

DISPOSITIF DEPARTEMENTAL D'ACCOMPAGNEMENT DES OTSI

- **AIDE AU FONCTIONNEMENT DES STRUCTURES**
- **ACCOMPAGNEMENT A L'OFFICE DE TOURISME DU FUTUR**

- **Finalité de l'aide et modalités de financement**
- **Contacts**
- **Contenu d'une demande subvention**

QUELLE EST LA FINALITE DE CE DISPOSITIF ?

Le Département du Nord peut attribuer aux Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative (OTSI) :

- **une aide au fonctionnement des structures,**
- **une aide à l'Office de Tourisme du Futur** s'agissant de :
 - o de la création ou l'évolution des lieux d'accueil de l'OT (lieux d'accueil grand public),
 - o de l'élaboration (conception et/ou édition) d'outils d'accueil de la destination (guide d'accueil, application, site internet)

QUELLES SONT LES MODALITES DE FINANCEMENT DE L'AIDE AU FONCTIONNEMENT DES STRUCTURES ?

OBJET DE L'AIDE

Aide au fonctionnement des Syndicats d'Initiative ou Offices de Tourisme ayant un budget **inférieur ou égal à 100 000 €.**

BENEFICIAIRES

Syndicat d'Initiative ou Office de Tourisme local ou intercommunal **appartenant au réseau de l'UDOTSI (Union Départementale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative) du Nord.**

CRITERES D'ELIGIBILITE

- existence d'un local signalé et ouvert au public au moins périodiquement (les jours et heures d'ouverture devront être précisés dans la demande de subvention),
- diffusion de la documentation touristique notamment la documentation départementale (dernières éditions),
- réponse régulière aux enquêtes départementales, régionales et nationales et réponse aux demandes d'information de Nord Tourisme (agenda),
- statuts à jour,
- réunion de l'AG au minimum une fois par an (avec transmission du compte-rendu),
- agenda évènementiel,
- observation de la fréquentation (comptage à minima manuel des flux),
- existence d'une adresse mail,
- existence d'un ordinateur dans le lieu d'accueil,
- participation à la vie du réseau de l'UDOTSI (présence à l'AG, suivi des actions, participation à au moins une journée de formation/information par an).

L'existence réelle de ces éléments devra être attestée par l'UDOTSI du Nord.

MONTANT DE L'AIDE (en Euros TTC)

1 500 € par structure et par an

OBJET DU DISPOSITIF

- Le guichet unique de la Maison du Tourisme :

- un accueil dédié

- un parcours d'accompagnement technique spécifique à chaque projet réalisé par les équipes du Service Tourisme du Département et de ses partenaires : l'UDOTSI (Union Départementale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative), l'ADRT Nord (Agence de Développement et de Réservation Touristiques), l'APF (Association des Paralysés de France) pour la mise en accessibilité et le CRT (Comité Régional de Tourisme) Nord-Pas de Calais pour un appui technique en matière d'observation, de marketing, de promotion, ...

- Un guide internet de l'Office de Tourisme du Futur consultable sur le site internet du Département du Nord : www.otfutur.lenord.fr

- Une aide financière pour les investissements et 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 l'élaboration (conception et/ou édition) d'outils d'accueil de la destination (guide d'accueil, application, site internet)

BENEFICIAIRES

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

CRITERES D'ELIGIBILITE

Chaque projet doit reposer sur une véritable **stratégie d'accueil** de l'Office de tourisme. Ce préalable est requis pour tout projet de création ou évolution des lieux d'accueil de l'OT ou d'élaboration d'outil(s) d'accueil.

S'agissant de **l'aide à la création ou l'évolution des lieux d'accueil de l'OT**, il est proposé de cibler 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, ...) par :

- un accompagnement technique du Département, de l'UDOTSI et de l'ADRT dans le montage du projet,
- un 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,
- une 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),

- une 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).

S'agissant de **l'aide à l'élaboration (conception et/ou édition) d'outils d'accueil de la destination**, il est proposé d'accompagner les porteurs de projet dans la réalisation de leur :

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

Afin de guider le porteur dans l'élaboration de son projet, un **cahier des charges*** (« le cahier de votre projet ») spécifique a été conçu, prenant en compte les différentes thématiques relatives à l'évolution des Offices de tourisme : nouveaux services aux visiteurs, intégration du numérique, développement durable, accessibilité...

Les projets susceptibles d'être financés par le Département devront avoir fait l'objet d'une réflexion et se traduire par une proposition en adéquation avec les critères du cahier des charges.

MONTANT DE L'AIDE (en Euros TTC)

Pour la création ou l'évolution des lieux d'accueil de l'OT

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

Lors de la première demande, la subvention est accordée pour la réalisation des travaux dès lors que les dépenses à engager excèdent 5 000 € TTC.

Pour l'élaboration d'outils d'accueil

	<i>Plafond des dépenses subventionnables (TTC)</i>	<i>Taux d'intervention</i>	<i>Montant max. de la subvention</i>
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 €

MODALITES DIVERSES

Au titre de cette politique, une même structure ne peut bénéficier 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)

* Extrait en annexe de ce document

OU 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@cq59.fr

Site : www.otfutur.lenord.fr

QUEL EST LE CONTENU DU DOSSIER DE DEMANDE DE SUBVENTION ?

POUR L'AIDE AU FONCTIONNEMENT DES STRUCTURES

- Courrier de demande de subvention adressé au Président du Conseil Général du Nord
- Pré-dossier réalisé avec le concours de l'UDOTSI
- Délibération des collectivités de tutelle fixant la participation au fonctionnement de l'Office de Tourisme ou du Syndicat d'Initiative pour l'année N
- Budget prévisionnel pour l'année N et budget de l'année N-1
- Rapport d'activités de l'année N-1
- Statuts à jour

POUR L'AIDE A L'OFFICE DE TOURISME DU FUTUR

Ce dispositif est mis en œuvre dans le cadre d'un appel à projet annuel dont les modalités font l'objet d'un document spécifique téléchargeable sur le site www.otfutur.lenord.fr ou sur simple demande auprès du Service Tourisme du Département du Nord.

Cet appel à projet annuel 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).

CREATION OU EVOLUTION DES LIEUX D'ACCUEIL DE L'OT (LIEUX D'ACCUEIL GRAND PUBLIC)**1- Les études préalables**

Critères	Indicateurs
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.
2- Etudes d'accessibilité	Diagnostic préalable pour une prise en compte optimale de l'accessibilité des lieux.
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,...), - étude thermique, diagnostic de performance énergétique, - étude paysagère,...

2- La définition du projet**A – Un OT préservant et mettant en valeur le patrimoine**

Critères	Indicateurs
4 - Signalétique	L'OT est immédiatement identifiable de par une signalétique extérieure de qualité conformément : mention « Office de Tourisme » et logo de la FNOTSI obligatoires.
5 - Qualité des extérieurs	L'OT est parfaitement intégré dans son environnement immédiat.
6 - Transport / accès à l'office	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... Les visites à partir de l'OT se font en priorité grâce aux liaisons douces. Un espace est aménagé aux abords de l'OT pour les vélos. Les cheminements extérieurs sont parfaitement accessibles à tous.

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

Critères	Indicateurs
7 - Définition des espaces	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. Les différents espaces de l'OT sont clairement identifiables (utilisation contrastes couleurs, cheminement, signalétique...).
8 - Accessibilité	En rénovation, l'APF réalise un entretien et une visite préalables. En création, une étude du projet est réalisée par l'APF. 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). 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).

Critères	Indicateurs
9 - Ergonomie	<p>Les formes arrondies sont à privilégier au maximum (éviter les angles droits et les formes rectangulaires) pour le mobilier d'accueil.</p> <p>Les écrans tactiles sont inclinés (et non disposés à plat).</p> <p>Les espaces d'accueil et de travail respectent les exigences règlementaires.</p> <p>La conception du mobilier est adaptée à la fonction de l'espace dans lequel il se trouve.</p> <p>Les postures contraignantes régulières (du personnel de l'OT) sont identifiées et des solutions d'amélioration sont mises en œuvre.</p> <p>Les éventuels postes de travail sont disposés perpendiculairement aux fenêtres.</p>
10 - Eclairage	<p>L'éclairage naturel est favorisé dans tous les cas, mais maîtrisé, de manière à éviter tout éblouissement.</p> <p>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>
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>
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>
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>

C - Un OT écologique qui limite son impact

Critères	Indicateurs
14 - Eco-construction	<p>Les principes bioclimatiques sont pris en considération dans la conception du projet d'aménagement ou de construction.</p> <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>
15 - Performance énergétique et Qualité thermique	<p>Dans tous les cas une étude 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.</p> <p><i>Pour une création :</i> Le bâtiment atteint au minimum une performance énergétique inférieure de 10% à la R.T 2012.</p>
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>
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
18 - Identité territoriale et spatiale	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.
19 - Interprétation et médiation interactives et ludiques du territoire	Des procédés de mise en scène et de théâtralisation de l'information sont utilisés pour rendre l'OT plus vivant et plus attractif. 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.
20 - Intégration d'outils numériques	L'implantation d'outils numériques dans l'OT répond à la stratégie d'accueil / d'accueil numérique, définie au préalable. Dans tous les cas, « l'humain » doit rester au cœur de l'accueil. Les outils numériques sont parfaitement intégrés dans l'aménagement global de l'OT (aménagements, mobiliers, ...) et délivrent une information qualifiée, à jour et accessibles à tous. 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.
21 - Information hors des murs de l'OT	L'OT a développé une stratégie d'accueil hors de sa (ou ses) structure(s) bâtie(s). Il est possible d'avoir facilement accès à l'information (papier ou numérique) lorsque l'OT est fermé. Il est possible d'avoir facilement accès à l'information (papier ou numérique) dans les lieux fréquentés (sites touristiques, hébergements,...). L'OT a intégré à sa stratégie la possibilité d'avoir des conseillers en séjour mobiles.

3- La réalisation du projet

A - Un OT solidaire qui favorise l'économie locale

Critères	Indicateurs
21 - Economie locale	Pour les travaux, le choix du maître d'ouvrage se porte prioritairement vers des prestataires locaux. Les mobiliers, éléments de décoration et équipements valorisent un savoir-faire local ou sont produits localement. La boutique de l'OT valorise les produits locaux.
22 - Economie solidaire	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 handicapées. L'OT accepte les chèques vacances dans le cadre de la vente de ses prestations.

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

Critères	Indicateurs
23 - Organisation	Le maître d'ouvrage ou le maître d'œuvre informe et sensibilise les entreprises sur ses exigences en matière de respect de l'environnement.
24 - Nuisances	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. Des procédés et des produits adaptés sont utilisés pour éviter la pollution des sols. Une attention particulière est accordée aux nuisances sonores et des parades sont mises en place.

1 – 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.

A – Un guide bien conçu

Critères	Indicateurs
1 – Points d'attrait du territoire	L'Office a identifié les thématiques fortes du territoire qui pourront être mises en avant dans le guide. 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.
2 - Structuration	Le guide est structuré avec un sommaire bien organisé. Il peut avoir des entrées de différents types : - 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 après-midi, un programme pour une semaine, ... Un mode de repérage est défini : code couleur, onglet, cartouche bien identifié pour que le lecteur puisse s'y retrouver facilement.
3 - Paramètres clés	En lien avec les objectifs et les publics ciblés, l'Office de tourisme a défini : - le format (guide de voyage, road book, ...), - le nombre d'exemplaires, - les langues et le mode de réalisation.
4 - Offres touristiques et informations pratiques	Le guide propose, pour chacune des thématiques des « offres touristiques » bien identifiables et il simplifie l'accès aux prestations des professionnels.
5 - Caractéristiques	Le guide contient, dans le texte et pour chaque thématique, des éléments originaux et complémentaires.
6 - Style de rédaction	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, ... L'important est d'inviter à la découverte du territoire.
7 - Qualité du graphisme	Le graphisme s'adapte aux différents supports utilisés (Smartphone, tablette, ...).
8 - Qualité des visuels	Une attention particulière est portée au choix des visuels. Les supports numériques sont fournis avec les fichiers sources en haute définition.
9 - Complémentarité numérique	Le guide établit un lien avec l'information numérique. Il existe une version PDF du guide. Il est disponible en téléchargement depuis le site internet de l'OT et peut être lisible sur Smartphone et tablettes.

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

Critères	Indicateurs
10 - Eco-communication	Le guide est imprimé sur papier certifié (certification environnementale reconnue) et /ou recyclé écologiquement. L'imprimeur retenu est engagé dans une démarche environnementale reconnue.

Critères	Indicateurs
11 – Traduction en langues étrangères	Le guide est également réalisé dans une version en Anglais. Selon les caractéristiques du marché touristique local, il peut être aussi réalisé dans une autre langue. Les réalisations multilingues sont à proscrire.
12 - Diffusion	Le système de distribution est adapté à la fréquentation du territoire. Les lieux opportuns de distribution (notamment le réseau professionnel) du guide sont identifiés. Les quantités sont définies en amont avec les professionnels. Un plan de diffusion et réapprovisionnement est élaboré.
13 – Evaluation	L’OT met en place un système d’évaluation du guide d’accueil par les utilisateurs et les professionnels du tourisme.
14 – Evolution du guide	L’OT prévoit dans son projet la manière dont va vivre et évoluer le guide. Il est conseillé de prévoir : <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.

2 - 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 permettre, avec eux, un échange continu d’informations et de données.

A – Un site bien pensé

Critères	Indicateurs
1 - Rôles et fonctionnalités	Les rôles dédiés au site (vendre, donner envie, informer, être un portail, être un site brochure...) sont définis.
2 - Récolte, traitement et compatibilité de l’information	La méthode de recueil de l’information et de création des contenus est précisée
3 - Définition des ressources internes	L’Office de tourisme a défini : <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.
4 - Liens avec des sites portails	Les liens établis avec les autres territoires et destinations sont pertinents.
5 - Adaptation aux différents supports	Les contenus et le graphisme du site Internet s’adaptent aux différents écrans de lecture Smartphone, tablette, ordinateur.
6 - Partie spécifique à la préparation au séjour	Le site propose : <ul style="list-style-type: none"> - des informations pratiques d’aide à la préparation du voyage, - 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	Le site présente des possibilités d’interaction avec ses différents types d’utilisateurs et met à disposition des outils permettant un dialogue

Critères	Indicateurs
8 - Technologies et outils utilisés	Les outils et technologies utilisés pour la réalisation et la mise en service du site sont clairement définis dans le projet de l'OT. Un CMS ¹ permettant à l'OT de maîtriser directement les contenus en interne est utilisé
9 - Qualité du graphisme	Le graphisme s'adapte aux différents supports utilisés (Smartphone, tablette,...).
10 - Qualité des visuels	Une attention particulière est portée au choix des visuels. Les cadrages, traitements, ambiances et mise en scène des personnages sont de qualité. Les supports numériques sont fournis en haute définition.

B – Un site offrant une navigation optimale

Critères	Indicateurs
11 - Sécurité des données	Les opérations de base sont prévues par l'Office : - 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	La stratégie de référencement du site et le budget alloué sont définis.
13 - Assistance	Un contrat de maintenance et d'assistance est prévu. 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.).
14 – Traduction en langues étrangères	Le site internet est également réalisé dans une version en Anglais. Selon les caractéristiques du marché touristique local, il peut aussi être 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.
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 Smartphones 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 constitue une aide à la découverte active du territoire. L'application de territoire peut être aussi un complément numérique au guide d'accueil.

A – Une application fonctionnelle

Critères	Indicateur
1 - Caractéristiques	L'application a un objet propre, elle n'est pas, par exemple, un clone du site responsive.
2 - Gestion des contenus	Les contenus de l'application doivent pouvoir évoluer facilement.

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'une interface d'administration.

Critères	Indicateur
3 - Ressources internes	L'Office de tourisme a défini : - 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 : - la couverture réseaux et les débits possibles, - les usages des populations visées, - les techniques utilisables.
5 - Cadrage de l'application	Les points généraux suivants sont définis : - le(s) système(s) d'exploitation de l'application, - la disponibilité de l'application, - les modes de téléchargement possibles, - si l'application est embarquée ou connectée.
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	L'application est un outil de pratique opérationnelle de la destination.
8 - Ergonomie et qualité du graphisme	L'application offre par son graphisme une expérience satisfaisante pour les utilisateurs selon les différents supports.
9 - Liens avec les autres supports de communication	L'application intègre des liens avec les autres supports de communication de l'OT.
10 - Traduction de l'application	L'application est également réalisée dans une version en Anglais. Selon les caractéristiques du marché touristique local, il peut aussi être réalisé dans une autre langue.

B – Une application performante

Critères	Indicateur
11 - Fonctionnement hors ligne	Dans tous les cas un mode de fonctionnement hors ligne est possible (fonctionnement embarqué). Le téléchargement de l'application est défini, notamment pour les étrangers : par wifi Bluetooth à l'OT, dans un hébergement, dans d'autres points,...
12- Disponibilité	L'application est accessible au moins sur les 2 plateformes de téléchargement majeures (Apple et Android). L'application peut être également accessible sur d'autres supports comme Windows phone.
13 - Contrat	Le type de contrat prévoit : - 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, - la possibilité d'accéder en autonomie à la plateforme où l'application est publiée pour toutes interventions même pour un nouveau prestataire dans le futur.
14 - Analyse utilisateurs	L'Office intègre dans son projet une analyse du comportement des utilisateurs.
15 - Promotion de l'application	Un plan de communication cohérent pour faire connaître l'application est défini. Les actions prévues et le budget dédié pour informer les différentes cibles sont prévus. Des éléments de motivation pour inciter à son utilisation sont identifiés.
16 – Evaluation	L'OT met en place un système d'évaluation de l'application par les utilisateurs et les professionnels du tourisme.