handicap Fiche 39 - Principes d'aménagement pour les différents types de handicap Fiche 40 - Le label Tourisme et Handicap
3- Etudes techniques	Missions particulières et/ou additionnelles : <ul style="list-style-type: none"> - Stratégie d'accueil numérique, - Scénographie, - Outils d'interprétation, - Aménagement ergonomique des locaux, - Analyse environnementale/recherche de solutions (eau, énergie, bruit & acoustique, matériaux,...), - Etude thermique, diagnostic de performance énergétique, - Etude paysagère, - ... 	Un accompagnement technique professionnel : <ul style="list-style-type: none"> - Architecte d'intérieur, - Scénographe, - Décorateur, - Designer, - Graphiste, - Eclairagiste, - Professionnel des TIC et des environnements numériques Fiche 19 - Le programme de construction Fiche 20 - Le pilotage du projet de construction par le maître d'ouvrage Fiche 34 - Valorisation architecturale et scénographique des lieux d'accueil

2- La définition du projet

A – Un OT préservant et mettant en valeur le patrimoine

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
4 - Signalétique	L'OT est immédiatement identifiable de par une signalétique extérieure de qualité conformément : mention « Office de Tourisme » et logo de la Fédération des Offices de Tourisme de France obligatoires.	<p>Fiche 19 - Le programme de construction</p> <p>Fiche 23 - Les extérieurs de l'Office de Tourisme</p>
5 - Qualité des extérieurs	<p>L'OT est parfaitement intégré dans son environnement immédiat.</p> <p>En Rénovation : réalisation d'un diagnostic visuel et paysager de l'OT qu'il s'agisse du bâti, de mobilier urbain, de plantations, ...</p> <p>Les espèces végétales utilisées sont d'origine locale. Les affichages extérieurs sont réduits et maîtrisés. Les vitrines sont attractives, communicantes et incitatrices.</p>	<p>Appui technique du CAUE</p> <p>Fiche 23 - Les extérieurs de l'Office de Tourisme</p> <p>Fiche 33 - Les vitrines</p>
6 - Transport / accès à l'office	<p>Dans le cas d'une création, l'accessibilité du site est déterminante dans le choix du lieu d'implantation : facilité d'accès et de stationnement, pas de rupture entre les différents modes de déplacement...</p> <p>Les visites à partir de l'OT se font en priorité grâce aux liaisons douces.</p> <p>Un espace est aménagé aux abords de l'OT pour les vélos.</p> <p>Les cheminements extérieurs sont parfaitement accessibles à tous.</p>	<p>En cas de création, justifier l'accessibilité du lieu choisi pour l'implantation de l'OT</p> <p>Identifier dans les plans un espace de stationnement vélos</p> <p>Fiche 62 - Territoire et mobilités</p>

B- Un OT offrant confort, ergonomie et sécurité pour tous

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
7 - Définition des espaces	<p>L'organisation globale du projet et les choix de positionnement des espaces sont en adéquation avec le cadrage préalable effectué au regard du parcours client et de ses besoins :</p> <ul style="list-style-type: none"> - entrée/accueil, - conseil/information, - interprétation de la destination, - boutique, - billetterie, vente, - espace de détente/convivialité, - espace enfant, - bagagerie/consigne, - sanitaires, - back office, ... - <p>Les différents espaces de l'OT sont clairement identifiables (utilisation contrastes couleurs, cheminement, signalétique...).</p>	<p>Réalisation d'un programme de définition des espaces comprenant un tableau Besoins → Espaces → Fonctions → Aménagements et d'un schéma des flux et des futurs espaces de l'OT.</p> <p>Possibilité de recourir aux services d'une équipe pluridisciplinaire (scénographe, architecte d'intérieur, décorateur, designer...)</p> <p>Fiche 24 - Principes et règles pour les espaces d'accueil et d'information Fiche 26 - Les espaces enfants Fiche 27 - Une boutique dans l'Office Fiche 28 - Quelques idées pour créer un espace convivial Fiche 29 - Un espace de travail et d'accueil de qualité Fiche 52 - La vitrine interactive pour informer, interpeler, animer...</p>
8 - Accessibilité	<p>En rénovation, l'APF réalise un entretien et une visite préalables. En création, une étude du projet est réalisée par l'APF.</p> <p>Dans le cadre d'une rénovation, l'OT s'engage dans une démarche de labellisation « Tourisme & Handicap » pour au moins 2 déficiences qu'il s'agisse du bâti, des aménagements et équipements intérieurs ou des outils (notamment numériques).</p> <p>Dans le cadre d'une création, l'OT s'engage dans une démarche de labellisation « Tourisme & Handicap » pour les 4 déficiences qu'il s'agisse du bâti, des aménagements et équipements intérieurs ou des outils (notamment numériques).</p>	<p>Rapport de visite de l'APF (diagnostic et préconisations)</p> <p>Les choix des types de déficiences traitées apparaîtront dans le programme d'aménagement ou de construction</p> <p>Fiche 39 - Principes d'aménagement pour les différents types de handicap Fiche 40 - Le label Tourisme et Handicap</p>

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
9 - Ergonomie	<ul style="list-style-type: none"> - Les formes arrondies sont à privilégier au maximum (éviter les angles droits et les formes rectangulaires) pour le mobilier d'accueil. - Les écrans tactiles sont inclinés (et non disposés à plat). - Les espaces d'accueil et de travail respectent les exigences réglementaires. - La conception du mobilier est adaptée à la fonction de l'espace dans lequel il se trouve. - Les postures contraignantes régulières (du personnel de l'OT) sont identifiées et des solutions d'amélioration sont mises en œuvre. - Les éventuels postes de travail sont disposés perpendiculairement aux fenêtres. 	<p>Tableau reprenant les espace / les fonctions et services / surfaces nécessaire</p> <p>Préciser les détails techniques relatifs au confort et à la sécurité du mobilier</p> <p>Fiche 24 - Principes et règles pour les espaces d'accueil et d'information</p> <p>Fiche 29 - Un espace de travail et d'accueil de qualité</p> <ul style="list-style-type: none"> - respect de la norme NF X35-10 sur les surfaces de travail minimales utiles - respect de la norme NF EN 527-1 sur les dimensions des postes de travail <p>Fiche 30 - Principes d'ergonomie</p>
10 - Eclairage	<p>L'éclairage naturel est favorisé, dans tous les cas, mais maîtrisé de manière à éviter tout éblouissement. Les ouvertures sont étudiées en relation avec la qualité des vues, l'adéquation aux fonctions et le respect du site.</p> <p>L'éclairage artificiel des espaces de travail est adapté pour procurer confort visuel et ambiance spécifique. Il concilie durabilité et consommation en énergie. Il est modulable en intensité et en nombre.</p> <p>L'éclairage extérieur est coupé automatiquement à 23h, excepté celui indispensable aux besoins de sécurité.</p>	<p>Tous les choix d'éclairage sont précisés dans le programme d'aménagement ou de construction.</p> <p>Une étude d'éclairage peut être menée.</p> <p>Fiche 31 - L'éclairage naturel</p> <p>Fiche 32 - L'éclairage artificiel</p>

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
11 - Sécurité	<p>Les aménagements et les équipements facilitent l'accueil de tous les publics et du personnel et les prémunissent au maximum des accidents et des risques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les lieux d'accueil sont construits sur un même niveau, sans dénivelé. Sinon marches et ruptures de niveaux sont restreintes, évitées ou signalées, - si possible, la largeur des espaces de circulation est supérieure à 90 cm et toujours en conformité au règlement de sécurité. <p>Une attention particulière est portée à la sécurité lors du choix des mobiliers, spécialement pour le choix du mobilier destiné aux enfants : tous les angles saillants et vifs sont supprimés des espaces de circulation.</p>	<p>Réalisation obligatoire d'un Document Unique d'évaluation des risques</p> <p>Fiche 29 - Un espace de travail et d'accueil de qualité</p> <p>Fiche 30 - Principes d'ergonomie</p>
12 - Confort acoustique	<p>Les éventuelles sources de bruits externes et internes sont identifiées et des dispositions (techniques, aménagement, organisation...) sont prises pour réduire les bruits les plus gênants pour les visiteurs et le personnel de l'OT.</p> <p>Les éventuels outils de promotion, d'information ou d'interprétation sonores sont équipés de dispositifs permettant d'assurer un meilleur confort acoustique (ex : casques,...).</p>	<p>Fiche 29 - Un espace de travail et d'accueil de qualité</p>
13 - Qualité de l'air	<p>La qualité de l'air fait l'objet d'une attention particulière afin de garantir le confort et la santé du personnel de l'OT et des visiteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - système de ventilation des locaux adapté, - purification et/ou humidification si besoin. 	

C - Un OT écologique qui limite son impact

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
14 - Eco-construction	<p>Les principes bioclimatiques sont pris en considération dans la conception du projet d'aménagement ou de construction :</p> <ul style="list-style-type: none"> - orientations des espaces selon leurs fonctions, - isolation et capacité d'absorption thermique, - ventilation et équilibre hygrométrique, - mise en œuvre d'éco-matériaux, - bois de construction et mobiliers éco labellisés FSC ou PEFC. <p>Les équipements, le mobilier et les éléments de décoration choisis par l'OT ont un faible impact sur l'environnement (filière courte de transport...) et sur la qualité de l'air (choix d'équipement labellisés NF Env., EU ecolabel...).</p> <p>De préférence et dans la mesure du possible, les matériaux employés sont d'origine naturelle, peu transformés, recyclés ou recyclables, et privilégient les ressources régionales.</p>	<p>Fiche 43 - La construction bioclimatique et à faible impact environnemental</p> <p>Fiche 44 - Les éco-matériaux</p>
15 - Performance énergétique et Qualité thermique	<p>Dans tous les cas une ETUDE THERMIQUE est à réaliser.</p> <p><i>Pour une rénovation :</i> Un diagnostic de performance énergétique préalable est établi avec l'appui d'un conseiller indépendant et spécialisé. Ses conclusions permettent d'initier la mise en œuvre d'un programme de réhabilitation énergétique afin d'atteindre un niveau de performance conforme à la réglementation applicable au projet.</p> <p><i>Pour une création :</i> Le bâtiment atteint au minimum une performance énergétique inférieure de 10% à la R.T 2012.</p>	<p>Fiche 41 - La Réglementation Thermique</p> <p>Fiche 42 - La basse consommation énergétique des bâtiments.</p> <p>Fiche 45 - Le chauffage des bâtiments.</p> <p>Fiche 46 - Les « ecolabels »</p> <p>Points spécifiques à examiner :</p> <ul style="list-style-type: none"> - qualité des menuiseries extérieures : - traitement et/ou suppression des ponts thermiques - qualité de l'isolation et des isolants d'origine naturelle - climatisation interdite, voir critère 17 <p>Etude thermique</p>

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
16 – Gestion de l'eau	<p>La qualité de l'eau est vérifiée au moins une fois par an.</p> <p>Le réseau de distribution est le plus court possible.</p> <p>La distribution de l'eau se fait par des systèmes économes.</p>	<p>Fiche 75 - La gestion de l'eau</p>
17 - Gestion des déchets	<p>Les déchets sont systématiquement triés.</p> <p>Les circuits de cheminements et de stockage sont identifiés et compréhensibles par tous.</p> <p>Les espaces de stockage sont dissimulés et bien isolés des lieux de travail.</p>	

D – Un OT proposant une expérience à vivre aux visiteurs et répondant à leurs nouvelles attentes

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
<p>18 - Identité territoriale et spatiale</p>	<p>L'agencement de l'OT valorise le patrimoine et son territoire de destination, favorisant ainsi l'immersion du visiteur dans une expérience partagée et novatrice :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les images touristiques emblématiques sont mises en valeur de façon innovante pour donner du sens - les traits de caractère de la culture et des savoir-faire locaux sont utilisés dans la création des différents espaces - les aménagements extérieurs et intérieurs, la décoration intérieure ainsi que les matériaux utilisés s'appuient en partie sur une démarche de création et mettent en avant une thématique ou le patrimoine. <p>Des éléments de récupération et/ou d'éco-design peuvent être utilisés dans la décoration de l'OT et son équipement mobilier.</p>	<p>Recourir aux services d'une équipe pluridisciplinaire (scénographe, architecte d'intérieur, décorateur, designer...)</p> <p>Fiche 19 - Le programme de construction</p> <p>Fiche 20 - Le pilotage du projet de construction par le maître d'ouvrage</p> <p>Fiche 33 - Les vitrines</p> <p>Fiche 34 - Valorisation architecturale et scénographique des lieux d'accueil</p> <p>Fiche 35 - Les cartes et maquettes du territoire</p> <p>Fiche 36 - Eco-design : nouvelles tendances de décoration</p>

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
<p>19 - Interprétation et médiation interactives et ludiques du territoire</p>	<p>Des procédés de mise en scène et de théâtralisation de l'information sont utilisés pour rendre l'OT plus vivant et plus attractif.</p> <p>Des outils d'interprétation et de médiation innovants, proposant une approche multimédia et multi-sensorielle sont utilisés pour séduire le visiteur et lui faire découvrir le territoire :</p> <ul style="list-style-type: none"> - projections, - maquettes, - espaces immersifs (outils tactiles, olfactifs, sonores, visuels jeux interactifs, ...), - ... 	<p>Fiche 34 - Valorisation architecturale et scénographique des lieux d'accueil</p> <p>Fiche 35 - Les cartes et maquettes du territoire</p> <p>Fiche 65 - Les productions locales identitaires</p>
<p>20 - Intégration d'outils numériques</p>	<p>L'implantation d'outils numériques dans l'OT répond à la stratégie d'accueil / d'accueil numérique, définie au préalable.</p> <p>Dans tous les cas, « l'humain » doit rester au cœur de l'accueil.</p> <p>Les outils numériques sont parfaitement intégrés dans l'aménagement global de l'OT (aménagements, mobiliers, ...).</p> <p>Les outils numériques délivrent une information qualifiée, à jour et accessibles à tous.</p> <p>Une partie du budget dédié aux outils numériques est consacré à l'accompagnement du personnel de l'OT dans la mise en œuvre du référencement et de l'animation des réseaux sociaux.</p> <p>Le recours à un prestataire pour former les équipes au référencement et à l'animation des réseaux sociaux est conseillé.</p>	<p>Ecriture d'une stratégie d'accueil numérique – études (quel outil, à quel endroit dans l'OT, pour quel message adressé à qui...)</p> <p><i>Conseil</i> : Associer l'équipe de l'OT aux réflexions relatives à l'intégration d'outils numériques dès le départ.</p> <p>Fiche 47 - Stratégie et outils de l'accueil numérique</p> <p>Fiche 48 - La borne interactive</p> <p>Fiche 49 - Les tablettes tactiles</p> <p>Fiche 50 - Les tables interactives</p> <p>Fiche 51 - Les jeux interactifs</p> <p>Fiche 52 - La vitrine interactive pour informer, interpeller, animer...</p> <p>Fiche 56 - La distribution numérique</p> <p>Recours possible à une assistance à maîtrise d'ouvrage pour la rédaction d'un cahier des charges précis et spécifique relatif aux connexions et au réseau</p>

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
21 - Information hors des murs de l'OT	<p>L'OT a développé une stratégie d'accueil hors de sa (ou ses) structure(s) bâtie(s).</p> <p>Il est possible d'avoir facilement accès à l'information (papier ou numérique) lorsque l'OT est fermé.</p> <p>Il est possible d'avoir facilement accès à l'information (papier ou numérique) dans les lieux fréquentés (sites touristiques, hébergements,...).</p> <p>L'OT a intégré à sa stratégie la possibilité d'avoir des conseillers en séjour mobiles.</p>	<p>Fiche 47 - Stratégie et outils de l'accueil numérique</p>

3- La réalisation du projet

A - Un OT solidaire qui favorise l'économie locale

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
22 - Economie locale	<p>Pour les travaux, le choix du maître d'ouvrage se porte prioritairement vers des prestataires locaux.</p> <p>Les mobiliers, éléments de décoration et équipements valorisent un savoir-faire local ou sont produits localement.</p> <p>La boutique de l'OT valorise les produits locaux.</p>	<p>Fiche 27 - Une boutique dans l'Office</p> <p>Fiche 65 - Les productions locales identitaires</p>
23 - Economie solidaire	<p>Au minimum, une prestation et/ou un service utile à la réalisation et/ou au fonctionnement de l'OT, est externalisée auprès de prestataires choisis dans les réseaux d'insertion et/ou d'aide aux personnes handicapés.</p> <p>L'OT accepte les chèques vacances dans le cadre de la vente de ses prestations.</p>	

B - Un OT dont le chantier a un impact limité sur son environnement

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
24 - Organisation	<p>Le maître d'ouvrage ou le maître d'œuvre informe et sensibilise les entreprises sur ses exigences en matière de respect de l'environnement.</p> <p>Il veille au respect de ces exigences tout au long du chantier.</p>	Règlement de chantier
25 - Nuisances	<p>Les déchets produits par le chantier sont triés puis éliminés de la manière la mieux adaptée : la valorisation matière est privilégiée et aucun déchet n'est brûlé.</p> <p>Des procédés et des produits adaptés sont utilisés pour éviter la pollution des sols.</p> <p>Une attention particulière est accordée aux nuisances sonores et des parades sont mises en place.</p>	

L'aide à l'élaboration d'outils d'accueil

Une fois votre stratégie d'accueil définie et afin d'encourager la production de supports de communication innovants, le Département du Nord peut vous accompagner dans la réalisation d'outils d'accueil.

Une multitude d'outils sont à la disposition des Offices, le Département a décidé de porter son accompagnement sur :

- Les guides ou brochures d'accueil touristique,
- Les sites internet liés à une destination touristique,
- Les applications mobiles de destination ou thématiques.

La nature de l'aide

- Accompagnement technique du Département, de l'UDOTSI et de l'ADRT dans le **montage du projet**
- Aide financière à la réalisation d'**études préalables** (ex. : stratégie d'accueil numérique...)
- Aide financière à la **conception et à la réalisation** de l'outil d'accueil

Le cahier des charges

Afin de vous guider dans la création ou l'évolution de votre structure, un **cahier des charges** spécifique a été élaboré, prenant en compte les différentes thématiques relatives aux outils d'accueil

Le cahier des charges vous donnera :

- des indications précises et quantifiables,
- des orientations plus générales, des directions à suivre qui seront précisées par des exemples et les fiches du « guide internet de l'Office de tourisme du futur »,
- des exigences à prendre en compte et sur lesquels le Département s'appuiera pour l'instruction du projet.

Le Département vous encourage également à adopter les bonnes pratiques exposées dans le « guide internet de l'Office de tourisme du futur ».

Principe d'organisation du cahier des charges :

Le cahier des charges, défini sous forme de tableau, présente les critères à respecter pour élaborer et réaliser un outil d'accueil

Critère	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
N° et nom	Eléments à prendre en compte pour votre projet	Apporte des précisions sur la marche à suivre pour compléter son dossier de demande de subvention. Fait le lien avec les éléments/documents à fournir pour l'instruction du dossier (en bleu) Fait le lien avec le guide internet OT du Futur et les fiches détaillant certains sujets (en orange)

Le déroulement de votre projet

1- Le choix de l'outil d'accueil

- A** – Un outil répondant aux cibles et objectifs de la stratégie d'accueil
- B** – Un outil s'inscrivant dans le contexte territorial
- C** – Un outil intégré dans l'ensemble des supports existants

2- Les guides ou brochures d'accueil

- A** – Un guide bien conçu
- B** – Un guide répondant aux principes d'éco-impression

3 - Les sites Internet dans leur fonction d'accueil

- A** – Un site bien pensé
- B** – Un site offrant une navigation optimale

4 - Les applications

- A** – Une application fonctionnelle
- B** – Une application performante

1 – Le choix de l’outil d’accueil

A – Un outil répondant aux cibles et objectifs de la stratégie d’accueil

Afin de préparer la réalisation du ou des outils d’accueil, l’Office devra avoir intégré, dans sa stratégie d’accueil, une stratégie pour le ou les outil(s) d’accueil à réaliser. Cette stratégie devra prendre en compte les éléments suivants :

- La définition des cibles

Les cibles visées et leurs attentes ont été définies de manière détaillée par typologie d’utilisateurs (touristes, habitants, professionnels,...)

- La définition des objectifs

Les objectifs généraux et spécifiques à chaque cible ont été définis pour chaque outil d’accueil de manière détaillée

B – Un outil s’inscrivant dans le contexte territorial

Le territoire couvert par l’outil d’accueil s’inscrira dans la stratégie d’accueil développée. Il doit correspondre à une logique de destination pertinente pour le touriste (un nom de destination bien identifié, un positionnement clair, une offre touristique suffisante, ...)

C - Un outil intégré dans l’ensemble des supports existants

L’outil projeté s’intégrera logiquement et de manière complémentaire dans l’ensemble des supports de communication existants ou prévus sur le territoire (pas de doublon).

Pour en savoir plus, consultez les fiches du guide :

Fiche 1 - La loi du 23 décembre 1992 et le Code du tourisme

Fiche 15 - Le nouveau marketing touristique territorial

Fiche 16 - Les différents types de « clients » des Offices et les services possibles

Fiche 6 – Définir sa stratégie pour les outils d’accueil

2 – Les guides ou brochures d'accueil

Un guide d'accueil touristique est un document papier visant à mettre en valeur de manière originale et attractive les points forts d'un territoire en les reliant à une offre touristique bien identifiable afin d'offrir au touriste un ensemble de propositions qui enrichiront son expérience de la destination.

Le Département vous propose de vous accompagner dans la conception, l'édition d'un guide d'accueil (répondant à une échelle touristique cohérente) et à ses éventuelles déclinaisons numériques.

Pour en savoir plus sur les guides d'accueil, consultez la fiche du guide :

Fiche 55 – Les livrets et guides d'accueil

A – Un guide bien conçu

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
1 – Points d’attrait du territoire	<p>L’Office a identifié les thématiques fortes du territoire qui pourront être mises en avant dans le guide.</p> <p>A partir de ces points d’attrait, l’Office imagine des propositions de découverte qualifiées et innovantes qui doivent faire rêver le touriste. L’objet est ici d’inciter les touristes à se lancer dans des expériences à vivre sur le territoire.</p>	<p>Quelques conseils pour faire rêver le touriste dans la fiche suivante</p> <p>Fiche 55 - Les livrets et guides d’accueil Fiche 53 - Segmentation affinitaire et qualification de l’information</p>
2 - Structuration	<p>Le guide est structuré avec un sommaire bien organisé.</p> <p>Il peut avoir des entrées de différents types :</p> <ul style="list-style-type: none"> - sur les thématiques identifiées (nature, histoire, gastronomie, fêtes), - sur les publics : familles, enfants, randonneurs, - sur le temps disponible : que faire en 2 h, que faire une après-midi, un programme pour une semaine,... <p>Un mode de repérage est défini : code couleur, onglet, cartouche bien identifié pour que le lecteur puisse s’y retrouver facilement.</p>	<p>Fiche 55 - Les livrets et guides d’accueil</p>
3 - Paramètres clés	<p>En lien avec les objectifs et les publics ciblés, l’office de tourisme a défini :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le format (guide de voyage, road book,...), - le nombre d’exemplaires, - les langues et le mode de réalisation. 	<p>Fiche 55 - Les livrets et guides d’accueil</p>

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
4 - Offres touristiques et informations pratiques	<p>Le guide propose, pour chacune des thématiques des « offres touristiques » bien identifiables.</p> <p>Le guide simplifie l'accès aux prestations des professionnels et contenir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des informations pratiques (tarifaires, contacts, horaires, ...), - des indications (accessibilité, carte, plans ...) pour préparer l'arrivée sur le territoire et le pratiquer au quotidien. 	<p>Fiche 55 - Les livrets et guides d'accueil</p> <p>Pour le terme « offre touristique » Prenez en compte que le terme « offre touristique » peut correspondre à une définition large (marchande ou non) des propositions pour « pratiquer et consommer le territoire ». Cela peut être des informations pour aller découvrir un site, pour réaliser une excursion jusqu'à la proposition d'un produit packagé.</p>
5 - Caractéristiques	<p>Le guide contient, dans le texte et pour chaque thématique, des éléments originaux et complémentaires, par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des conseils - des anecdotes - des histoires - des informations insolites 	<p>Fiche 55 - Les livrets et guides d'accueil</p>
6 - Style de rédaction	<p>Le mode de rédaction utilisé est percutant. Il met l'accent sur le ressenti, le conseil et l'expérience. Il contribue à donner du sens au voyage en décrivant des ambiances, des histoires, des sensations... Il peut être décalé, narratif,...</p> <p>L'important est d'inviter à la découverte du territoire.</p>	<p>Fiche 55 - Les livrets et guides d'accueil</p> <p>Le vocabulaire que l'on peut utiliser pour donner envie : Se balader, découvrir, déguster, contempler, admirer, s'amuser partager, apprendre, se reposer, flemmarder, fainéanter, faire la fête, s'immerger dans la nature, participer à un spectacle, se dépenser, se donner à fond, se promener avec bébé, les enfants, rencontrer, imaginer, remonter le temps, découvrir à vélo, en voiture, écouter une histoire,...</p>

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
7 - Qualité du graphisme	<p>Le graphisme s'adapte aux différents supports utilisés (smart-phone, tablette,...).</p> <p>La qualité du graphisme prend en compte les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la définition d'une charte graphique (couleurs, logo, éléments graphiques, mise en page, titres, pictogrammes, ...) en lien avec la charte de l'OT, - les contenus (présentation légère, sous titres), - les illustrations (voir critère suivant). 	
8 - Qualité des visuels	<p>Une attention particulière est portée au choix des visuels. Ils se composent d'illustrations percutantes, particulièrement représentatives et de qualité professionnelle avec une qualité des cadrages, des traitements, des ambiances et de la mise en scène des personnages ...</p> <p>Les supports numériques sont fournis avec les fichiers sources en haute définition (au minimum 2200 pixels/ côté long).</p>	<p>Faites appel à un photographe professionnel de l'image promotionnelle (brochure, magazine, publicité,...).</p> <p>Conseil : faire réaliser les photos après avoir définis les messages que vous souhaitez faire passer.</p>
9 - Complémentarité numérique	<p>Le guide établit un lien avec l'information numérique.</p> <p>Il existe une version PDF du guide. Il est disponible en téléchargement depuis le site internet de l'OT et peut être lisible sur smart phone et tablettes.</p> <p>Plusieurs autres solutions sont possibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une version interactive et enrichie (vidéos, liens, etc.) du guide est disponible en consultation sur le site internet de l'OT, - une application permettant d'introduire sur le guide des principes de réalité augmentée et de liens avec différents supports numériques (vidéos, carte, audio, reconstitution 3D,...) visualisables sur smart phone et tablettes. 	<p>Fiche 55 - Les livrets et guides d'accueil</p>

B – Un guide répondant aux principes d'éco-impression

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
10 - Eco-communication	<p>Le guide est imprimé sur papier certifié (certification environnementale reconnue) et /ou recyclé écologiquement.</p> <p>L'imprimeur retenu est engagé dans une démarche environnementale reconnue (Imprim'vert, ISO 14001).</p> <p>Attention également</p> <ul style="list-style-type: none"> - au nombre d'exemplaires et au suivi des stocks pour éviter les gaspillages, - aux formats, classiques de préférence pour éviter les gaspillages de papier à la coupe, - aux aplats de couleurs (préférences aux couleurs sobres), - aux emballages et au transport (à limiter), - aux certifications et labellisations utilisés. 	<p>Fiche 63 - La communication en tourisme durable</p>
11 – Traduction en langues étrangères	<p>Le guide est également réalisé dans une version en Anglais.</p> <p>Selon les caractéristiques du marché touristique local, il est réalisé dans une autre langue.</p> <p>Les réalisations multilingues (par exemple : pages avec une partie en Français et une partie en Anglais) sont à proscrire.</p>	
12 - Diffusion	<p>Le système de distribution est adapté à la fréquentation du territoire.</p> <p>Les lieux opportuns de distribution (notamment le réseau professionnel) du guide sont identifiés.</p> <p>Les quantités sont définies en amont avec les professionnels.</p> <p>Un plan de diffusion et réapprovisionnement est élaboré.</p>	

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
13 – Evaluation	<p>L'OT met en place un système d'évaluation du guide d'accueil par les utilisateurs et les professionnels du tourisme par rapport notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> - à la quantité d'exemplaires réalisés, - aux lieux de distribution, - à la pertinence des informations fournies, - à la qualité et l'intérêt général du guide, - aux types d'utilisation des visiteurs. 	
14 – Evolution du guide	<p>L'OT prévoit dans son projet la manière dont va vivre et évoluer le guide.</p> <p>Il est conseillé de prévoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - un bilan du guide, - la mise à jour du guide, - la gestion des données, - l'évolution du guide en fonction de l'utilisation des visiteurs. 	

3 - Les sites Internet dans leur fonction d'accueil

Un site Internet est la représentation d'une destination touristique pertinente pour le touriste (un nom de destination bien identifié, un positionnement clair, une offre touristique suffisante, ...). Il doit être attractif, doté de fonctions adaptées pour chaque cible d'utilisateurs et permet, avec eux, un échange continu d'informations et de données.

Il peut être relié, en amont, à des bases de données et en aval à un ensemble de canaux de communication (réseaux sociaux, sites internet, documents imprimés régulièrement...), outils de CRM, de cartographie, ...

Le Département vous propose de vous accompagner dans la conception, la mise en ligne d'un site doté de performances adaptés aux cibles et aux enjeux territoriaux et répondant à une échelle touristique cohérente.

A – Un site bien pensé

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
1 - Rôles et fonctionnalités	<p>Les rôles dédiés au site (vendre, donner envie, informer, être un portail, être un site brochure...) sont définis.</p> <p>Les fonctionnalités à mettre en place à travers le site vers les différents types d'utilisateurs sont identifiées et doivent concorder avec les objectifs définis.</p>	<p>Architecture générale du site</p> <p>Dossier d'information sur différentes fonctionnalités :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Information détaillée, - Localisation, GPS, - Téléphone, internet, - Commercialisation, réservation, - Zone réservée d'information pour les professionnels, - Forum professionnel..., - Connexion aux bases de données.
2 - Récolte, traitement et compatibilité de l'information	<p>La méthode de recueil de l'information et de création des contenus est précisée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quelles sont les informations à récolter ? - Qui le fait et comment ? - Comment peut-on qualifier cette information ? - Comment cette information est-elle restituée ? - Qui fait la mise à jour et comment ? - De quelle manière et avec quels outils assure-t-on les interactions avec les bases de données territoriales (Cf. le futur « entrepôt de données » régional « L'Atelier »). 	<p>Fiche 54 - Les bases de données</p>
3 - Définition des ressources internes	<p>L'Office de tourisme a défini :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les modalités d'intervention du personnel sur le site (avant et après la mise en ligne), - les besoins en formation des intervenants sur le site, - les ressources humaines nécessaires pour la gestion de l'interactivité avec les visiteurs du site. 	

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
4 - Liens avec des sites portails	<p>Les liens établis avec les autres territoires et destinations sont pertinents :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les territoires « destinations » voisins, - les destinations pertinentes représentant des zones géographiques plus importantes (destination régionale supra, zones de Parc, destination supra telle que la Côte d'Opale par ex...). 	
5 - Adaptation aux différents supports	<p>Les contenus et le graphisme du site Internet s'adaptent aux différents écrans de lecture Smartphone, tablette, ordinateur.</p>	<p>Il est demandé de travailler en « responsive design » pour une adaptabilité aux différents supports.</p>
6 - Partie spécifique à la préparation au séjour	<p>Le site propose :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des informations pratiques d'aide à la préparation du voyage (numéros utiles, informations sur le transport, horaires d'ouverture de l'OT, ...), - la possibilité de réservation et de vente de prestations, - des outils pour pratiquer la destination téléchargeables en amont (guide d'accueil, fiche excursion,...), - des idées de sorties, bons plans, agendas... actualisés, - des propositions de « choses à faire » en fonction des publics. 	
7 - Interaction avec les utilisateurs	<p>Le site présente des possibilités d'interaction avec ses différents types d'utilisateurs et met à disposition des outils permettant un dialogue, tels que :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les possibilités de donner un avis et l'ajout de commentaires, - le chat, - les formulaires de demande, - les liens aux réseaux sociaux (page Facebook de l'Office par exemple). 	<p>Fiche 5 - Web2.0 réseaux et médias sociaux : éléments clefs à connaître</p> <p>La présence de l'adresse mail de l'OT ne suffit pas, un site internet doit aujourd'hui proposer une véritable interaction avec ses utilisateurs.</p>

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
8 - Technologies et outils	<p>Les outils et technologies utilisés pour la réalisation et la mise en service du site sont clairement définis dans le projet de l'OT.</p> <p>Un CMS¹ permettant à l'OT de maîtriser directement les contenus en interne est utilisé</p>	<p>Il est conseillé de privilégier des CMS et outils libres de droit.</p> <p>Il est conseillé ne pas être tributaire d'un seul prestataire, notamment pour les phases ultérieures de développement et/ou de mise à jour du site.</p>
9 - Qualité du graphisme	<p>Le graphisme s'adapte aux différents supports utilisés (smart-phone, tablette,...).</p> <p>La qualité graphique du site, prend en compte les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la définition d'une charte graphique du site (charte définie en fonction de chaque template) : couleurs, logo, éléments graphiques, mise en page, titres, pictogrammes, ... - les systèmes de navigation, (agréable, ergonomique, ...), - les contenus (présentation légère, sous titres), - les illustrations (voir critère suivant). 	
10 - Qualité des visuels	<p>Une attention particulière est portée au choix des visuels, ces derniers sont percutants, particulièrement représentatifs et de qualité professionnelle.</p> <p>Les cadrages, traitements, ambiances et mise en scène des personnages sont de qualité.</p> <p>Les supports numériques sont fournis en haute définition.</p>	<p>Il est conseillé de recourir à un professionnel de l'image promotionnelle ou se procurer des photos de qualité professionnelles.</p> <p>Il est conseillé de faire ou faire réaliser les photos après avoir défini les messages que l'OT souhaite faire passer.</p>

¹ CMS : Content Management System, en français système de gestion de contenu. Le CMS est un programme informatique permettant de gérer facilement l'apparence et le contenu d'un site internet à partir d'un interface d'administration.

B – Un site offrant une navigation optimale

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
11 - Sécurité des données	<p>Les opérations de base sont prévues par l'Office :</p> <ul style="list-style-type: none"> - adoption de bonnes pratiques de développement, - mise à jour des composants critiques du site pour ne pas exposer les bases de données à des accès non autorisés, - sécurisation du traitement (seules les personnes autorisées peuvent accéder aux données personnelles contenues dans une BDD, pas de partage non autorisé avec les acteurs locaux ou les fournisseurs, pas d'accès aux données non autorisées des visiteurs). 	
12 - Référencement	<p>La stratégie de référencement du site et le budget alloué sont définis.</p> <p>Pour améliorer le référencement, veillez à prendre en compte :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'internaute et son comportement, - la stratégie de mots clés, - la méthode d'indexation des pages et de travail sur la longue traîne, - la notoriété, - le respect des règles Google, - les techniques de référencement rédactionnel ou éditorial, - la stratégie de liens. 	Fiche 73 - Le référencement des sites internet
13 - Assistance	<p>Le contrat de maintenance et d'assistance couvrent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les mises à jour du code du site, - les mises à jour importantes de sécurité, - les mises à jour mineures ou majeures du système utilisé, - la maintenance de la base de données, - les copies de sauvegarde de l'ensemble du site web ainsi que de sa base de données. <p>Le projet requiert une formation de prise en main du site web, une documentation (si elle existe) et une assistance qui peut s'effectuer à travers divers supports (en ligne, tutoriels, vidéos, téléphone etc.).</p>	

Critères	Indicateurs	Pour y parvenir/ pièces à fournir
14 – Traduction en langues étrangères	Le site internet est également réalisé dans une version en Anglais. Selon les caractéristiques du marché touristique local, il est réalisé dans une autre langue.	
15 – Evaluation	L'OT met en place un système d'évaluation du site internet par les utilisateurs et les professionnels du tourisme par rapport notamment : <ul style="list-style-type: none"> - à la facilité à trouver le site lors d'une recherche internet, - à l'ergonomie d'utilisation, - à la pertinence des informations fournies, - à la qualité et l'intérêt général du site, - aux types d'utilisation des visiteurs. 	
16 – Evolution du site	L'OT prévoit dans son projet la manière dont va vivre et évoluer le site internet (mode de mise à jour, ajout de fonctionnalités, évolution des illustrations, ajout de nouvelles langues, changement de graphisme,...).	

4 - Les applications

Avec l'avènement des smart-phones et tablettes et le développement du m-tourisme, les applications permettant de découvrir le territoire sont devenues un enjeu fort de communication.

Pour le touriste en mobilité, elle peut être une aide à l'accès à l'information et à la réservation. Elle peut également permettre une découverte active du territoire et de son patrimoine. L'application de territoire peut être aussi un complément numérique au guide d'accueil.

Le Département vous propose de vous accompagner dans la conception et la mise à disposition d'une application gratuite répondant à une échelle touristique cohérente (un nom de destination bien identifié, un positionnement clair, une offre touristique suffisante, ...) ou à une thématique spécifique (produit/équipement identitaire de la destination) permettant aux visiteurs en mobilité de mieux découvrir et consommer la destination.

A – Une application fonctionnelle

Critères	Indicateur	Pour y parvenir/ pièces à fournir
1 - Caractéristiques	L'application a un objet propre, elle n'est pas, par exemple, un clone du site responsive.	Fiche 74 - Les applications
2 - Gestion des contenus	Les contenus de l'application doivent pouvoir évoluer facilement. Il est prévu : <ul style="list-style-type: none"> - une mise à jour des contenus restant sous le contrôle de l'Office de tourisme, - une méthode incluant la notification à l'utilisateur de la présence de nouveautés ou un système qui ne demande pas de mise à jour de l'application (sauf changement important). 	La durée de vie d'une application mobile est directement reliée à la mise à jour des informations.
3 - Ressources internes	L'Office de tourisme a défini : <ul style="list-style-type: none"> - les modalités d'intervention du personnel avant et après la mise en ligne, - les besoins en formation des intervenants, - les ressources humaines nécessaires pour la gestion de l'application. 	
4 - Analyse du contexte	Avant la conception, 3 points importants sont analysés : <ul style="list-style-type: none"> - la couverture réseaux et les débits possibles, - les usages des populations visées, - les techniques utilisables. 	Fiche 73 - Les applications
5 - Cadrage de l'application	Les points généraux suivants sont définis : <ul style="list-style-type: none"> - le(s) systèmes d'exploitation de l'application, - la disponibilité de l'application, - les modes de téléchargement possible, - si l'application est embarquée ou connectée. 	

Critères	Indicateur	Pour y parvenir/ pièces à fournir
6 - Rôles et fonctionnalités proposés	Pour chaque cible visée les rôles de l'application sont définis : informer, faire découvrir, être un complément à un autre support, localiser, réserver...	
7 - Contenus	<p>L'application est un outil de pratique opérationnelle de la destination et contient par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des informations pratiques d'aide pour organiser ses activités sur le territoire, - une aide à la réservation de prestations, - des idées de sorties, bons plans, agendas... actualisés, - des idées d'excursion, - carte GPS, - animation numérique, - réalité augmentée, ... <p>L'application peut également contenir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des offres à la découverte du territoire avec cartographie, GPS et réalité augmentée, - des principes de valorisation patrimoniale par réalité augmentée ou immersive. 	Fiche 73 - Les applications
8 - Ergonomie et qualité du graphisme	<p>L'application offre par son graphisme une expérience satisfaisante pour les utilisateurs selon les différents supports.</p> <p>La partie graphique prend en compte :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la définition d'une charte graphique de l'application en lien avec la charte globale de l'OT, - les systèmes de navigation, (agréable, ergonomique sur un smart phone ...), - les contenus (présentation simple...), - les visuels. 	

Critères	Indicateur	Pour y parvenir/ pièces à fournir
9 - Liens avec les autres supports de communication	<p>L'application intègre des liens avec les autres supports de communication de l'OT, par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> - elle permet de renforcer par des animations numériques le guide d'accueil, - elle établit un lien avec le site internet pour aller regarder, par exemple, les atouts d'un hébergement. 	Fiche 73 - Les applications
10 - Traduction de l'application	<p>L'application est également réalisée dans une version en Anglais. Selon les caractéristiques du marché touristique local, elle peut être également réalisée dans une autre langue.</p>	

B – Une application performante

Critères	Indicateur	Pour y parvenir/ pièces à fournir
11 - Fonctionnement hors ligne	<p>Dans tous les cas un mode de fonctionnement hors ligne est possible (fonctionnement embarqué).</p> <p>Le téléchargement de l'application est défini, notamment pour les étrangers : par wifi Bluetooth à l'OT, dans un hébergement, dans d'autres points,).</p>	
12- Disponibilité	<p>L'application est accessible au moins sur les 2 plateformes de téléchargement majeures (Apple et Android).</p> <p>L'application peut être également accessible sur d'autres supports comme Windows phone.</p>	
13 - Contrat	<p>Le type de contrat prévoit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la mise à jour de l'application, - la gestion des contenus par l'Office, - la propriété intellectuelle de tous les éléments créés dans le projet, - la propriété de l'application et des éléments graphiques et fonctionnels (soit coté appli que cote serveur, - la possibilité d'accéder en autonomie au « app markets » où l'application est publiée pour toutes interventions même pour un nouveau prestataire dans le futur. 	
14 - Analyse utilisateurs	<p>L'Office intègre dans son projet une analyse du comportement des utilisateurs.</p>	<p>L'analyse des utilisateurs, dans le domaine des appli mobile est plus importante et plus sensible que dans le web, donc. Il faut prêter attention à ne pas utiliser des pratiques obsolètes (exemple UDID de l'utilisateur) ou invasives.</p>

Critères	Indicateur	Pour y parvenir/ pièces à fournir
15 - Promotion de l'application	<p>Un plan de communication cohérent pour faire connaître l'application est défini.</p> <p>Les actions prévues et le budget dédié pour informer les différentes cibles sont prévus.</p> <p>Des éléments de motivation pour inciter à son utilisation sont identifiés.</p>	Exemple d'éléments de motivation : système premium, rabais, valeurs ajoutée, jeux, ...
16 - Evaluation	<p>L'OT met en place un système d'évaluation de l'application par les utilisateurs et les professionnels du tourisme par rapport notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> - à la facilité de pouvoir être informé de l'existence de l'application, - à la facilité de télécharger l'application, - à l'ergonomie d'utilisation, - à la pertinence des informations fournies, - à la qualité et l'intérêt général de l'application, - aux types d'utilisation des visiteurs. 	

Les modalités de financement

Les financements

Les montants d'aide pour la création ou la rénovation/évolution des lieux d'accueil de l'OT

	Plafond des dépenses subventionnables (TTC)	Taux d'intervention	Montant maximum de la subvention
Etudes préalables	20 000 €	30 %	6 000 €
Création ou rénovation	200 000 €	30 %	60 000 €

Les montants d'aide pour les outils d'accueil

	Plafond des dépenses subventionnables (TTC)	Taux d'intervention	Montant maximum de la subvention
Etudes préalables	7 000 €	30 %	2 100 €
Guide d'accueil	15 000 €	30 %	4 500 €
Applications mobiles	20 000 €	30 %	6 000 €
Sites internet	30 000 €	30 %	9 000 €

Les modalités diverses

Au titre de cette politique, une même structure ne bénéficie en 3 ans d'un montant global de subvention excédant **100 000 €** dans la limite des plafonds disponibles.

Dans la limite des plafonds de dépenses subventionnables, la subvention n'est pas renouvelable avant 3 ans.

La structure financée devra valoriser l'aide départementale dont elle a bénéficié (apposition du logo du Département du Nord sur le support indiquant l'obtention d'un financement départemental)

Les modalités de l'Appel à Projets

Ce dispositif est mis en œuvre dans le cadre d'un appel à projet annuel.

Cet appel à projet comporte deux volets :

- un volet concernant la création ou l'évolution des lieux d'accueil de l'OT (lieux d'accueil grand public),
- un volet concernant l'élaboration (conception et/ou édition) d'outils d'accueil de la destination (guide d'accueil, application, site internet).

Tout projet parvenu hors délai (fixé chaque année par le Département) ne sera pas instruit.

Sélection des dossiers

Les dossiers seront instruits par le Service Tourisme du Département en s'appuyant, selon la nature du projet, sur l'expertise de ses partenaires :

- en tout premier lieu : l'UDOTSI du Nord
- l'ADRT Nord
- la Région (CRT Nord-Pas de Calais et Service Tourisme du Conseil Régional
- l'APF

L'analyse des projets reçus reposera notamment sur :

- l'existence d'une stratégie d'accueil cohérente et opérationnelle
- la cohérence du projet en réponse aux critères du présent cahier des charges et à la prise en compte des indicateurs
- l'identification des facteurs clés de succès du projet, des risques/freins
- le caractère innovant du projet, qu'il s'agisse d'innovation technologique, de marché, de services, d'organisation ...

Pièces à fournir

- Le dossier de candidature (téléchargeable sur le site ou sur simple demande auprès du Guichet unique de la Maison du Tourisme)
- Les pièces à joindre mentionnées au chapitre 5 du dossier de candidature

Où s'adresser ?

Guichet unique de la Maison du Tourisme

Maison du Tourisme Nord de France – 4^{ème} étage

3 rue du Palais Rihour

59000 LILLE

Tél. : 03.59.73.58.07

Fax : 03.59.73.54.19

E-mail : tourisme@cg59.fr

Site : www.otfutur.lenord.fr

Ou par courrier à l'adresse suivante :

Monsieur le Président du Conseil départemental du Nord

Direction Générale du Développement Territorial

Direction des Partenariats, de l'Attractivité et de l'Economie

Service Tourisme

Hôtel du Département

51, rue Gustave Delory

59047 LILLE Cedex