

Refonte des sites internet de L'Agence

Refonte en un site unique des sites
de l'Agence d'Urbanisme et de Développement
du Pays de Saint-Omer et du « Portail Patrimoines »

Contact :

Agence d'Urbanisme et de Développement Pays de Saint-Omer
Louis Vering - Chargé d'études | Infographie - Web - Multimédia
+33 (0)3 21 38 01 62 - louis-vering@aud-stomer.fr

SOMMAIRE

1	L'Agence.....	3
2	Objet de la consultation.....	5
2.1	Synthèse de l'existant.....	5
2.2	Objectifs du site.....	6
2.3	Les utilisateurs.....	7
3	Besoins.....	8
3.1	Un design et des contenus en accord avec notre image de marque.....	8
3.1.1	Le design.....	8
3.1.2	Les contenus.....	8
3.2	Une interface et une arborescence claires et intuitives.....	8
3.3	Une ergonomie et des fonctionnalités au service de l'expérience utilisateur	9
3.4	Une administration du site via un gestionnaire de contenus (CMS)	10
3.5	Un référencement naturel optimisé	11
3.6	Des statistiques de fréquentation consultables et analysables.....	11
3.7	Un site conforme et sécurisé.....	12
3.8	Une accessibilité optimale.....	12
3.9	Un nom de domaine et hébergement unique.....	12
3.10	Une gestion du site cadrée.....	12
3.11	Des formations au site et aux outils spécifiques	12
4	Modalités de la consultation	13
4.1	Méthodologie et livrables	13
4.2	Compétences attendues	13
4.3	Engagements.....	14
4.4	Confidentialité	14
4.5	Propriété.....	14
4.6	Production externe.....	14
5	Cadre de réponse À la consultation	15
5.1	Présentation des offres.....	15
5.2	Modalités de remise des offres.....	16
5.3	Modalités de sélection	16
5.4	Modalités de règlement et de négociations	16

1 L'AGENCE

L'Agence est une association sans but lucratif (loi 1901). Créée en 1974 pour poursuivre le développement de l'action d'aménagement entrepris par le district de la région de Saint-Omer, le département du Pas-de-Calais et l'Etat depuis 1967 avec pour objectifs de conduire le développement de l'agglomération, de mener une politique d'attractivité industrielle, de mettre en œuvre le *SDAU* ainsi que le contrat de ville moyenne. Elle s'inscrit en cela dans l'histoire et le rôle des agences tel qu'il est décrit dans le code de l'urbanisme, puis adapté avec les lois de décentralisation, puis la loi solidarité et renouvellement urbain et plus récemment avec les lois *ALUR*, *MAPTAM*, *NOTRE* et enfin la loi *Climat et Résilience*.

Son périmètre d'ancrage territorial évolue dans les années 2000 pour passer de l'agglomération à ce qui constitue aujourd'hui la Communauté d'Agglomération du Pays de Saint-Omer et la Communauté de Communes du Pays de Lumbres. Ce périmètre est ré-interrogé et en constante évolution. Par ailleurs L'Agence intervient également dans des cadres partenariaux avec les autres agences de la région avec les territoires voisins (Pôle métropolitain de la Côte d'Opale, Métropole Européenne de Lille et Communauté d'Agglomération Béthune Bruay Artois Lys Romane) et avec la Région des Hauts-de-France.

En 2010, L'Agence prend deux orientations marquantes et se singularise en devenant un acteur de la culture et de démocratie participative. Cette évolution la conduit à mettre en œuvre une approche originale de l'urbanisme qu'il paraît intéressant de relater au moment même où les enjeux de transition écologique obligent les acteurs territoriaux à s'adapter pour les relever.

Dans le cadre de l'élaboration (années 2012/13) puis de la mise en œuvre de la convention du label Pays d'art et d'histoire (2014) par L'Agence, le ministère de la Culture s'est engagé dans une mutualisation de l'ingénierie locale, reconnaissant une complémentarité entre L'Agence et le label dans les domaines de l'urbanisme, de l'architecture, de la planification. Ce positionnement unique encore aujourd'hui en France, conduit à intégrer notamment des missions d'éducation, de programmation artistique et culturelle et de médiation.

Elle a, dans ce cadre, la particularité de gérer un Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine (CIAP), établi sur deux sites :

- La Maison de l'Archéologie à Théroouanne (ouverte en 2019),
- La Maison du Patrimoine à Saint-Omer (ouverture prévue fin 2024. En attendant celle-ci, son pavillon préfigurateur, inauguré en 2020, présente la scénographie de ce futur établissement au public).

Alors que la Région Nord-Pas-de-Calais impulse une politique de démocratie participative, L'Agence s'est placée comme animateur-médiateur de débats, forums, ateliers avec les citoyens pour coconstruire les politiques publiques telles que celles liées au numérique, ou encore à la mobilité. Elle intègre également l'expertise d'usage dans le projet urbain. Elle devient ainsi progressivement l'outil du territoire en la matière.

L'année 2024 sera marquée par 4 temps forts : les 50 ans de L'Agence, les 10 ans du label Pays d'art et d'histoire, les 5 ans de la Maison de l'Archéologie et l'ouverture de la Maison du Patrimoine. Dans cette perspective, l'association a engagé un projet d'agence au service du développement de la citoyenneté des habitants du Pays de Saint-Omer et de l'accroissement de sa notoriété. Ce dernier sera traduit dans les prochains mois dans son nouveau Programme partenarial d'activités 2023-2026.

Ce projet repose sur plus de 10 années de pratique de la médiation de l'urbanisme, centrée sur la transition démocratique, et d'initiatives en matière d'éducation artistique et de programmation culturelle. Un travail qui conduit L'Agence à se réinventer, dans un contexte incertain, à s'adapter et à se transformer pour réussir les défis de demain. Aussi, L'Agence a choisi de redéfinir son offre de service pour la rendre plus accessible, avec la volonté :

- De maintenir une expertise locale au service de la transformation écologique et patrimoniale. Une expertise qui doit accompagner très concrètement les structures face aux enjeux liés à l'adaptation des effets du changement climatique,
- De consolider, redévelopper le champ de la connaissance et de la rendre plus appropriable (données, enquêtes, connaissances, recherches, analyses, études, interprétations, etc.),
- De créer un espace de dialogue, d'information, de médiations, de co-construction, de participation et de transmission entre les élus, mais aussi entre les élus et les citoyens, pour animer le débat public.

Les missions du label Pays d'art et d'histoire seront présentes de manière transversale dans cette nouvelle offre de service.

Des ateliers de concertations et d'élaborations ont ainsi été menés avec nos élus, partenaires et collaborateurs pour recueillir et redéfinir cette offre de service, ainsi que les valeurs et les engagements de L'Agence. La conception du nouveau site internet s'inscrit dans cette même dynamique de concertation avec nos publics.

L'Agence s'appuie sur une équipe pluridisciplinaire d'une trentaine de collaborateurs (architectes, paysagistes, géographes, historiens, médiateurs, urbanistes, communicants, etc.).

L'Agence fait également partie de la Fédération nationale des agences d'urbanisme (FNAU), qui regroupe les 50 agences d'urbanisme françaises, et du réseau Urba8, rassemblant les 8 agences d'urbanismes des Hauts-de-France. Elle appartient aussi au réseau national des Villes et Pays d'art et d'histoire. L'Agence s'inscrit ainsi dans un maillage territorial dynamique aussi bien à l'échelle intercommunale, régionale que nationale.

2 OBJET DE LA CONSULTATION

La consultation qui fait l'objet du présent cahier des charges consiste en la refonte des sites internet de l'Agence d'Urbanisme et de Développement du Pays de Saint-Omer et du « Portail Patrimoines », en un site unique.

Le futur nouveau site web devra être opérationnel et en ligne **fin septembre 2024**.

Ce cahier des charges a donc pour but de présenter les objectifs de L'Agence, du site et d'indiquer au prestataire les éléments à fournir afin de permettre à L'Agence de sélectionner un prestataire.

2.1 Synthèse de l'existant

	Site de L'Agence www.aud-stomer.fr	Portail Patrimoines www.patrimoines-saint-omer.fr
Mise en service	Refonte en 2016	2013
Publics	Membres et partenaires de L'Agence Professionnels de l'aménagement	Habitants et touristes
Usages et contenus	<p>Site institutionnel.</p> <p>Accueil :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bannières avec les dernières actualités ou ressources en ligne, • Partie « Dernières ressources en ligne », • Encart « Nouveauté », • Encart « Partenaires », • Raccourci vers le « Géoportail » • Raccourci vers le site du « PAH » • Récapitulatif et lien vers « Facebook » • Partie « Contact » <p>Arborescence du site :</p> <ul style="list-style-type: none"> • « Actualités » (fil d'actualité uniquement, pas de page dédiée) • « L'Agence » (présentation, périmètre d'intervention, équipe, partenaires, centre de ressources) • « Territoires » (filtre nos publications par échelle géographique et permet d'accéder à l'inventaire, obligatoire, des projets européens auxquels nous participons) • « Société » (filtre nos publications par thématique) • « Consultations » • « Recrutements » • « Mentions légales » <p>Fonctionnalités :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Moteur de recherche avec filtres • Lien vers le Facebook de L'Agence <p>Plusieurs pages dédiées, outils et applications sont disponibles et entièrement administrés en interne via un espace dédié comme par exemples :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Géoportail : www.aud-stomer.fr/applications/portail/ 	<p>Site institutionnel et promotionnel.</p> <p>Accueil :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bandeau de chargement (entre les pages) • Image fixe d'accueil • Raccourci fixe vers l'application « Saint-Omer 14/18 » • Raccourci fixe vers « Saint-Omer Plan Relief » • Bannières « Territoire » • Vidéo « Les monuments » • Bannières « Les Musées et les œuvres du patrimoine » • Partie « L'agenda » • Partie « Actualités » • Raccourci vers « Les ressources » • Raccourci vers « Les acteurs » <p>Arborescence du site :</p> <ul style="list-style-type: none"> • « Le territoire » (mise en avant du territoire labellisé) • « Les monuments historiques » (mise en avant des monuments historiques du territoire labellisé) • « Les équipements » (mise en avant des équipements culturels sur le territoire dont nos structures : la Maison de l'Archéologie et la Maison du Patrimoine) • « L'Agenda » (tous les événements du label Pays d'art et d'histoire) • « Les actualités » (une page dédiée pour chaque actualité) • « Les ressources » (accès à toutes les publications du label et informations supplémentaires) • « Nous contacter » • « Mentions légales » <p>Fonctionnalités :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Site multilingue (anglais et néerlandais) • Lien vers le Facebook de L'Agence

	<ul style="list-style-type: none"> • Atlas Historique du Pays d'art et d'histoire de Saint-Omer : www.aud-stomer.fr/applications/atlas-historique/ • Page dédiée aux Journées Européennes du Patrimoine : www.aud-stomer.fr/applications/jep/ • Page dédiée au Schéma de cohérence territoriale du Pays de Saint-Omer https://www.aud-stomer.fr/applications/scot_PSO/ • Etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lien vers le Twitter et le YouTube du Pays d'art et d'histoire de Saint-Omer • Possibilité de s'inscrire à la newsletter • Moteur de recherche • Paramètre d'accessibilité
Identité graphique	Le site utilise les éléments/couleurs/polices de la charte graphique de L'Agence	Le site utilise quelques éléments graphiques de la charte nationale des Villes et Pays d'art et d'histoire
Gestionnaire de contenu (CMS)	<i>iCMS</i>	<i>eZ Publish</i>
Réglementation et sécurité	Protocole HTTPS en place Ne répond pas entièrement aux normes RGPD Pas de gestion de cookies	Protocole HTTPS en place Ne répond pas entièrement aux normes RGPD Pas de gestion de cookies
Formulaire et newsletter	<ul style="list-style-type: none"> • Aucun formulaire de contact • Aucune inscription à une newsletter mais une base de contact est exploitée pour un envoi tous les 2 mois par mail 	<ul style="list-style-type: none"> • Formulaires disponibles : <ul style="list-style-type: none"> ○ Contact (entre 0 et 2 messages par semaine) ○ « Partagez vos ressources » ○ « Vos témoignages de l'histoire » • Inscription possible à une newsletter (5000 contacts - aucune newsletter envoyée depuis 2013)
Statistiques	Google Analytics	Google Analytics

2.2 Objectifs du site

Le principal objectif de cette consultation est de créer un nouveau site internet unique. Accessible, ergonomique, intuitif, assurant une pérennité technique et technologique, il se détachera d'un site institutionnel classique. Il sera ainsi notre porte d'entrée pour répondre aux objectifs stratégiques suivants :

- **Contribuer au développement de la citoyenneté** : susciter un engagement de nos publics sur les sujets que L'Agence traite au quotidien au travers des ressources, des actualités, des fonctionnalités ou encore des contenus pour les faire prendre part au débat.
- **Rendre plus accessible notre connaissance et notre savoir-faire** : simplifier l'accès des utilisateurs à nos données, cartographies, publications, etc.
- **Développer notre notoriété et notre image de marque** : présenter L'Agence, son expertise, son offre de service (dont le label Pays d'art et d'histoire), ses missions, ses valeurs et engagements ainsi que les réseaux dont elle fait partie pour promouvoir son image de marque, l'affirmer et la faire rayonner à l'échelle locale, régionale et nationale.

Dans le cadre de son projet d'agence, évoqué précédemment, l'association travaille actuellement sur la définition de son image de marque (raison d'être, identité visuelle et lexicale, refonte de son logo, présentation de son offre de service, etc.) et l'élaboration de son nouveau programme partenarial d'activités (en lien avec l'ensemble des collaborateurs, de ses membres et de ses partenaires). Divers documents traitant de ces sujets seront finalisés entre le 2^{ème} semestre 2023 et le début de l'année 2024. Ils seront à prendre en compte dans la réalisation du projet de refonte du site. En effet, ils permettront de répondre aux objectifs stratégiques ci-dessus et d'assurer la cohérence globale du site.

2.3 Les utilisateurs

L'Agence a pour objectif de répondre au mieux aux enjeux du territoire sur lequel s'étend son périmètre d'action. Convaincue que c'est en comprenant les besoins de ses usagers qu'elle y parviendra, elle a affinée la connaissance de ses publics (un document synthétique pourra être mis à disposition du prestataire). Différents profils ont ainsi été déterminés pour structurer et développer une offre ciblée et une communication adaptée.

On y distingue notamment :

- **Les publics « cibles »** : destinataires des productions Agence,
- **Les publics « partenaires »** : avec qui L'Agence réalise ses productions,
- **Les publics « relais »** : qui font le lien entre L'Agence et ses publics « cibles ».

Parmi ces publics, on retrouve donc les utilisateurs du nouveau site :

- Nos financeurs (institutions publiques, techniques, etc.),
- Nos partenaires (associations, acteurs sociaux, instances participatives, partenaires techniques et institutionnels, structures culturelles et touristiques, centres socioculturels et/ou de loisirs, etc.),
- Les élus (maires, adjoints, conseillers municipaux et intercommunaux, etc.),
- Les habitants/citoyens,
- Les collaborateurs et futurs collaborateurs (personnels de L'Agence, guide-conférenciers, stagiaires, etc.),
- Les talents et experts,
- Le corps enseignants (primaires, collèges et lycées),
- Les universitaires (étudiants, chercheurs, maîtres de conférences, etc.),
- Les touristes et visiteurs,
- Les professionnels et porteurs de projets,
- Les journalistes, médias et influenceurs.

La navigation devra être simple, intuitive et adaptée pour chaque utilisateur. Les contenus devront aussi s'adapter aux besoins des personnes déficientes visuelles.

3 BESOINS

Aujourd'hui les deux sites internet présentent des limites en termes d'arborescence, d'accessibilité et d'ergonomie, de présentation ou encore de fonctionnalités. Il est indispensable que le nouveau site réponde à nos besoins :

3.1 Un design et des contenus en accord avec notre image de marque

Au travers du design et des contenus dynamiques, attirants et adaptés, l'utilisateur doit percevoir et comprendre nos valeurs et engagements, notre identité et nos missions. Une narration visuelle et rédactionnelle en accord avec notre image de marque devra être élaborée.

3.1.1 Le design

Le design du site doit être cohérent avec notre image de marque tout en répondant aux attentes de nos publics. La charte graphique de L'Agence sera ainsi reprise et adaptée pour le site à la suite des réflexions sur notre raison d'être, valeurs, etc.

Le logo ainsi que la charte graphique sont, actuellement, en cours de refonte, et seront fournis au prestataire début 2024.

3.1.2 Les contenus

Pour captiver les utilisateurs, susciter leur intérêt et engagement, naviguer sur le site et y rester, les contenus seront à élaborer par le prestataire en lien avec L'Agence.

Une réflexion sera à mener avec le prestataire concernant les contenus déjà existants sur nos deux sites actuels. Faut-il les garder, les supprimer, les réécrire ou les retravailler ? Quel est leurs impacts sur le référencement ?

Il est demandé au prestataire retenu d'apporter son savoir-faire et son expertise dans ces domaines pour :

- L'écriture des textes présents sur le site (divers textes de présentation de L'Agence, des structures ou thématiques, etc.) en accord avec notre image de marque,
- La création de divers supports (photos, vidéos, images, animations, graphiques, infographies, cartes, etc.) à destination du site internet (aussi en accord avec notre image de marque),
- La gestion et l'adaptation des contenus présents sur nos sites actuels.

Un temps de travail et d'échanges avec le prestataire est à prévoir concernant la création des contenus et impactera également l'organisation générale du nouveau site.

3.2 Une interface et une arborescence claires et intuitives

L'interface et l'organisation du contenu doivent être claires et intuitives pour assurer une expérience utilisateur optimale à travers, notamment, l'arborescence du site (et donc ses pages). Dès l'arrivée sur le site, l'utilisateur doit donc distinguer l'intégralité de notre future offre de service (évoquée auparavant et dont la version finalisée sera fournie au prestataire), de par l'organisation du site, ses contenus et son arborescence.

Cette dernière est à coconstruire avec le prestataire en prenant en compte les éléments, non exhaustifs, suivants :

- « Actualités » (avec filtrage par type/catégorie/thématique/commune/etc.),
- « Agenda » (avec filtrage par type/catégorie/thématique/commune/etc.),
- « Ressources » (publications au format PDF, outils, cartes et data, applications, fiches communales (avec les différents chiffres clés selon les années et communes, etc.),
- « L'Agence » intégrant la label Pays d'art et d'histoire (raison d'être, missions, périmètre d'intervention, organigramme/équipe, page partenaires (avec chiffres clés, documents liés et renvois vers sites dédiés), centre de documentation, conseil de développement, maisons de l'archéologie et du patrimoine, etc.),
- « Projets européens et internationaux » (pages obligatoires vis-à-vis de nos financeurs),
- « Contact » (information de contact, FAQ, organigramme, etc.),
- « RGPD/Cookies », « Mentions légales » et « Politique de confidentialité ».

L'offre du label Pays d'art et d'histoire ainsi que la Maison de l'Archéologie et la Maison du Patrimoine, devront être identifiables dès l'entrée sur le site.

Le prestataire retenu doit être force de propositions concernant l'arborescence et l'organisation du site.

3.3 Une ergonomie et des fonctionnalités au service de l'expérience utilisateur

L'interface utilisateur (UI) et l'expérience utilisateur (UX) du site doivent respecter les bonnes pratiques en termes de couleurs utilisées, de boutons, de tailles de police, de navigation en lien avec l'image de marque de L'Agence. Il est indispensable que l'utilisateur puisse s'orienter aisément dès la page d'accueil et retrouver le contenu qu'il recherche rapidement.

Le site sera étoffé par diverses fonctionnalités :

- Dès l'arrivée sur le site un système d'entrée spécifique sera à élaborer pour orienter directement les utilisateurs selon leurs besoins (par type de publics ou par type d'offres de service) en lien avec l'arborescence (à affiner avec le prestataire et L'Agence en lien avec l'image de marque et l'offre de service).
- Une carte interactive pour pouvoir prévisualiser les contenus ou les chiffres liés à une commune, ou pour prévisualiser le territoire d'action de L'Agence selon ses échelles d'interventions est également à prévoir.
Ce besoin sera à proposer en option, après échanges sur le sujet avec le prestataire et ses recommandations.
- Chaque page du site devra être compréhensible pour l'utilisateur. Si nécessaire un texte d'explication ou de présentation sera à prévoir selon les pages/rubriques.
- Une navigation incitant à la consultation entre les différents contenus du site (par exemple une actualité ou une publication doit renvoyer vers un autre contenu en lien avec celui consulté).
Les contenus sont ainsi interdépendants entre eux, par des tags, thématiques, etc.
- Un système de filtration simple et intuitif pour trier les contenus (agenda, actualités, ressources, publications, etc.).
- Un agenda où l'utilisateur peut affiner les événements affichés (avec un système de filtration complet). Toutes les informations devront être visibles sur la fiche d'un événement (adresse, tarifs, durée, description, etc.), L'utilisateur doit aussi pouvoir s'inscrire, si besoin, via un formulaire à cet événement (un système d'alerte par email doit être mis en place pour prévenir la personne inscrite et la personne en charge de l'événement).

- Fonctionnalité à proposer en option : Dans le cas d'événements payants, il faut que l'utilisateur puisse passer par le site, ou une plateforme tierce pour payer et s'inscrire à l'événement.
- Un « organigramme de l'équipe » dynamique pour consulter le portrait d'un collaborateur de l'équipe, avec un système permettant de trouver le bon interlocuteur selon les besoins de l'utilisateur. Un fois le bon interlocuteur choisi un formulaire de contact peut être proposé pour directement contacter la personne via son adresse email ou une adresse de contact générique.
 - Fonctionnalité à proposer en option : Une page FAQ en lien avec l'organigramme, ou dédiée, pourrait également être mis en place sur le site permettant de répondre à des questions récurrentes.
- Un moteur de recherche avancé avec un système de filtres. Les résultats de recherche doivent inciter à la navigation et la consultation des divers documents ou articles. Si la recherche donne aucun résultat, alors il faut rediriger l'utilisateur sur le formulaire de contact ou une autre page FAQ (si disponible).
 - Fonctionnalité à proposer en option : le résultat de recherche devra également proposer le contact d'un collaborateur (en lien avec l'organigramme) selon les mots clés de la recherche.
- Une page « contact » comprenant une carte de localisation de L'Agence et de ses équipements (type Open Street Maps ou Google Maps) et des informations classiques et pratiques (parking à proximité, transports en commun disponibles, temps de trajet à prévoir, infos relatives aux vélos ou véhicules électriques, etc.).
- L'inscription via une page dédiée à une newsletter (possibilité de pouvoir modifier cette page, d'adapter le formulaire d'inscription et d'exploiter la base de données).
- Des accès rapides vers nos réseaux sociaux avec la fonctionnalité de « partage » à l'extérieur du site.
- Un « formulaire de contact »

Le site actuel de L'Agence, ne permettant pas la création de pages dédiées, des « sites » spécifiques ont été créés en interne (Géoportail, Atlas historique, page dédiée aux Journées Européennes du patrimoine, etc.) pour répondre à nos besoins. Le futur site devra impérativement faciliter l'intégration et l'administration de ce type de contenus sans avoir, forcément, recours à la création de pages externe au site principal (voir partie « CMS »).

Le prestataire devra être force de propositions concernant l'ergonomie et les fonctionnalités du site.

3.4 Une administration du site via un gestionnaire de contenus (CMS)

Le backoffice du site internet doit être administré dans son intégralité via un CMS. La gestion doit également être facile et optimisée pour permettre :

- La modification de tous les contenus du site (logos, photos, contenus, menus, rubriques, tags, header, footer, etc.).
- La création et l'intégration simple d'événements, d'actualités, de cartographies, d'articles, etc.
- La planification de publication d'articles, d'événements, etc.
- La prévisualisation des brouillons.
- La gestion des utilisateurs internes au site et leurs accès (création, suppression d'un utilisateur, changement d'autorisations, etc.).
- La création et l'administration de formulaires (formulaire simple, sondages, ou questionnaire en ligne) dans les différents contenus.

- La gestion de bases de données « contact » exploitable pour l'envoi de newsletters, pouvant être exploitée par des services de mailing comme Mailchimp, Sendinblue (en accord avec la RGPD notamment). La gestion doit permettre d'exporter la base de données depuis le site ou d'en importer.
- L'intégration, la gestion et le téléchargement de plusieurs formats tels que des fichiers : pdf, images (svg, jpg, png, etc.), vidéos, audios ou encore contenus en iframe (ou équivalent), etc.
Lors d'intégration de photos et d'images, l'administrateur doit pouvoir choisir si l'image est cliquable pour agrandissement ou non pour l'utilisateur (via un système de lightbox ou galerie).
- La création d'une page dédiée avec une mise en page spécifique (utilisation par exemple d'un « page builder »).
- La gestion des contenus avec des tags, mots clés pour le référencement naturel (SEO).
- La création de textes via un éditeur de textes intégré.
- La création d'événements multiples. Si un événement à lieu plusieurs fois mais à une date différente, il doit pouvoir être dupliqué en changeant la date.

Le prestataire devra être force de propositions concernant le CMS proposé permettant :

- Une pérennité technique et technologique,
- Une évolution agile du site et de son usage (par exemple passage du site en français vers un site multilingue par la suite, réorganisation des menus, etc.),
- Une utilisation d'un constructeur de page (« page builder ») au sein du CMS pour créer des mises en pages spécifiques ou des pages dédiées de manière autonome (par exemple : Wordpress couplé avec Elementor ou Drupal avec DXPR) en gardant les éléments basiques du site comme le footer ou le header.

3.5 Un référencement naturel optimisé

Le site et les contenus devront répondre aux recommandations des moteurs de recherches et d'optimisations (SEO) ainsi qu'aux exigences de L'Agence et les objectifs mentionnés précédemment. Il est attendu du prestataire des solutions pour optimiser le référencement naturel du site (optimisation du contenu, des mots clés à utiliser, de l'arborescence, des pages).

Concernant les deux sites actuels, il est aussi demandé au prestataire de prendre en compte le trafic qu'ils génèrent afin de ne pas le perdre lors du basculement vers le nouveau site unique. Cet aspect est non négligeable et est à anticiper lors de la conception du nouveau site. Comme évoqué précédemment la manière de réintégrer nos différentes publications, articles, pages est à prévoir et à analyser.

Une formation, en option, sur les bonnes pratiques en SEO et l'écriture de contenus et leur optimisation est demandé au prestataire.

3.6 Des statistiques de fréquentation consultables et analysables

Une solution d'analyse des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site en accord avec les réglementations en vigueur est attendue. La provenance (réseaux sociaux, moteurs de recherche, liens directs, etc.), la durée des sessions, les pages les plus consultées, etc. devront pouvoir être analysées.

Une formation, par le prestataire, sur l'outil d'analyse retenu, est demandé en option, ainsi qu'une formation sur l'utilisation de Google Ads (ou équivalent).

3.7 Un site conforme et sécurisé

Le site doit répondre aux normes relatives à la RGPD avec notamment une gestion des cookies facile, fiable et claire pour l'utilisateur final. Une page « politique de confidentialité » et « mentions légales » est à prévoir ainsi qu'un message informatif, à l'arrivée de l'utilisateur, indiquant le recours aux cookies.

Le site doit être doté d'un certificat de sécurité garantissant une connexion sécurisée à l'utilisateur.

3.8 Une accessibilité optimale

La prise en compte des différents navigateurs web et de leurs compatibilités avec le site est indispensable (notamment avec Internet Explorer ou encore entre les navigateurs desktop/mobile, etc.).

Le site doit être entièrement responsive et adapté à tout type d'écran et de support aussi bien visuellement que dans l'utilisation. Le site doit également répondre aux besoins des personnes déficientes visuelles via des outils/options d'affichage.

Les différentes pages du site devront être imprimables correctement, des flux RSS doivent aussi être prévus.

3.9 Un nom de domaine et hébergement unique

L'hébergement du site et la gestion du nom de domaine se feront par L'Agence. Le prestataire aura accès au nécessaire pour le développement du site. Le prestataire sera, par ailleurs attendu pour conseiller L'Agence sur le choix de son hébergeur (meilleure offre répondant à nos usages et besoins), ses recommandations seront les bienvenues.

Concernant le nom de domaine unique, une réflexion sur ce sujet est en cours au sein de L'Agence.

3.10 Une gestion du site cadrée

L'Agence devra avoir un accès complet aux fichiers sources du site via un protocole de transfert de fichier (FTP) ainsi qu'à la base de données du site. Un cadre de gestion devra ainsi être défini entre le prestataire et L'Agence pour toutes modifications ou accès aux différents éléments (fichiers, fichiers sources, documents, bases de données, etc.) afin d'éviter tout problèmes techniques ou de sécurité sur l'hébergement ou sur le site. La possibilité de créer des sous-domaines et de les gérer devra être abordée avec le prestataire.

Le prestataire devra proposer un cadre qui convient aux deux parties. La maintenance technique du site, la maintenance de l'hébergement ou les mises à jour courantes et/ou importantes seront à prévoir par le prestataire dans sa proposition, ainsi que les demandes d'ajustements ou de modifications faites par L'Agence.

3.11 Des formations au site et aux outils spécifiques

Le prestataire sera tenu de proposer des formations d'utilisation et de gestion du site auprès de l'équipe dédiée. Un document reprenant les éléments de la formation devra également être fourni.

En complément sont également prévues, en option, par le prestataire :

- Une formation sur l'outil d'analyse retenue,
- Une formation sur l'utilisation de Google Ads (ou équivalent),
- Une formation sur les bonnes pratiques en SEO et l'écriture de contenus et leur optimisation.

4 MODALITÉS DE LA CONSULTATION

4.1 Méthodologie et livrables

Plusieurs phases d'échanges auront lieu durant le projet, le prestataire s'engage, dans ce sens, à être disponible pour toutes questions ou rendez-vous. Il devra aussi être agile et s'adapter à nos besoins et demandes durant tout ce processus.

Après des phases d'échanges et de définition sur la méthodologie d'élaboration du projet, le prestataire devra notamment livrer :

- Un planning de réalisation détaillé avec engagement sur la date de mise en ligne,
- Un document reprenant des conseils :
 - Méthodologiques et préconisations techniques en matière de contenu, d'arborescence et d'ergonomie,
 - Concernant les sites actuels et leur migration (migration des contenus et/ou des bases de données, maintien du référencement, contenus à garder ou à supprimer, etc.),
 - Concernant les bonnes pratiques et les choses à éviter sur le nouveau site.
- Les maquettes graphiques et prototypes,
- Un support de formation expliquant l'utilisation et la gestion du site ainsi que des supports complémentaires selon les formations prévus en option,
- Le site définitif complet avec :
 - Les contenus créés spécifiquement pour le site (textes, vidéo, images, etc.),
 - Les contenus migrés, définit au préalable, depuis les 2 sites et réadaptés.
- Les identifiants existants liés au projet.

Durant l'élaboration du site, un groupe de travail interne à L'Agence, composé d'utilisateurs, d'élus, de collaborateurs et de citoyens, sera mis en place pour recueillir un retour d'expérience sur divers aspects (premiers éléments d'élaboration, navigation et esthétique, organisation).

Un site de préproduction devra être mis en place afin de permettre la consultation au préalable de tout changements futurs au site avant le basculement sur le site maître.

En cas de bugs éventuellement non détectés lors des phases de tests, une période de garantie d'un an sera demandée au prestataire débutant le jour de la mise en ligne du site afin d'y remédier si besoin.

La mise en ligne sera effectuée **fin septembre 2024**.

4.2 Compétences attendues

Pour mener à bien ce projet, L'Agence attend du prestataire plusieurs compétences :

- Dans la gestion de projet,
- Dans le storytelling, l'éditorial et le rédactionnel,
- Dans la conception web,
- Dans la création graphique,
- Dans l'UX/UI design,
- Dans l'intégration et le développement web (front et back end),
- Dans la maîtrise technique et digitale,
- Dans le référencement et la gestion de contenu.

4.3 Engagements

Répondre à cette consultation signifie avoir compris ce cahier des charges. Le prestataire est encouragé à contacter le référent du projet en cas de besoin d'informations complémentaires.

Cette consultation ne fait pas office de commande. Elle n'engage aucunement l'Agence d'Urbanisme et de Développement Pays de Saint-Omer et le prestataire ayant répondu au cahier des charges.

La commande deviendra uniquement effective après signature du devis valant pour bon pour accord auprès du prestataire retenu.

4.4 Confidentialité

Le prestataire accepte de garder la confidentialité des informations et des échanges produits lors de cette consultation pendant 3 ans. Un contrat de confidentialité sera soumis à signature lors de la finalisation du devis.

4.5 Propriété

L'Agence d'Urbanisme et de Développement Pays de Saint-Omer est le propriétaire de tous les documents produits lors de ce projet. Un contrat de cession des droits d'auteur sera ainsi soumis à signature. Le prestataire s'engage dans ce sens à n'utiliser que des éléments dont il est propriétaire ou dont il peut céder les droits.

4.6 Production externe

Si le prestataire doit s'associer à d'autres compétences dans le cadre de ce projet et passer par un sous-traitant il devra alors en faire part dans son offre. Il devra indiquer les sociétés, leurs expériences et références ainsi que les tâches qui lui sont assignées.

Le prestataire est la principale partie mandatée pour cette mission, il doit donc assurer, comme mandataire unique, le bon déroulement des actions menées en lien avec les structures associées.

5 CADRE DE RÉPONSE À LA CONSULTATION

5.1 Présentation des offres

La réponse du prestataire devra comporter :

- Une présentation du prestataire (les compétences et l'équipe mobilisée sur le projet, les CV, les valeurs et la philosophie d'entreprise, etc.),
- Une liste de 3 expériences significatives au regard de la mission sollicitée,
- Une liste de références pour un même type de projet, de réalisations ou ayant un intérêt directement lié à nos besoins,
- Une note recto/verso d'un premier avis sur nos 2 sites actuels,
- Une offre technique détaillée (10 pages maximum) avec :
 - Une note méthodologique précise :
 - conduite du projet,
 - recommandations,
 - réalisation du site,
 - hébergement,
 - Un calendrier de réalisation détaillée avec le temps prévu par actions ou domaine d'intervention,
 - Une offre de prix détaillée :
 - pour la conception du site,
 - pour la conception des contenus dédiées au site,
 - pour les fonctionnalités en option,
 - pour le développement du site,
 - pour le déploiement du site internet,
 - pour la formation à l'utilisation du site,
 - pour les formations en option,
 - pour la sous-traitance,
 - Une offre de prix détaillée pour la maintenance, la sécurisation et l'assistance du site sur une base annuelle (en détaillant le système de maintenance : par tickets, horaires, etc. et les interventions régulières).

Le prestataire devra prévoir dans son offre le nombre de réunions nécessaires à la présente mission avec au minimum une fois par mois avec un ordre du jour déterminé à l'avance par le prestataire (en présentiel ou en distanciel) et indiquer l'équipe mobilisée lors de ces réunions.

5.2 Modalités de remise des offres

La date limite de dépôt des propositions est fixée au **20/09/2023 à 12h30**.

Les dossiers de réponse et propositions de prix sont à envoyer par courrier postal doublé d'un email aux adresses suivantes :

Adresse postale :

Monsieur Christophe Molin
Directeur Général
Agence d'Urbanisme et de Développement
Pays de Saint-Omer
Centre Administratif Saint-Louis
16 Rue Saint-Sépulcre 62500 SAINT-OMER

Adresse email :

accueil@aud-stomer.fr

5.3 Modalités de sélection

Les candidatures seront étudiées, une étape de présélection sera effectuée et des entretiens avec les premiers prestataires retenus seront à prévoir **courant octobre 2023**. L'Agence choisira ensuite son prestataire.

L'Agence se réserve le droit de contacter les candidats pour poser des questions sur les propositions afin d'éclairer certains points si nécessaire.

Les critères de sélection seront les suivants :

- **30%** - Compréhension et prise en compte des enjeux, pertinence des références, composition de l'équipe mobilisée,
- **40%** - Qualité technique de la proposition, clarté rédactionnelle de la réponse au cahier des charges, méthodologie et respect du planning,
- **30%** - Proposition de prix et qualité des prestations proposées.

Un premier rendez-vous de lancement sera prévu avec le prestataire retenu **fin octobre/début novembre 2023** dans les locaux de L'Agence à Saint-Omer.

5.4 Modalités de règlement et de négociations

Les modalités de règlements seront à définir avec le prestataire retenu, une phase de négociation sur la base des réponses à ce cahier des charges pourra être effectuée.

Pour toute question, vous pouvez contacter :

Louis Vering
Chargé d'études
Infographie - Web - Multimédia
louis-ving@aud-stomer.fr
+33 (0)3 21 38 01 62

Lise Debiene
Chargée d'études principale
Communication Création graphique
lise-debiene@aud-stomer.fr
+33 (0)3 21 38 01 62