



Cahier des clauses techniques particulières CCTP
ou Cahier des charges fonctionnel

Projet de hub numérique de l'écosystème touristique
Sud Tourisme Nouvelle-Calédonie

DOCUMENT CONFIDENTIEL

Maître d'ouvrage : Société Publique Locale Sud Tourisme

Sommaire

1. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU PROJET	4
1.1. Présentation de Sud Tourisme et de ses missions	4
1.2. Contexte général et présentation du projet de Hub touristique	4
1.3. Organisation générale du projet de hub	6
1.3.1. Objectifs stratégiques et opérationnels	6
1.3.2. Cibles du Hub	6
1.3.3. Architecture fonctionnelle du hub	7
1.3.4. Constitution de l'appel d'offre du projet	9
1.3.5. Planning prévisionnel du projet	11
2. SOCLE COMMUN.....	12
2.1. Spécificités techniques globales	12
2.1.1. Apidae - SIT Sud Tourisme	12
2.1.2. Interconnexion entre les applications et interdépendances.....	13
2.1.3. Autres contraintes globales.....	13
2.2. RGPD et obligations légales d'informations et de déclaration.....	15
2.3. Propriété et portabilité des contenus.....	15
2.4. Environnement de développement	15
2.5. Formations et transfert de compétences.....	16
2.6. Garanties, maintenance et support	17
3. QUALIFICATION DES PRESTATIONS	20
3.1. LOT1 - Solutions de commercialisation (#DISTRI)	20
3.2. LOT 2 - Refonte du site Sudtourisme.nc (#WEB)	21
3.3. LOT 3 - Solution de gestion de la relation client (#CRM)	21
4. LOT 1 #DISTRI SOLUTION DE COMMERCIALISATION	22
4.1. Cadrage projet	22
4.1.1. Présentation et périmètre du projet	22
4.1.2. Objectifs stratégiques et opérationnels	23
4.1.3. Cibles des solutions de commercialisation.....	23
4.2. Super-administration de la destination.....	24
4.3. Connexion des fournisseurs et mise à disposition d'outils métier par filière	26
4.3.1. Les fonctionnalités générales du backoffice fournisseur	26
4.3.2. Les fonctionnalités propres à l'hébergement.....	29
4.3.3. Les fonctionnalités propres aux activités de loisirs et à la billetterie.....	31
4.3.4. Les fonctionnalités propres au transport	33
4.3.5. Les fonctionnalités propres à la restauration.....	35
4.4. Maillage des canaux de distribution	35
4.5. Gestion des flux de paiement (modèle marketplace)	38
4.5.1. Objet.....	38
4.5.2. Prérequis réglementaires	39
4.5.3. Fonctionnalités attendues pour la gestion des paiements	39

4.6.	Intégration de la commercialisation dans le Hub	40
4.6.1.	Intégration des données sur sudtourisme.nc via un frontoffice	40
4.6.2.	Intégration des données froides avec Apidae	43
4.6.3.	Intégration des données chaudes, en lien avec les outils existants des fournisseurs.....	43
4.6.4.	Intégration avec la solution CRM	44
4.6.5.	Intégration avec le logiciel de caisse	45
5.	LOT 2 #WEB - REFONTE DU SITE WEB SUDTOURISME.NC.....	46
5.1.	Cadrage projet	46
5.1.1.	Présentation du projet	46
5.1.2.	Cibles du site internet	46
5.1.3.	Objectifs stratégiques et opérationnels	47
5.2.	État des lieux du site actuel et évolutions nécessaires	48
5.3.	Cadrage marketing	50
5.3.1.	Arborescence et menus.....	50
5.3.2.	Contraintes ergonomiques (UX)	52
5.3.3.	Contraintes graphiques (UI)	55
5.3.4.	Gestion des langues	56
5.3.5.	Référencement SEO	57
5.4.	Cadrage fonctionnel du site.....	58
5.4.1.	Hébergement et noms de domaines	58
5.4.2.	Fonctionnalités du backoffice	59
5.4.3.	Fonctionnalités du frontoffice.....	61
5.4.4.	Fonctionnalités liées à la commercialisation.....	68
5.5.	Développement d'intégrations des différents lots du Hub	71
5.5.1.	DISTRi – la plateforme de commercialisation	71
5.5.2.	CRM – la solution de gestion de la relation client	71
5.6.	Plan de marquage	71
6.	LOT 3 #CRM SOLUTION DE GESTION DE LA RELATION CLIENT	72
6.1.	Présentation du projet et des objectifs	72
6.1.1.	Présentation du projet	72
6.1.2.	Objectifs stratégiques et opérationnels	73
6.2.	Fonctionnalités du CRM	73
6.3.	Intégration avec d'autres applications	76
6.3.1.	Intégration des données APIDAE.....	76
6.3.2.	Intégration des données clients d'autres applications.....	76
7.	CADRE DE RÉPONSE	78
7.1.	Modalité de réponse.....	78
7.2.	Organisation de l'équipe projet.....	78
8.	GLOSSAIRE.....	79
9.	ANNEXES	80

1. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU PROJET

1.1. Présentation de Sud Tourisme et de ses missions

La Nouvelle-Calédonie est une collectivité d’Outre-mer située dans le pacifique à proximité de l’Australie et de la Nouvelle-Zélande. Elle offre une nature préservée et une diversité extraordinaire de cultures, de paysages et d’activités et possède le plus grand lagon du monde, classé au patrimoine mondial de l’Unesco.

La Nouvelle-Calédonie est découpée en 3 provinces que sont la province Sud, la province Nord et la province des îles Loyautés.

La province Sud comprend, à elle seule, 80% des activités touristiques de la Nouvelle-Calédonie, ce qui représente environ 750 prestataires.

Elle est composée d’une partie de l’île principale, la grande terre, et de l’île des Pins.

On y retrouve de grandes agglomérations dont la capitale, Nouméa, mais également une biodiversité exceptionnelle préservée notamment dans 3 parcs provinciaux.

Le tourisme est une compétence provinciale en Nouvelle-Calédonie et la province Sud s’est dotée d’un outil de développement du tourisme en créant, avec ses communes, en 2022, l’agence d’attractivité Sud Tourisme (sous la forme d’une Société Publique Locale).

Les missions de Sud Tourisme, qui a en charge la définition de la stratégie touristique à l’échelle de la province, sont :

- La promotion et la commercialisation de la destination Sud de la Nouvelle-Calédonie en local et à l’international
- L’accueil et l’information des visiteurs, via le réseau de ses offices de tourisme
- L’organisation, la qualification et la fédération de l’offre touristique, au plus proche des acteurs du secteur



Promotion et
commercialisation
en local
et à l’international

Accueil et
information des
visiteurs

Organisation
qualification et
fédération de
l’offre touristique

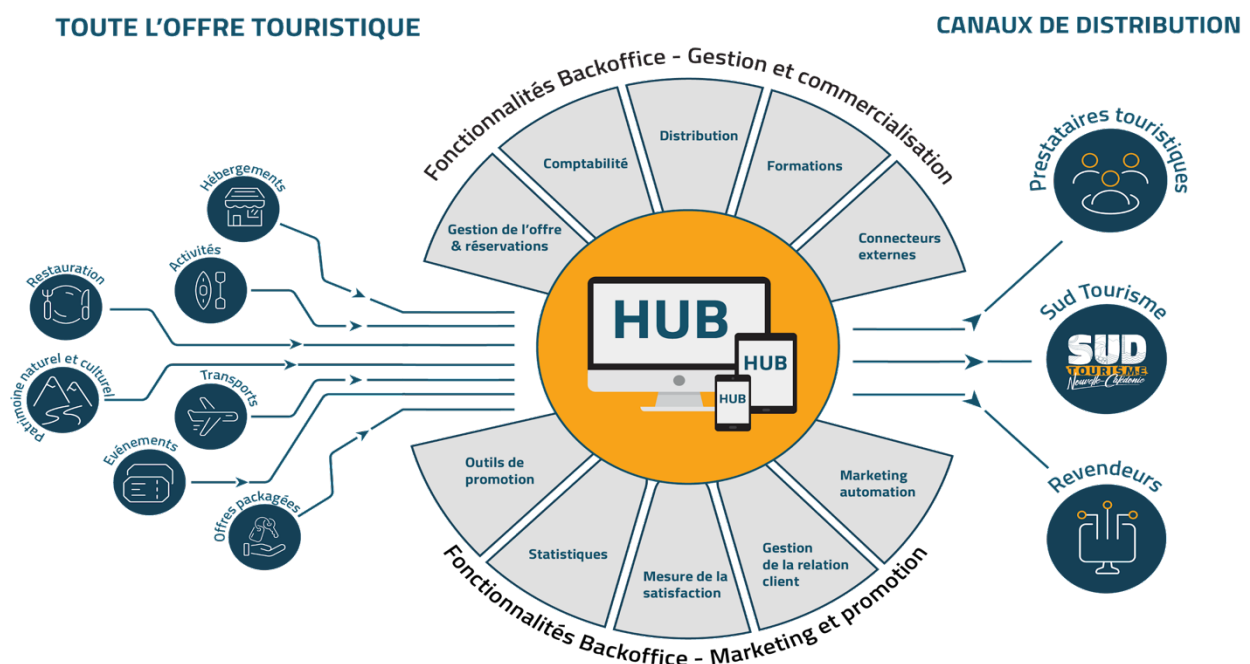
Par ailleurs, 72% de la clientèle locale exprime¹ la volonté de pouvoir réserver l'ensemble des prestations existantes en ligne et 94% perçoit la création d'un site local de réservation en ligne comme très utile.

Le projet de création **d'un hub numérique de l'écosystème touristique, nommé ci-après hub touristique ou hub**, répond donc à un besoin essentiel à la fois pour les professionnels du tourisme, et pour la clientèle, afin d'améliorer la structuration, la promotion et la commercialisation de l'offre touristique de la destination.

Ce projet consiste à faire évoluer le site vitrine de la destination en un site marchand, centralisant toute l'offre touristique et permettant la connexion entre l'offre et la demande sur les différents marchés potentiels, en Calédonie et à l'international.

Toute l'offre touristique est concernée : hébergements, activités, transports, billetteries événementielles.

- L'internaute sera ainsi en mesure d'accéder à un catalogue complet d'offres et de réserver directement en ligne auprès des prestataires via un panier unique.
- Le hub a également pour vocation de permettre la connexion de différents réseaux de distribution : que ce soit en mode conciergerie au comptoir des offices de tourisme ou de certains partenaires entre eux, ou encore en mode [GDS](#) pour les agences de tourisme et les tour-opérateurs qui pourront y puiser les prestations à combiner pour leurs clients.
- Enfin, le hub répond à un enjeu de professionnalisation du secteur.
Si des connexions avec les outils existants doivent être déployées pour interfacer les prestataires déjà digitalisés, le hub doit également permettre d'accompagner la digitalisation de certains acteurs en proposant des outils métiers spécifiques afin de faciliter la gestion et la commercialisation des prestations touristiques.



¹ Source : étude relative à la création d'un site de réservation en ligne de prestations touristiques – Quidnovi 2021

1.3. Organisation générale du projet de hub

1.3.1. Objectifs stratégiques et opérationnels

Ce projet ambitieux, porté par Sud Tourisme, est réalisé en étroite collaboration avec plusieurs institutions que sont la Province Sud, le Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie et la CCI de Nouvelle-Calédonie.

Il répond à plusieurs enjeux pour le secteur touristique :

Faire de l'industrie du tourisme un axe de développement économique sur le long terme

- Centraliser et structurer l'offre touristique
- Professionnaliser et accompagner les acteurs avec des outils métiers pertinents
- Enrichir l'écosystème et le réseau touristique
- Développer un levier de croissance économique durable
- Être efficient et innovant
- Se positionner en pilote pour déclinier une solution pour l'industrie à l'échelle de la Nouvelle-Calédonie

Participer au rayonnement et à la promotion de la province Sud

- Inspirer autour de la marque de la destination "Sud Tourisme Nouvelle-Calédonie"
- Promouvoir les atouts et multiples facettes de la destination
- Faciliter l'expérience des visiteurs

Développer les retombées économiques pour le secteur

- Faciliter la commercialisation de l'offre touristique
- Créer une plateforme de (re)distribution locale et internationale
- Analyser le parcours et la satisfaction des visiteurs
- Fidéliser
- Développer les expériences incrémentales
- Permettre la vente additionnelle

1.3.2. Cibles du Hub

Le hub proposera des services B2C à destination des clientèles touristiques et B2B à destination des acteurs touristiques.

Les cibles internationales historiques de la Nouvelle-Calédonie sont la France métropolitaine, l'Australie, la Nouvelle-Zélande et le Japon. Des réflexions sont en cours sur le développement d'autres cibles, par exemple sur le continent américain.

Cibles B2C

Cible	Langue
Locaux	FR
Internationaux	FR et EN

Cibles B2B

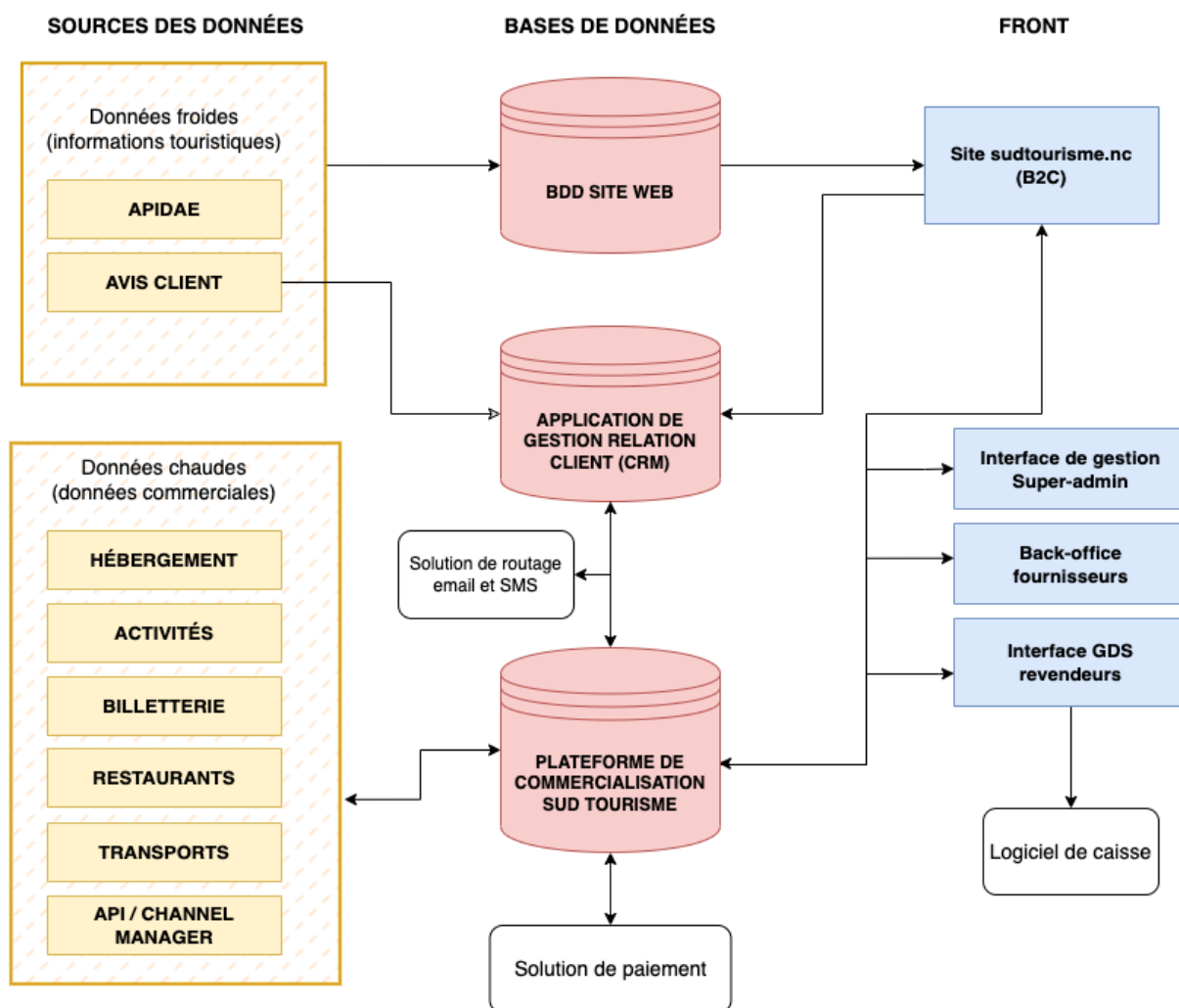
Cible	Langue
Prestataires touristiques de la province Sud : Hébergements, Activités de loisirs, Transports, Restauration, Organismes d'événements, Réseaux de distribution : Offices de tourisme, Agences de tourisme, Partenaires et institutions	FR
Acteurs touristiques internationaux : Agences de voyages, Tour-opérateurs,	FR / EN

1.3.3. Architecture fonctionnelle du hub

Le Hub touristique désigne, in fine, un ensemble d'outils et d'applicatifs métiers et solutions techniques interconnectés au service de la Destination.

Voici un schéma représentant l'architecture fonctionnelle du projet :

- Les différentes sources des données,
- Le stockage des données
- Les interfaces utilisateurs finales.



“Sources des données” :

Cette catégorie désigne l’ensemble des [API](#) où les différentes applications du hub sont connectées pour alimenter leurs bases de données en contenu externe. Il s’agit par exemple des logiciels métiers déjà utilisés par des prestataires, du système d’informations de la Destination, ou toute autre base de données utile.

Deux types de données externes sont à distinguer : les données “froides” et “chaudes”.

- Les données froides correspondent aux données qui évoluent peu ou qui n’ont pas vocation à être mises à jour en temps réel.
Il s’agit principalement des informations touristiques obtenues via le SIT Apidae, des avis clients obtenus via un service tiers, des pages de contenus du site web.
- Les données chaudes quant à elles correspondent aux données qui évoluent fréquemment et doivent être mises à jour très régulièrement.

Les données chaudes correspondront majoritairement aux données nécessaires pour effectuer une réservation en ligne, comme les tarifs et disponibilités ou encore l'affluence dans un lieu fréquenté ou la météo.

Bases de données

Cette catégorie désigne l'ensemble des applications/logiciels du hub qui auront pour rôle d'agréger les données provenant de plusieurs sources différentes.

Trois bases de données principales ont chacune un rôle déterminé :

- La base de données site web ayant pour objectif de centraliser l'ensemble des données froides nécessitant d'être affichées sur les supports numériques de la Destination. Sans que cela soit exhaustif, cette base comprendra notamment les informations touristiques issues du SIT Apidae et l'ensemble des contenus du site internet.
- La base de données du logiciel de gestion de la relation client (CRM) ayant pour objectif de centraliser l'ensemble des informations de la base de contacts Sud Tourisme et d'historiser ses interactions avec les applications du hub.
- La base de données de la plateforme de commercialisation ayant pour objectif de centraliser l'ensemble des données chaudes liées à la commercialisation. Sans que cela ne soit exhaustif, cette base comprendra notamment les informations issues des logiciels de réservation (channel manager, plateformes de vente en ligne...) utilisés par les prestataires touristiques ou par des partenaires.

Supports de promotion et de commercialisation frontoffice

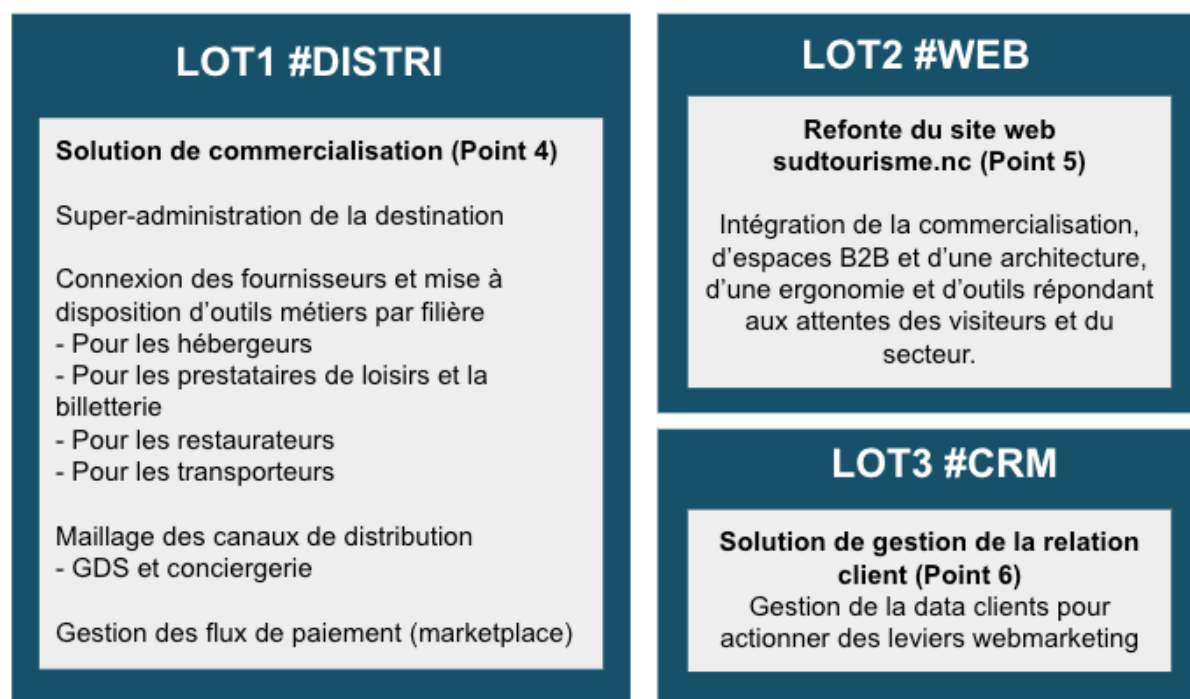
Cette catégorie désigne l'ensemble des plateformes numériques déployées sur internet, accessibles publiquement par des particuliers ou des professionnels. Les supports [frontoffice](#) auront pour fonction de diffuser l'offre touristique et les contenus disponibles en bases de données, mais également de générer des interactions avec les utilisateurs finaux.

1.3.4. Constitution de l'appel d'offre du projet

Compte tenu de l'envergure du projet, l'appel d'offres est divisé en 3 lots indépendants, détaillés dans ce cahier des charges fonctionnel.

Il est possible de répondre à un lot spécifique ou à plusieurs lots à la fois. Un seul soumissionnaire est attendu par lot.

Chaque soumissionnaire devra répondre au lot dans sa globalité et adresser tous les besoins spécifiques qui le composent. Pour cela, il pourra faire appel à des sous-traitants ou co-traitants en cas de groupement. Il devra, quoi qu'il en soit, être le mandataire et portera la charge de l'interopérabilité des solutions employées, qu'elles soient internes ou déléguées.



Note importante :

Bien qu'étant indépendants les uns des autres, les lots constituent le projet global du Hub Touristique. Ainsi, il est extrêmement important que toutes les applications proposées soient interconnectées entre elles.

En répondant à ce marché, les soumissionnaires s'engagent à permettre aux entreprises sélectionnées par Sud Tourisme de développer des connecteurs avec leurs [API](#), et ce sans surcoût. Une partie du cahier des charges détaille les attentes en termes d'interopérabilité : [Interconnexion entre les applications \(API\)](#)

1.3.5. Planning prévisionnel du projet

Le planning prévisionnel de la totalité du projet, tous lots confondus, est disponible en annexe 6. Ci-après le planning précis des phases d'appel d'offres et de choix des prestataires techniques :

	Deadline
Phase 1 : Appel d'offres	
Diffusion de l'appel d'offres	25/04/23
Questions et échanges	06/06/23
Date limite de remise des candidatures	27/06/23 midi (Heure NC)
Phase 2 : Choix des prestataires techniques	
Commission de dépouillement	28/06/23
Commission d'appel d'offres	03/07/23
Publication du choix	05/07/23

Note importante :

La mise en production du Hub est attendue dans un délai de 6 mois.

La haute saison touristique s'étend de décembre à janvier en Nouvelle-Calédonie et la date de mise en production du hub devra en tenir compte.

Le soumissionnaire devra proposer son propre calendrier, qui constitue l'un des éléments de notation du dossier. Le délai de la mise en production finale et la cohérence globale du planning proposé seront observés.

En tout état de cause, les phases de conception et de réalisation, jusqu'à la mise en production ne pourront excéder 9 mois.

2. SOCLE COMMUN

Cette section liste des prérequis communs à tous les lots de l'appel d'offres. Les sociétés soumissionnaires devront prendre en compte ces contraintes déterminantes dans leur proposition.

2.1. Spécificités techniques globales

2.1.1. Apidae - SIT Sud Tourisme

[Apidae](#) est le 1er réseau d'information touristique de France, et propose une plateforme permettant à chaque destination de saisir, enrichir et diffuser des données touristiques. Apidae est le SIT utilisé par Sud Tourisme Nouvelle-Calédonie.

Toutes les informations touristiques de destination sont saisies sur Apidae et mises à jour quotidiennement notamment par les conseillers en office de tourisme. Apidae représente donc la source de données majeure du secteur, ce qui en fait un élément fondamental de la stratégie digitale de la destination.

A ce titre, l'intégration des données provenant d'Apidae dans les différentes solutions logicielles proposées sera indispensable.

A noter : le postulant devra souscrire, en tant que fournisseur de services, un abonnement Apidae Connect (<https://apidae-tourisme.com/connect/>)

Cet abonnement est gratuit sur les 6 premier mois (offre jeton) mais devient ensuite payant pour pouvoir continuer à utiliser tous les services proposés par la plateforme (accès aux interfaces partagés, support par mail, présentation de la société dans l'annuaire du réseau, invitation aux ateliers de co-construction des évolutions de la plateforme ...)

Pour disposer de toute l'information technique concernant les [API](#), consulter l'aide en ligne pour les développeurs <https://dev.apidae-tourisme.com/>.

2.1.2. Interconnexion entre les applications et interdépendances

Le projet a pour objectif de connecter plusieurs solutions entre elles, de manière à proposer des services adaptés à tous les besoins fonctionnels et à toutes les cibles et former ensemble le projet global du Hub touristique.

L'ensemble des solutions utilisées au sein d'un même lot doivent être parfaitement interconnectées les unes aux autres. Le soumissionnaire prend la charge de l'interopérabilité des solutions au sein du même lot, qu'elles soient internes ou sous-traitées.

Les lots #DISTRI, #WEB et #CRM doivent être interconnectés afin d'assurer un échange de données input et output, en symbiose et en temps réel.

Les soumissionnaires s'obligent à permettre l'intégration ou l'exportation de leurs données et à les rendre exploitables par un tiers via une [API](#) documentée.

Dans l'hypothèse où aucune [API](#) n'est actuellement disponible sur la solution préconisée, le soumissionnaire devra proposer une alternative permettant l'interopérabilité de ces solutions pour que celles-ci fonctionnent en cohérence avec l'ensemble des solutions du hub.

Un assistant à maîtrise d'ouvrage sera chargé de piloter l'implémentation des solutions, leur interopérabilité et d'assurer la qualité des livrables et le respect de l'ensemble des points techniques, de délais et de coûts relatifs au montage du Hub.

Les soumissionnaires seront en lien avec l'AMOA et devront lui fournir tous les éléments nécessaires pour suivre l'avancée du projet.

2.1.3. Autres contraintes globales

En marge des contraintes citées précédemment, les solutions proposées par les soumissionnaires dans le cadre de cet appel d'offres, devront s'assurer de satisfaire les prérequis listés ci-dessous :

- **Applications disponibles en SAAS :**

L'ensemble des applications et outils mis à disposition devront être accessibles 24/7, via une interface 100% web (sans avoir à installer de logiciels ou serveurs physiques).

- **Gestion mobile**

L'ensemble des applications et outils mis à disposition devront être accessibles sur mobile (via une application ou une interface mobile adaptée).

- **Langue d'administration**

Les interfaces d'administration devront être disponibles en français.

- **[API](#)**
Les données disponibles via les [API](#) des solutions proposées pourront être exploitables uniquement sur authentification forte.
- **Routage des emails et SMS**
Les emails et SMS envoyés depuis la plateforme de commercialisation, le site web ou la solution CRM devront être envoyés via un service de routage professionnel situé dans l'espace de l'Union Européenne.
- **Temps de chargement**
Le temps de changement des applications et outils mis à disposition devront être testés et optimisés de manière à proposer un temps de chargement inférieur à 2 secondes depuis la Nouvelle-Calédonie.
- **Gestion multilingue**
L'ensemble des éléments de structure et de contenu disponibles en [frontoffice](#) doivent pouvoir être traduits et intégrés en plusieurs langues.
- **Sous-domaines des applications**
L'ensemble des applications et outils mis à disposition devront être accessibles via des sous-domaines rattachés au domaine principal sudtourisme.nc (ex : crm.sudtourisme.nc)
- **Sécurisation SSL**
L'accès web aux applications et outils mis à disposition doivent être 100% sécurisés via un certificat SSL (HTTPS)
- **Frontoffice responsive**
Tous les [frontoffice](#) devront être responsives pour proposer une expérience de navigation adaptée sur tous les périphériques.
- **Double authentification**
Les utilisateurs devront se connecter via un système d'authentification à deux facteurs sur les accès DISTRI et CRM (ex : OTP, SMS, email)

Dans l'hypothèse où les solutions proposées ne répondent pas à tous ces prérequis au moment du dépôt de l'offre, il conviendra d'exposer les moyens mis en œuvre et les coûts et les délais nécessaires pour y parvenir.

Les contraintes globales sont répertoriées sur le document de cadrage fonctionnel global du projet disponible en **annexe 1**.

2.2. RGPD et obligations légales d'informations et de déclaration

Le soumissionnaire indiquera selon quelles modalités et procédures il entend assurer la conformité des applications aux exigences du Règlement européen 2016/679 du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données (RGPD).

Seront particulièrement audités les points suivants :

- Conformité des sous-traitants hébergeant des applications SAAS
- Usage et finalités des données personnelles collectées
- Méthode d'information et d'obtention du consentement des utilisateurs
- Capacité à garantir un niveau de sécurité important
- Capacité à limiter l'accès aux données aux seuls utilisateurs nécessaires
- Capacité à permettre la portabilité, la modification ou la suppression de données personnelles

Pour obtenir plus d'informations, veuillez consulter le site de la [CNIL](#).

2.3. Propriété et portabilité des contenus

A l'exception du code informatique et des solutions logicielles propriété du soumissionnaire, toutes les données intégrées aux applications mises à disposition, ainsi que l'ensemble des développements connexes financés par Sud Tourisme, sont la propriété exclusive de Sud Tourisme.

A ce titre, le soumissionnaire s'engage à préciser les moyens permettant la portabilité totale des données si la demande est exposée dans le futur.

Durant la phase contractuelle la société sélectionnée n'est en aucun cas autorisée à consulter, modifier, supprimer ou transmettre des données à des tiers sans l'autorisation écrite de Sud Tourisme.

2.4. Environnement de développement

Différents environnements seront nécessaires pour le bon déroulé du projet :

- Un environnement de développement sur lequel les prestataires techniques pourront effectuer l'ensemble du travail de développement et les modifications. Ceci impactera directement les environnements de production et de facto de préproduction.

- Un environnement de production fonctionnel sur lequel Sud Tourisme pourra gérer l’affichage public du [frontoffice](#) grâce à son [backoffice](#).
- Un environnement intermédiaire de préproduction/sandbox qui sera identique à l’environnement de production, placé sous une autre url en visibilité privée, afin d’effectuer tous les tests nécessaires et de valider les modifications réalisées. Celui-ci devra être disponible 3 mois avant la mise en production du Hub, afin de permettre l’ensemble des ajustements, paramétrages, tests et formations.

2.5. Formations et transfert de compétences

Les propositions devront systématiquement prévoir un volet permettant un transfert de compétences aux ressources désignées de l’équipe projet, des solutions proposées. L’objectif est de permettre à l’équipe en charge du projet de maîtriser les applications et le paramétrage suffisant pour le fonctionnement de la plateforme et pouvoir former les utilisateurs localement.

Prérequis pour l’organisation des formations :

- Les formations devront être dispensées en français.
- Les formations distancielles devront être organisées en fonction du décalage horaire avec la Nouvelle-Calédonie : en priorité entre 12h00 et 19h00 GMT+11.
- Si des formations présentiels sont nécessaires, elles devront être prioritairement organisées en Nouvelle-Calédonie.
- La documentation fonctionnelle doit être complète
- Le programme et les supports des formations devront permettre de pouvoir facilement transférer les savoirs aux autres collaborateurs de Sud Tourisme ainsi qu’aux partenaires utilisateurs de la plateforme.
- Mise à disposition de cours/tutoriaux/documentations disponibles en ligne

Compétences minimales à acquérir en formation

Formation - Solutions de commercialisation

- On-boarding des nouveaux fournisseurs : création du compte, paramétrage, création des [produits](#), distribution, connexion aux [OTA](#), etc.
- Gestion des clients et des réservations
- Gestion des flux financiers
- Création de tableaux de bord

Formation - Gestion du site SUDTOURISME.NC

- Création et gestion du contenu Intégration de données provenant d'Apidae et de la solution de commercialisation
- Paramétrage des outils disponibles en backoffice
- Intégration des blocs CRM sur le site internet
- Création de ticket support

Formation - Gestion du CRM

- Paramétrage général de la solution
- Création / gestion des contacts
- Création et intégration de formulaire de contact
- Export des données
- Création de tableaux de bord
- Création des scénarios d'automatisation

Dans l'hypothèse où le formateur est externe à la société éditrice Indiquer l'identité de l'organisme de formation : nom de l'entreprise, numéro d'immatriculation, adresse du siège social, langue parlée, mode d'intervention (distanciel / présentiel), ainsi que l'ensemble des supports et la documentation fournie.

2.6. Garanties, maintenance et support

Le paragraphe suivant énumère les exigences à inclure dans la proposition en matière de disponibilité, de maintenance corrective et évolutive, de support technique, et de sécurité. Ces exigences sont essentielles pour assurer la continuité des services proposés. **Le soumissionnaire devra fournir des garanties détaillées pour chaque point listé ci-après :**

Maintenance

Maintenance des applications (TMA)

Les soumissionnaires devront intégrer dans leur offres un contrat de Tierce Maintenance Applicative intégrant un forfait de temps post mise en production pour assurer la **maintenance corrective et évolutive**.

Par ailleurs, il est attendu des soumissionnaires de proposer un délai de **garantie minimum de 3 mois suivant la mise en production** des applications pour la correction d'anomalies relevant de la maintenance corrective. Aucun temps ne sera décompté du forfait de TMA pendant cette période de garantie.

Maintenance corrective

Le soumissionnaire s'engage au maintien et à la conformité du Hub, pour les utilisateurs, dans le cadre d'une obligation de moyen et selon une garantie d'accès à 99%, 7j/7 et 24h/24.

Un temps d'arrêt minimal pour la maintenance et les mises à jour est prévu et le soumissionnaire s'engage, en cas d'anomalie, à respecter les délais d'intervention fixés ci-dessous.

La maintenance corrective comprend, le traitement des anomalies mais également la documentation fournie à Sud Tourisme et les explications des mesures à prendre pour éviter les anomalies futures, du même ordre.

Maintenance évolutive, mises à jour et patches

Sud Tourisme bénéficie des mises à jour et évolutions fonctionnelles sur le Hub. Elles sont à la charge du soumissionnaire et inclus dans le prix.

Les solutions doivent être régulièrement mises à jour avec les dernières fonctionnalités et correctifs de sécurité. Les mises à jour et les patches doivent être testés avant leur déploiement et ne pas avoir d'impact sur la performance et les fonctionnalités des solutions.

Sauvegardes et restauration

Les soumissionnaires doivent effectuer des sauvegardes régulières des données et des configurations des utilisateurs. En cas de défaillance ou de perte de données, le prestataire doit être en mesure de restaurer rapidement les données à partir des sauvegardes.

Sécurité

Le prestataire Saas doit mettre en place des mesures de sécurité adéquates pour protéger les données des utilisateurs, y compris le chiffrement des données en transit et au repos, la gestion des identités et des accès, et la détection et la prévention des intrusions.

Support

Support technique

Le support doit être disponible via plusieurs canaux (téléphone, email, chat, etc.) et fournir un support technique, via un outil de ticketing, 5 jours ouvrés, de 7h30 à 18h (heure NC). Pour les anomalies, un service d'astreinte devra être mis en place et les garanties de temps de rétablissement attendus sont les suivants :

Type incident	Détails	Délai de prise en compte tout support à compter de l'appel	Délai de résolution avec contournement non dégradant pour l'activité à compter de l'appel	Délai de résolution finale avec retour à l'activité normale à compter de l'appel
Critique	Interruption complète d'un service, d'un système, du réseau, d'une application ou d'un élément de configuration empêchant le bon fonctionnement du Hub.	1h	2h	4h
Important	S'applique lorsque le service, le système, le réseau, l'application ou l'élément de configuration peut procéder, mais dont la performance est considérablement réduite ou les fonctionnalités sont très limitées.	1h	4h	8h
Mineur	Un événement qui provoque la perte minime d'un service avec un faible impact pour l'utilisateur. Une solution permanente ou de contournement est disponible pour restaurer la fonctionnalité du service.	4h	8h	16h
En heures et jours calendaires				

3. QUALIFICATION DES PRESTATIONS

Cette section détaille les prestations attendues de la part des soumissionnaires pour chacun des lots du présent cahier des charges. Un soumissionnaire unique est attendu par lot mais il peut tout à fait, faire appel à des sous-traitants ou co-traitants en cas de groupement, qui devront être clairement identifiés dans la réponse à l'appel d'offres.

3.1. LOT1 - Solutions de commercialisation (#DISTR)

PLATEFORME DE COMMERCIALISATION

- Setup, paramétrage, tests et mise en place de la solution
- Fourniture d'une solution applicative permettant de piloter une marketplace de réservation dite "Plateforme de commercialisation"
- Prestation de développement web sur mesure pour interfacier des solutions de réservations externes et outils métiers déjà existants
- Environnement de préproduction/sandbox pour effectuer l'ensemble des tests et valider les modifications, en visibilité privé
- Environnement de production public sur lequel Sud Tourisme peut modifier en temps réel, le front office via son back-office

SOLUTIONS APPLICATIVES PAR FILIERE METIER

- Fourniture d'une application de gestion pour les [fournisseurs](#) de type "Hébergements" type hôtels, gîtes, campings, locations meublées, etc.
- Fourniture d'une application de gestion pour les [fournisseurs](#) de type "Prestations de loisirs et gestionnaires de billetteries"
- Fourniture d'une application de gestion pour les [fournisseurs](#) de type "Transports" (aérien domestique et transport en commun)
- Fourniture d'une application de gestion pour les [fournisseurs](#) de type "Restaurants"

SOLUTION DE GESTION DES PAIEMENTS

- Fourniture d'une solution de paiement en ligne adaptée techniquement et juridiquement pour fonctionner sur un modèle de type "marketplace" en Nouvelle-Calédonie
- Connexion des [fournisseurs](#) à la solution de paiement

PRESTATIONS ANNEXES POUR L'ENSEMBLE DES SOLUTIONS PROPOSÉES

- Prestation de formation et de support aux utilisateurs
- Prestation de tests fonctionnels
- Prestation de correctifs d'anomalies jusqu'à 3 mois post mise en production
- Prestation de support et maintenance

3.2. LOT 2 - Refonte du site Sudtourisme.nc (#WEB)

SITE WEB sudtourisme.nc

- Réalisation de maquettes graphiques
- Prestation de développement web, intégration des contenus et tests fonctionnels
- Prestation de développement sur mesure pour interfacier le site internet avec des applications externes

PRESTATIONS ANNEXES

- Prestation d'analyse continue de la performance du site (suivi statistique et plan de marquage)
- Prestation d'hébergement du site internet et de sécurisation des données
- Prestation de formation et de support aux utilisateurs
- Prestation de correctifs d'anomalies jusqu'à 3 mois post mise en production
- Prestation de support et maintenance

3.3. LOT 3 - Solution de gestion de la relation client (#CRM)

CRM

- Fourniture d'une solution logicielle de gestion de la relation client
- Setup, paramétrage, tests et mise en place de la solution
- Prestation de développement web sur mesure pour interfacier le CRM avec des applications externes.

PRESTATIONS ANNEXES

- Prestation de formation et de support aux utilisateurs
- Prestation de tests fonctionnels
- Prestation de correctifs d'anomalies jusqu'à 3 mois post mise en production
- Prestation de support et maintenance

4. LOT 1 #DISTRI

SOLUTION DE COMMERCIALISATION

4.1. Cadrage projet

4.1.1. Présentation et périmètre du projet

La solution de commercialisation constitue le premier lot de ce cahier des charges qui viendra s'intégrer dans le projet global du Hub touristique.

Sud Tourisme, souhaite se positionner comme un intermédiaire de mise en relation des [fournisseurs](#) et des visiteurs, en proposant un outil de commercialisation de type marketplace, qui soit adapté aux besoins et attentes de tous.

Le soumissionnaire devra proposer un projet complet (seul ou en collaboration avec d'autres sous-traitants) permettant de répondre aux enjeux suivants :

- Mise en place d'une plateforme de commercialisation pilotée par l'agence d'attractivité Sud Tourisme permettant de rendre l'offre touristique marchande à l'échelle de la destination.
- Connection des outils de réservation actuellement utilisés par certains prestataires
- Mise en place d'applications de gestion adaptées à chaque filière métier pour accompagner les [fournisseurs](#) vers la digitalisation de leurs process
- Création d'un maillage de réseaux de distribution de l'offre : en office de tourisme, via des revendeurs locaux et internationaux type agence de tourisme et tour-opérateurs et via un service de conciergerie entre les acteurs eux-mêmes
- Mise en place d'une solution pour la gestion des flux de paiement en modèle marketplace

Périmètre de vente

La solution de commercialisation mise en place devra, au terme du projet, permettre de vendre tous les types de prestations listés ci-dessous :

- **Hébergements** : hôtels, gîtes, chambres d'hôtes, campings, locations
- **Activités de loisirs/billetterie** : tout type d'activités ou d'événements de type loisirs, sportifs ou culturels. Cela comprend également le transport simple de passagers comme les navettes terrestres ou maritimes.
- **Restauration** : réservation de tables dans tous les types d'établissements

- **Transports** : desserte de l'île des Pins par la compagnie maritime locale Betico et la compagnie aérienne domestique Air Calédonie, transports en commun et loueurs (voitures, bateaux)
- **Offres packagées** : combinées de plusieurs produits touristiques

4.1.2. Objectifs stratégiques et opérationnels

Objectifs stratégiques

- Digitaliser l'ensemble de l'offre touristique réservable de la destination
- Améliorer l'attractivité de la destination avec une offre exhaustive claire et diversifiée
- Renforcer la visibilité et l'accessibilité des acteurs touristiques
- Développer un réseau de commercialisation local et international
- Générer des recettes financières complémentaires pour les acteurs touristiques de la destination.
- Accroître le panier moyen par visiteur
- Professionnaliser les acteurs du tourisme de Nouvelle-Calédonie

Objectifs opérationnels

- Créer une plateforme permettant la commercialisation centralisée de tout type de prestations touristiques
- Connecter les outils existants utilisés par les professionnels du tourisme à la plateforme
- Mettre à disposition, quand cela est nécessaire, des outils permettant aux professionnels du tourisme de digitaliser la gestion, la promotion et la commercialisation de leurs activités.
- Permettre à des tiers de distribuer l'offre localement et sur les marchés internationaux pour renforcer les réseaux de distribution et la visibilité de l'ensemble de l'offre touristique.
- Permettre la vente de prestations connexes

4.1.3. Cibles des solutions de commercialisation

Deux types de cibles se distinguent pour la partie commercialisation :

- La cible B2B2C dont l'usage principal de la plateforme sera la mise sur le marché et la vente de prestations à destination des visiteurs (clients B2C).
- La cible B2C dont l'usage principal de la plateforme sera l'achat de prestations touristiques.

Cibles B2B2C	Rôle	Solutions utilisées
Sud Tourisme (destination) et ses offices de tourisme	Pilote (tête de réseau) Fournisseur	- Backoffice Destination / Tête de réseau - Backoffice revendeurs - Backoffice fournisseur
Agences de tourisme	Fournisseur Revendeur	- Backoffice revendeurs - Backoffice fournisseur
Tour-opérateurs	Revendeur	- Backoffice revendeurs - Backoffice fournisseur
Hébergeurs, Prestataires de loisirs, Transporteurs	Fournisseur Revendeur	- Backoffice revendeurs - Backoffice fournisseur
Restaurateurs	Fournisseur	- Backoffice fournisseur

Cibles B2C	Rôle	Solutions utilisées pour la distribution
Visiteurs	Acheteur	- frontoffice de commercialisation (sudtourisme.nc)

4.2. Super-administration de la destination

Sud Tourisme Nouvelle-Calédonie, porteur de ce projet de Hub Touristique, agira comme administrateur de la plateforme et sera le chef d'orchestre de toute la commercialisation de la destination.

Sud Tourisme doit avoir accès à une interface d'administration/ [backoffice](#) permettant de **visualiser et piloter l'ensemble de l'activité** des [fournisseurs](#), [revendeurs](#) et utilisateurs de la plateforme mais également de **revendre certaines prestations touristiques** en tant que [concierger](#) (cf point 4.4) en physique via son réseau d'office de tourisme sur le territoire et de **vendre ses propres produits** (billetterie, produits touristiques ou boutique).

Objectifs prioritaires pour Sud Tourisme Nouvelle-Calédonie

- Garantir le bon fonctionnement et la stabilité des différentes solutions de commercialisation
- Garantir la traçabilité et le suivi des flux financiers inhérents à la place de marché
- Assurer l'évolution agile de la plateforme dans le temps
- Accompagner et faciliter l'utilisation de la plateforme pour les [fournisseurs](#), les [revendeurs](#) et les acheteurs (paramétrages et sav)

- Piloter la performance commerciale de la plateforme, ainsi que celle de ses [fournisseurs](#) et de ses [revendeurs](#)
- Maîtriser les données clients (B2B et B2C) : en être propriétaire, y avoir accès et pouvoir les exporter
- Pouvoir revendre les [produits](#) des [fournisseurs](#) au comptoir des offices de tourisme
- Actionner des leviers de fidélisation en maîtrisant le parcours client
- Proposer une dynamique commerciale via des campagnes ouvertes aux [fournisseurs](#)

Fonctionnalités essentielles

En tant que gestionnaire de la plateforme, Sud Tourisme doit avoir accès à l'ensemble des fonctionnalités et certaines lui sont réservées comme ci-dessous :

Les fonctionnalités attendues par l'interface d'administration "Super-admin" sont répertoriées sur le document de cadrage fonctionnel du lot #DISTRI, disponible en [annexe 2](#).

→ Feuille "*Specs Commercialisation & Revente*"

→ Filtre à appliquer sur la colonne (J)

Rapports personnalisés

Pouvoir créer des rapports sur mesure intégrant des données disponibles sur la plateforme de réservation, éditables et exportables par email ou XLS

Création de campagnes commerciales

Sud Tourisme souhaite pouvoir proposer aux [fournisseurs](#) la possibilité de rejoindre des campagnes commerciales, dans le but de dynamiser les ventes. Les prestataires pourront rejoindre la campagne via un formulaire en ligne, directement relié à leur Back-office et paramétrer notamment les aspects suivants :

- la période (si celle-ci n'est pas définie de manière fixe par Sud Tourisme)
- le % de remise à appliquer sur un tarif ou un produit
- des offres spécifiques

Gestion des canaux de distribution

Possibilité de piloter les canaux de distribution disponibles sur le Hub pour l'ensemble des [fournisseurs](#)

Gestion comptable

- Éditer des rapports de gestion des flux financiers transitant via la plateforme : commissions avec le montant de chaque versement effectué aux [fournisseurs](#) et aux revendeurs.

- Définir et appliquer des taux commissions sur tout ou partie des prestations vendues sur la plateforme (par [produit](#), avec ou hors add-ons par prestataire, par revendeur...).
- Calculer des partages de commission avec le réseau de revendeurs, agences de tourisme, tour-opérateurs et concierges.
- Automatiser les versements.
- Possibilité pour les [fournisseurs](#) de faire une réclamation sur un dossier (ex : erreur commission) en notifiant le gestionnaire de destination.

Générateurs de widget / site web

- Possibilité de créer des moteurs de réservation à intégrer sur des sites sous forme de widget.
- Possibilité de générer un site web pour le compte d'un [fournisseur](#), intégrant la commercialisation de ses prestations.

Vue super-administrateur

Piloter l'ensemble des comptes [fournisseurs](#) et revendeurs ainsi que tous les paramètres disponibles pour pouvoir agir en leur nom, si besoin.

Le super-administrateur sera également en mesure de gérer l'intégralité des droits et accès des usagers de la plateforme, quels qu'ils soient.

4.3. Connexion des fournisseurs et mise à disposition d'outils métier par filière

Nous comptons environ 750 prestataires touristiques en province Sud, détaillés dans chaque sous-section ci-dessous.

Afin de connecter le plus de [fournisseurs](#) possibles, Sud Tourisme propose 2 alternatives selon leur niveau de maturité digitale :

- Si le [fournisseur](#) est déjà équipé d'un logiciel de gestion connectable qui fait partie de la liste des connecteurs prioritaires, Sud Tourisme pourra synchroniser les données à la plateforme de commercialisation du Hub. Pour les fournisseurs équipés de logiciel ne figurant pas dans la liste des connecteurs disponibles, des discussions seront menées pour définir le développement éventuel de connecteur et l'ordre de priorité.
- Si le [fournisseur](#) n'a pas d'application de gestion, Sud Tourisme proposera une solution logicielle adaptée répondant aux prérequis de chaque métier, listés ci-après dans les fonctionnalités générales puis détaillés par filière.

4.3.1. Les fonctionnalités générales du backoffice fournisseur

Cette section détaille les fonctionnalités générales que le [backoffice fournisseur](#) doit permettre. Il est l'interface d'administration où les [fournisseurs](#) paramètrent leurs produits et gèrent l'ensemble de leur commercialisation.

Objectifs prioritaires pour les fournisseurs

Les objectifs diffèrent selon la maturité digitale des [fournisseurs](#).

Il peut s'agir simplement d'ajouter le réseau de distribution offert par la plateforme dans le schéma de mise en marché afin d'intégrer le référencement officiel de la destination, mais cela peut également être de :

- Paramétrer les prestations à commercialiser
- Piloter ses canaux de distribution depuis un outil adapté
- Centraliser le suivi des réservations de l'ensemble de ses canaux de distribution
- Avoir une vision d'ensemble sur son activité

Fonctionnalités communes essentielles

Gestion des produits

Les [fournisseurs](#) doivent pouvoir créer des [produits](#) (qui ne seraient pas automatiquement synchronisés à partir d'une autre application) via l'interface d'administration.

- Possibilité de configurer et ajouter un [produit](#) via le [backoffice](#) en toute autonomie sans passer par un tiers.
- Possibilité d'ajouter des informations : description, photos, vidéos, localisation, équipements, conditions tarifaires, points forts, prestations incluses, prestations exclues, etc;
- Possibilité de créer des [produits](#) complémentaires/Ad-ons"secs" sans date, à vendre en complément d'une autre prestation (ex : petit-déjeuner, location vélo...).
- Pouvoir mettre des conditions propres à chaque produit impliquant des règles automatiques (ex : privatisation en fonction d'un nombre de personnes, nombre minimum de personnes pour valider la réservation).
- Possibilité de mettre un nombre illimité de photos sur la fiche [fournisseur](#) et ses [produits](#) (ex : photos des chambres ...)
- Possibilité d'attribuer un taux de taxe spécifique par produit.
- Possibilité d'affecter des paramètres ou [produits](#) automatiquement en fonction de la typologie du client (âge, handicap...)

Gestion des tarifs et des remises

- Permettre aux [fournisseurs](#) d'ajouter ou modifier des règles tarifaires en fonction de la saisonnalité ou du taux de remplissage (Yield Management).
- Permettre la fluctuation automatique des tarifs selon des scénarios ou des règles de remplissage automatisés (Yield management)
- Possibilité d'ajouter des tarifs aux [produits](#) créés et d'y associer une catégorie tarifaire.
- Permettre de configurer des tarifs spécifiques selon le canal de distribution.
- Permettre d'appliquer une remise sur un tarif existant avec une durée associée à la date de début et de fin.
- Permettre de créer des codes promotionnels uniques ou en masse appliquant une règle à des [produits](#) ou des catégories tarifaires.

Gestion des disponibilités

- Permettre d'ajouter et supprimer les disponibilités associées à des [produits](#), des ressources ou des catégories tarifaires.
- Permettre de visualiser les disponibilités sur un calendrier.
- Permettre de bloquer les réservations x jours avant le jour de la prestation.
- Actualiser automatiquement les stocks de disponibilités en fonction des réservations sur les différents canaux de distribution

Gestion des réservations

- Permettre de réaliser des réservations via le [backoffice](#) (ex: vente au guichet)..
- Permettre aux [fournisseurs](#) de suivre les réservations, d'envoyer des confirmations et des rappels de réservation.
- Déclencher, en automatique ou non, l'envoi de confirmations et de rappels de réservation.
- Permettre à posteriori d'une réservation la modification de la date ou de la ressource associées (déplacer un client ou une réservation à un autre créneau disponible).
- Permettre d'effectuer des avoirs ou des remboursements.

Champs personnalisés

Pouvoir créer des champs personnalisés permettant de demander au client des informations spécifiques selon les produits vendus (ex : numéro de vol d'arrivée, heure d'arrivée, spécificités alimentaires, numéro du permis...)

Types de champs attendus : liste, texte, date, envoi de fichier, checkbox

Gestion de la distribution

- Les [fournisseurs](#) auront la possibilité de choisir individuellement les canaux de distribution via lesquels ils souhaitent être revendus (ex : offices de tourisme, agences de tourisme, [OTA](#)...).
- Les [fournisseurs](#) auront la possibilité de choisir individuellement les revendeurs qui auront accès à leurs offres/disponibilités et de mettre à disposition uniquement certaines classes tarifaires et un stock défini de prestation.

Gestion des clients

- Pouvoir accéder à la liste des clients de ses prestations (avec leurs coordonnées complètes) et les dossiers associés.
- Pouvoir proposer une option de gestion de la clientèle plus poussée pour les prestataires qui le souhaitent notamment avec un ciblage fin et des scénarios d'automatisation d'envoi d'emails par exemple.

Gestion des notifications Emails et SMS

- Permettre de paramétrer un envoi de sms au [fournisseur](#) pour l'informer d'une nouvelle réservation ou réservation en attente de confirmation (avec dates, prestations, noms clients, statut paiement, statut de la réservation).
- Permettre de gérer et d'envoyer automatiquement des emails aux clients à chaque étape du dossier (réservation confirmée, annulée, modifiée...).

Reporting

- Permettre de suivre des statistiques sur les ventes : CA, Panier moyen, Nombre de dossiers, Nombre de personnes totales, etc..
- Pouvoir proposer une option statistiques plus poussée avec notamment la possibilité de personnaliser ses tableaux de bord et de se comparer à la concurrence

Les fonctionnalités attendues pour l'interface d'administration/ [backoffice](#) "[fournisseurs](#)" sont répertoriées sur le document de cadrage fonctionnel du lot #DISTRI, disponible en [annexe 2](#).

→ Feuille "*Specs Commercialisation & Revente*"

→ Filtre à appliquer sur la colonne (I)

4.3.2. Les fonctionnalités propres à l'hébergement

En province Sud, il y a 149 hébergements dont 34 hôtels relativement bien digitalisés, 83 gîtes et chambres d'hôtes et 32 établissements d'hôtellerie de plein air ou hébergements collectifs, dont la digitalisation reste plus éparse.

L'objet de cette section est d'exprimer les **besoins fonctionnels propres au métier de l'hébergement** pour que la solution réponde spécifiquement à leurs contraintes.

Le soumissionnaire est appelé à répondre à ces besoins métier spécifiques, quitte à intégrer des solutions métier déjà existantes.

Les fonctionnalités attendues par l'application de gestion et réservation "hébergements" sont listées sur le document de cadrage fonctionnel disponible en [annexe 2](#).

→ Feuille "*Specs Outils métiers*"

→ Filtre à appliquer : "Hébergement" - Colonne (B)

Liste des fonctionnalités spécifiques

Gestion des produits

Donner le choix au client de la configuration des chambres (double, twin, canapé lit...)

Gestion la distribution

- Permettre aux hébergeurs de distribuer leurs offres via les principaux [OTA](#) hébergements : Booking, Expedia, Airbnb, Abritel, TripAdvisor...
- Permettre aux hébergeurs de choisir leurs canaux de distribution pour diffuser leurs offres et des tarifs spécifiques associés.

Connectivité

- La solution doit permettre de synchroniser les offres, disponibilités et tarifs en temps réel via des connecteurs [API](#) (voir liste des connecteurs prioritaires ci-après)
- La solution doit intégrer un channel manager permettant de distribuer les offres sur les [OTA](#) principaux du marché (voir la liste des [OTA](#) prioritaires ci-après)

Connecteurs prioritaires

Cette liste désigne les logiciels et channels manager principalement utilisés en Nouvelle-Calédonie. Le soumissionnaire devra indiquer dans sa proposition la liste des connecteurs déjà existants, à développer, ou impossibles à développer.

Logiciels	Type	Priorité
Elloha	Hébergement	1- Haute
Siteminder	Hébergement	1- Haute
D-Edge	Hébergement	1- Haute
Opera Cloud PMS	Hébergement	1- Haute
roomMaster InnQuest	Hébergement	1- Haute
MisterBooking (opera)	Hébergement	1- Haute
Amadeus Cloud PMS	Hébergement	2- Moyenne
WuBook	Hébergement	3- Basse
Amenitiz	Hébergement	3- Basse
Manava	Hébergement	3- Basse
Protel	Hébergement	3- Basse
Cloudbeds	Hébergement	3- Basse

OTA prioritaires

OTA	Type presta	Priorité
Booking.com	Hébergement	Haute
Expedia.com	Hébergement	Haute

Airbnb	Hébergement	Haute
TripAdvisor	Hébergement	Haute
Abritel	Hébergement	Moyenne
Trip.com	Hébergement	Moyenne

Certaines chaînes hôtelières présentes en province Sud utilisent leur propre channel manager. Les soumissionnaires ayant des connecteurs avec ces groupes sont invités à le signaler dans leur proposition :

- Hilton Hotels & Resorts
- Marriott International

La liste complète des connecteurs est disponible en annexe 3.

4.3.3. Les fonctionnalités propres aux activités de loisirs et à la billetterie

En province Sud, il y a 142 entreprises qui proposent des activités de loisirs dont une petite moitié est digitalisée et 32 prestataires de navettes terrestres et maritimes, non digitalisés pour la plupart.

L'objet de cette section est d'exprimer les **besoins fonctionnels propres au métier de prestataires d'activité de loisirs, d'événements et billetterie ainsi que les navettes maritimes et terrestres.**

Les fonctionnalités attendues par l'application de gestion et réservation "Activités / Billetterie" sont listées sur le document de cadrage fonctionnel disponible en **annexe 2**.

→ Feuille "*Specs Outils métiers*"

→ Filtre à appliquer : "Activités / Billetterie" - Colonne (B)

Liste des fonctionnalités spécifiques

Gestion des ressources

- Pouvoir gérer à des multi ressources : humaines (effectif et qualification) et/ou matérielles (dispo selon les spécificités)
- Pouvoir modifier la ressource attribuée à une réservation existante (ex : changer la réservation de bateau ou de moniteur).
- Pouvoir affecter automatiquement des ressources en fonction de règles ou contraintes préétablies : nombre de personnes ou type de prestation (ex : mettre 2 moniteurs de plongée si Niveau 2).

Gestion des tranches horaires

Possibilité d'ajouter des créneaux par tranche horaire avec un planning de disponibilités associé

Gestion des flux / consommation

Possibilité de "Bloquer" l'argent déposé lors d'une réservation de déclencher le paiement selon une règle établie par le [fournisseur](#) (ex : scan d'un QR-code, déblocage manuel, ou J-x de la prestation, par exemple)

Billetterie

- Pouvoir vendre des billets sans placement pour des manifestations et événements (ex : entrée à une foire, visite d'un musée, etc.)
- Pouvoir vendre des billets pour des manifestations et événements avec placement sur un plan de salle (ex : concerts, festivals, etc.)
- Pouvoir vendre des billets secs sans date fixe de validité, mais avec une durée de validité maximale (ex : entrée à l'aquarium ou au cinéma valable 6 mois)

Connectivité

- La solution doit permettre de synchroniser les offres, disponibilités et tarifs en temps réel via des connecteurs [API](#) (voir liste des connecteurs prioritaires ci-après)
- La solution doit intégrer un channel manager permettant de distribuer les offres sur les [OTA](#) principaux du marché (voir la liste des [OTA](#) prioritaires ci-après)

Connecteurs prioritaires

Cette liste désigne les logiciels et channels manager principalement utilisés en Nouvelle-Calédonie. Le soumissionnaire devra indiquer dans sa proposition la liste des connecteurs déjà existants, à développer, ou impossibles à développer.

Logiciels	Type	Priorité
Ultinow	Activités / Billetterie	1- Haute
Eticket	Activités / Billetterie	1- Haute
Bloowatch	Activités / Billetterie	2- Moyenne
tickets.nc	Activités / Billetterie	3- Basse
Inlive	Activités / Billetterie	3- Basse

OTA Prioritaires

Revendeur / OTA	Type presta	Priorité
GetYourGuide	Activités / Billetterie	Haute
Viator	Activités / Billetterie	Haute
Klook	Activités / Billetterie	Basse
Musement	Activités / Billetterie	Basse
Ceetiz	Activités / Billetterie	Basse

La liste complète des connecteurs est disponible en annexe 3.

4.3.4. Les fonctionnalités propres au transport

Cette section concerne essentiellement 2 loueurs de véhicules, 2 compagnies de bus ainsi que la compagnie aérienne domestique, Air Calédonie, et la compagnie de transport maritime, le Betico, uniquement sur le tronçon Nouméa à l'île des Pins.

Les transports de personnes type navette maritimes et terrestres, sont considérés dans la section 4.3.3.

L'objet de cette section est d'exprimer les **besoins fonctionnels propres au métier du transport touristique**.

Les fonctionnalités attendues de l'application de gestion et réservation "Transporteurs" sont listées sur ce document de cadrage fonctionnel disponible en **annexe 2**.

→ Feuille "Specs Commercialisation #DISTR1"

→ Filtre à appliquer : "Transports" - Colonne (B)

Liste des fonctionnalités spécifiques

Gestion des ressources :

- Permettre de gérer une flotte de véhicules
- Permettre d'associer des champs personnalisés

Gestion des tronçons :

- Permettre de créer des tronçons d'itinéraire permettant de vendre plusieurs portions d'un trajet entre deux destinations.
Ex : un car qui fait le trajet Nouméa -> Bourail en passant par Boulouparis et La Foa. Le tronçon permet de vendre un billet de La Foa à Bourail et pas uniquement de Nouméa à Bourail.

- Création d'itinéraire
Permettre de créer un trajet d'un point A à un point B avec plusieurs classes de tarifs, des disponibilités et un planning de rotation (exemple : un vol domestique entre Nouméa et l'île des Pins)

Connectivité

- La solution doit permettre de synchroniser les offres, disponibilités et tarifs en temps réel via des connecteurs [API](#) (voir liste des connecteurs prioritaires ci-après)
- La solution doit intégrer un channel manager permettant de distribuer les offres sur les [OTA](#) principaux du marché (voir la liste des [OTA](#) prioritaires ci-après)

Connecteurs prioritaires

Cette liste désigne les logiciels principalement utilisés en Nouvelle-Calédonie. Le soumissionnaire devra indiquer dans sa proposition la liste des connecteurs déjà existants, à développer, ou impossibles à développer.

Logiciels	Type	Priorité
Zenith	Transports	1- Haute
Waynium	Transports	1- Haute
LS Résa	Transports	1- Haute
My Rent Car	Transports	1- Haute
DITTT	Transports	2- Moyenne
Sabre	Transports	3- Basse
Travelport	Transports	3- Basse

OTA Prioritaires

OTA	Type presta	Priorité
rentalcars.com	Transports	Moyenne
directferries.com	Transports	Moyenne
bsp-auto.com	Transports	Basse
carigami.com	Transports	Basse

La liste complète des connecteurs est disponible en annexe 3.

4.3.5. Les fonctionnalités propres à la restauration

En province Sud, il y a 377 établissements de restauration dont 284 restaurants et 93 bars, cafés ou salon de thé.

L'objectif de cette section est d'exprimer les **besoins fonctionnels spécifiques au métier de la restauration pour leur proposer une solution métier adaptée pour la gestion et la réservation de tables.**

Les fonctionnalités attendues de l'application de gestion et réservation "Restauration" sont listées sur le document de cadrage fonctionnel disponible en **annexe 2**.

→ Feuille "*Specs Outils métiers*"

→ Filtre à appliquer : "Restauration" - Colonne (B)

Liste des fonctionnalités spécifiques

Réservation de tables

- Permettre aux restaurateurs de mettre des tables disponibles à la réservation en ligne. Pour chaque table sont associés un nombre de couverts et une disponibilité.
- Pouvoir créer des catégories de tables avec des prestations différenciées (salon, terrasse, espace fumeur etc)
- Pouvoir sécuriser la réservation via une empreinte bancaire
- Pouvoir proposer des menus et options spécifiques en cas de groupe de plus de 10 personnes

Accès sur app/tablette

- Permettre aux serveurs de suivre les réservations de table directement sur une tablette ou une application pendant le service.
- Pouvoir modifier en temps réel la disponibilité

4.4. Maillage des canaux de distribution

Nous comptons plus de 35 agences ou tour-opérateurs qui vendent la destination dont 5 agences de tourisme en local et le reste à l'international notamment sur des marchés régionaux comme l'Australie, la Nouvelle-Zélande, le Japon et la France. La conciergerie n'est pas ou très peu développée à l'échelle de la destination.

Le Hub sera le cœur d'un réseau de distribution et revente en local et international et doit permettre :

- Aux [fournisseurs](#) de piloter leurs canaux de distribution et de revente de leurs offres.

- Aux agences de tourisme et tour-opérateurs d'accéder aux disponibilités et tarifs négociés avec les [fournisseurs](#) via un [GDS](#) interne et de créer leurs propres [produits](#) packagés ou non avec des conditions et tarifs associés.
- Aux [concierges](#), que sont les [fournisseurs](#) touristiques ou les offices de tourisme, d'accéder à un catalogue spécifique pour revendre des [produits](#) complémentaires moyennant une commission.

Objectifs prioritaires pour les revendeurs (agences, tour-opérateurs et concierges)

- Avoir accès à un catalogue avec les disponibilités et tarifs dédiés en temps réel
- Paramétrer des offres et tarifs spéciaux
- Piloter ses réservations (suivi, modification, SAV)
- Pouvoir exporter les données liées à la réservation et aux ventes
- Avoir une vue d'ensemble sur l'activité commerciale

Liste des fonctionnalités nécessaires

Cette partie détaille les fonctionnalités attendues pour les [revendeurs](#) (agences, tour-opérateurs et [concierges](#)). Pour chaque élément, il est indiqué les types de [revendeurs](#) concernés par la fonctionnalité décrite.

Les fonctionnalités attendues pour l'interface d'administration/ [backoffice](#) "[revendeurs](#)" sont répertoriées sur le document de cadrage fonctionnel du lot #DISTRI, disponible en [annexe 2](#).

→ Feuille "*Specs Commercialisation & Revente*"

→ Filtre à appliquer sur la colonne (B)

Accès privé

L'accès à l'application de réservation pour les revendeurs se fera avec une authentification forte via un compte créé et validé par la destination, super administrateur du hub.

Tarifs HT

Les agences auront la possibilité d'effectuer des réservations sur l'ensemble des [produits](#) avec ou sans les taxes locales (TGC).

Création offre

Les agences auront la possibilité de créer directement une offre de prestations (en lieu et place du fournisseur) sous réserve de validation de celui-ci (workflow intégré).

Marge

Les agences auront la possibilité de rajouter une marge en valeur ou en % à ajouter au prix de vente négocié (par exemple : une chambre achetée 10000F par l'agence à l'hôtel mais qui est revendue 12000F au client final.)

Frais de gestion

Paramétrer des frais de gestion facturés par les [revendeurs](#) (ex : frais de dossier, frais d'annulation, etc.).

- Ils devront pouvoir s'appliquer selon certaines règles : [produits](#) exclus/inclus, offerts selon un certain montant, catégories tarifaires, etc.
- Un taux de taxe (TGC) spécifique pourra être appliqué aux frais de dossiers uniquement.

Packages classiques

Les agences auront la possibilité de créer des [produits](#) de type "packages" intégrant plusieurs prestations vendues comme un seul [produit](#) avec un seul tarif. Le détail des tarifs par prestations incluses au forfait ne sera pas visible afin de pouvoir émettre une facture au tarif global pour les clients finaux.

Gestion de la distribution

Les agences auront la possibilité de gérer les canaux de distribution du réseau où seront disponibles leurs [produits](#).

Connecteurs

Cette liste désigne les logiciels principalement utilisés par les agences de tourisme et tour-opérateurs locaux ou internationaux. Le soumissionnaire devra indiquer dans sa proposition la liste des connecteurs déjà existants, à développer, ou impossibles à développer.

Logiciels	Type	Priorité
Amadeus GDS	Revendeurs	Haute

La liste complète des connecteurs est disponible en annexe 3.

4.5. Gestion des flux de paiement (modèle marketplace)

4.5.1. Objet

Dans le cadre de la mise en place d'une plateforme de commercialisation au sein du Hub, Sud Tourisme va permettre la mise en relation entre des [fournisseurs](#) et des clients potentiels. Ce modèle de fonctionnement doit être celui de type "marketplace" dont la gestion des flux financiers est très encadrée.

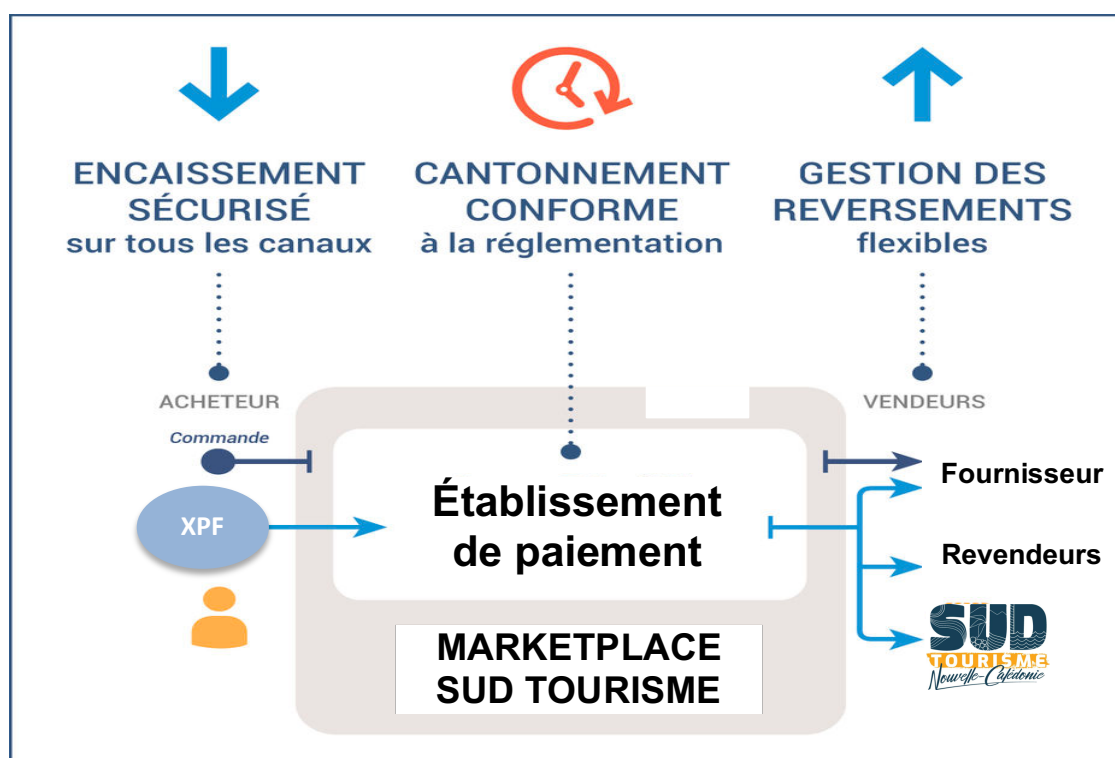
Les solutions proposées devront prendre en compte l'intervention d'un prestataire de paiement ayant un agrément de l'[ACPR](#), légalement habilité à effectuer des encaissements pour compte de tiers en lieu et place de Sud Tourisme Nouvelle-Calédonie.

Sud Tourisme, en tant qu'opérateur de la marketplace, souhaite que le prestataire de paiement garantisse la gestion des flux de paiements entre les [fournisseurs](#) et les clients. La solution de paiement devra offrir un niveau de sécurisation maximale pour encadrer l'ensemble des transactions et des versements en temps réel sur le Hub.

L'ensemble des flux financiers et des versements devront être automatisés.

Chaque [fournisseur](#) percevra le montant relatif aux ventes effectuées, déduit des commissions négociées.

Sud Tourisme et les [revendeurs](#) percevront uniquement le montant des commissions dues, relatives aux ventes.



Pour obtenir plus d'informations, veuillez consulter les articles IV et V du code monétaire et financier (Articles L314-1 à L315-9) sur le site de [l'ACPR](#).

4.5.2. Prérequis réglementaires

- Le prestataire doit détenir un agrément d'établissement bancaire ou de prestataires de services de paiement auprès de l'[ACPR](#) (numéro d'enregistrement à fournir).
- L'opérateur de paiement doit avoir l'autorisation d'opérer des transactions et des versements de fonds en Nouvelle-Calédonie.
- Le prestataire doit être en mesure de contrôler les paiements, la conformité et la protection anti-fraude.
- Le prestataire doit pouvoir prouver que les fonds gérés pour le compte de tiers sont séquestrés dans le respect de la réglementation en vigueur.
- Le prestataire doit pouvoir effectuer des virements (payout) en francs pacifiques XPF ou en euros (EUR) sur des comptes bancaires domiciliés en Nouvelle-Calédonie (IBAN FR76).

Note importante : seuls les PSP domiciliés en France métropolitaine sont autorisés à opérer en Nouvelle-Calédonie. Des solutions locales peuvent également être envisagées avec des banques locales ou l'opérateur en moyens de paiement de la Nouvelle-Calédonie.

4.5.3. Fonctionnalités attendues pour la gestion des paiements

Les fonctionnalités attendues par le prestataire de paiement sont listées sur le document de cadrage fonctionnel global disponible en [annexe 2](#).
→ Feuille "Specs PSP (#DISTR1)"

Moyens de paiement

- Possibilité d'encaisser les commandes par carte bancaire : VISA, MASTERCARD, ELECTRON. Cette fonctionnalité est obligatoire.
- Proposer d'autres moyens de paiement : AMEX, CB JADE (Nouvelle-Calédonie), CB JCB (Japon), GOOGLE PAY, APPLE PAY, Virement SEPA. Cette fonctionnalité est facultative.

Paievements en ligne (front-end)

- Fournir des outils d'analyse (tableaux de bord) et de suivi des paiements effectués, avec exportation possible des données.
- Permettre aux clients de payer en plusieurs fois sans frais par CB (sans offre de crédit)
- Fournir une page web pour sécuriser et authentifier les transactions avec le pop-in 3Dsecure.

Monnaies

La majorité des clients seront initialement localisés en Nouvelle-Calédonie, néanmoins, une stratégie de déploiement internationale est prévue, aussi il conviendra d'anticiper la prise en charge des monnaies étrangères listées ci-dessous :

- Franc Pacifique XPF (en cas d'indisponibilité du XPF, il est possible d'encaisser en Euros tout en affichant un montant en XPF, ces deux devises étant échangées à taux de change fixe et sans frais 1€ = 119,3317 XPF).
- Euro (EUR)
- Dollar Australien (AUD)
- Dollar Néo-Zélandais (NZD)
- Yen japonais (JPY)
- Dollar Américain (USD)

Caution bancaire, acompte & empreinte bancaire

- Permettre de prendre des pré-autorisations bancaires en ligne pour sécuriser une réservation (caution)
- Permettre de fractionner et débiter des sommes selon un échéancier (ex : 30% à la commande, 70% 2 jours avant le séjour)
- Permettre d'enregistrer des empreintes de carte bleue de manière sécurisée et conformément à la législation en vigueur.

Gestion des paiements

- Possibilité pour les [fournisseurs](#) et revendeurs (de la marketplace) de voir et piloter les paiements via un [backoffice](#) ergonomique.
- Permettre d'effectuer des remboursements / annulation de paiement

4.6. Intégration de la commercialisation dans le Hub

Nous rappelons que le soumissionnaire à la charge d'assurer l'interopérabilité des différentes solutions utilisées, d'effectuer les tests nécessaires et de garantir la viabilité et le bon fonctionnement de l'ensemble, avant la mise en production.

4.6.1. Intégration des données sur sudtourisme.nc via un frontoffice

La solution de commercialisation Sud Tourisme devra fournir un tunnel de vente en marque-blanche, parfaitement intégré dans le site sudtourisme.nc (cf lot2 #web), couvrant toutes les étapes de la vente en ligne.

Si les solutions proposées impliquent de devoir basculer l'internaute sur une page hébergée sur un serveur externe au site sudtourisme.nc (ex : chargement d'une marque-blanche ou

d'une page de paiement externe), il conviendra de créer un sous-domaine en lieu et place d'une url propriétaire de type "www.solutionx.com/sud-tourisme".

Le [frontoffice](#) commercialisation devra proposer une expérience optimale, ergonomique et fluide, en phase avec les attentes des futurs clients. Il devra notamment intégrer un moteur de réservation permettant de filtrer facilement l'offre, offrir un processus de réservation facile à suivre, une gestion optimale du panier et des étapes et confirmations claires tout au long du processus d'achat.

Objectifs prioritaires du front-office commercialisation

- Permettre la réservation en ligne de l'offre touristique
- Centraliser l'ensemble de l'offre sur le site officiel de la destination afin de faciliter l'expérience du visiteur local ou international et d'instaurer une [réassurance](#) commerciale (instaurer la confiance)
- Promouvoir l'offre disponible sur la plateforme
- Augmenter le panier moyen des visiteurs en intégrant des processus de vente incitatifs (upselling, cross-selling)
- Permettre la réservation de plusieurs types de prestations ou [fournisseurs](#) à la fois, via un panier unique
- piloter le parcours client (suivre et analyser les demandes pour mettre en place des actions marketing de promotion et de fidélisation)
- Proposer des offres promotionnelles attractives pour inciter les utilisateurs à réserver.

Fonctionnalités essentielles

Les fonctionnalités attendues pour la vente en ligne sur le [frontoffice](#), sont répertoriées sur le document de cadrage fonctionnel du lot #DISTRI, disponible en [annexe 2](#).

→ Filtre à appliquer sur la colonne (F) : "[frontoffice](#)"

Page produit

- Descriptif du [produit m](#)ensuel sur un an identifiant les disponibilités (par exemple vert = disponible, rouge = complet- ou dates indisponibles grisées)
- Affichage de la liste des [produits](#) disponibles (et des tarifs associés) en fonction des dates sélectionnées

Bons cadeaux

- Proposer la vente de bons cadeaux en valeur monétaire valables sur tous les [produits](#) du catalogue ou sur un [fournisseur](#) particulier.
- Sur les pages [produits](#), en plus de la réservation datée, proposer l'achat des prestations touristiques sous forme de bons cadeaux (ex : à offrir), associés à une date de validité.

Résultats de recherche

- Pouvoir trier les résultats de recherche par : prix, type de prestations (ex : hôtels, activités, navettes...), type de [produit](#) (chambre double, bon cadeaux,...), avis client (meilleures notes en 1er), disponibilités, offres spéciales, localisation géographique.
- Pouvoir filtrer les résultats de recherche selon : fourchette prix, classement (étoiles), équipements, localisation, note moyenne, type de prestations, critères APIDAE selon les recommandations de la destination.
- Permettre de voir tous les résultats de recherche sur une vue carte ou liste

Cross-selling - Upselling

Sur les pages [produits](#) et au niveau du panier, pouvoir suggérer des [produits](#) complémentaires situés à proximité ou en adéquation avec une prestation déjà ajoutée au panier.

Panier

- Permettre de réserver une ou plusieurs prestations proposées par un ou plusieurs [fournisseurs](#) différents dans un seul et même dossier, facturable en un seul panier.
- Conserver la sélection du panier client pendant un laps temps à définir en pré-bloquant les disponibilités/ressources correspondantes aux [produits](#)
- Automatiser la relance d'un panier non abouti
- proposer la conversion des tarifs dans différentes monnaies (AUD NZD YEN à minima)

Tunnel de commande

- Permettre de payer en ligne en Francs pacifiques (XPF) ou Euros (EUR)
- Permettre aux clients de payer sur place en espèces ou chèque en contrepartie de la prise d'une empreinte bancaire en ligne
- Permettre aux clients de laisser une note/commentaire sur le dossier au moment de la confirmation de commande

Compte client

- Créer un compte client sécurisé pour chaque réservation et permettre la connexion à son espace client pour accéder à son historique, modifier ses réservations / informations personnelles
- Pouvoir entrer en contact avec les [fournisseurs](#) et Sud Tourisme via l'espace client
- Pouvoir connecter un système de fidélisation au compte client
- Permettre aux clients de s'inscrire ou se connecter via Facebook ou Google

Messagerie interne

- Permettre aux clients de communiquer avec les [fournisseurs](#) via une messagerie interne au site avant et après la confirmation de la commande.
- Bloquer l'affichage de coordonnées personnelles dans la messagerie avant la confirmation de la réservation : numéros de téléphone, emails, url web, adresses postales.
- Créer messagerie interne rattachée au compte client pour permettre un échange/support avec les admins de la plateforme

NB : le soumissionnaire est encouragé à indiquer les agences web partenaires ayant déjà intégré sa solution de commercialisation dans un site internet de destination.

4.6.2. Intégration des données froides avec Apidae

Les données “froides” servant à présenter les [fournisseurs](#) seront aspirées dans la plateforme de commercialisation depuis la base de données Apidae. Sud Tourisme pourra mettre à disposition une sélection Apidae contenant uniquement une liste de prestataires vendus sur la plateforme.

Une synchronisation pour récupérer les données Apidae dans la solution de commercialisation est donc nécessaire [Doc Api Apidae](#)

Scénario d’usage :

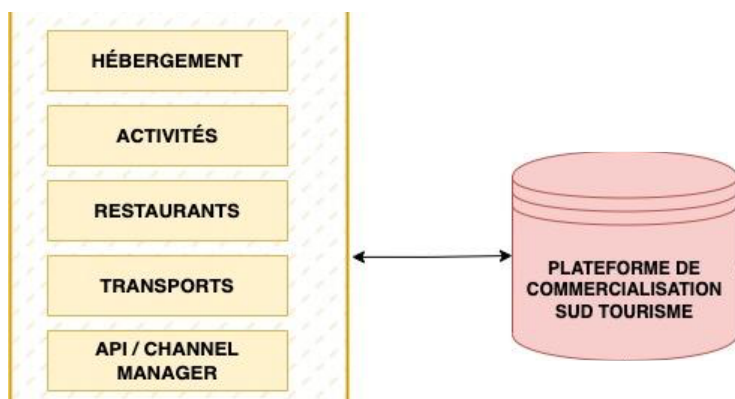
1. Sud Tourisme crée un nouveau [fournisseur](#) sur son interface de super-administrateur
 2. Une liste de fiches Apidae apparaît (liste issue de la sélection Apidae mise à disposition)
 3. Sud Tourisme sélectionne la fiche Apidae correspondant au [fournisseur](#) à créer
 4. Une fiche [fournisseur](#) est pré-remplie avec les données récupérées sur sa fiche Apidae.
- Les données issues d’Apidae ne sont pas modifiables sur la fiche [fournisseur](#).

Données minimales à récupérer sur la fiche Apidae et à intégrer sur la fiche fournisseur :

- Identifiant Apidae
- Nom de l’objet
- Photos
- Description courte
- Description longue
- Vidéos
- Équipements
- Services
- Informations de contact : email / tel

4.6.3. Intégration des données chaudes, en lien avec les outils existants des fournisseurs

Des passerelles seront nécessaires pour connecter les outils métiers déjà existants (channel manager, PMS, [OTA...](#)) et les synchroniser avec la plateforme de commercialisation du Hub.



Données à synchroniser quelle que soit l'origine de la réservation

- [Produits](#) : Catégories et liste de produits
- Tarifs : catégories et liste des tarifs associés à chaque [produit](#)
- Disponibilités : stock de [produits](#) disponibles selon un calendrier
- Réservations : dossiers confirmés, en attente ou annulés

Exemple concret

Quand une réservation est faite via un autre canal de distribution que le hub, la disponibilité restante est décrémentée automatiquement sur l'ensemble des canaux, y compris sur le hub.
Le dossier de réservation remonte automatiquement sur le Back office du fournisseur.

NB : le soumissionnaire est encouragé à indiquer les applications tierces partenaires déjà intégrées à sa solution de commercialisation.

4.6.4. Intégration avec la solution CRM

Dans le cadre du présent marché, Sud Tourisme souhaite déployer une solution de gestion de la relation client "CRM" (cf. lot3 #CRM). Ce sera l'outil central de la destination pour analyser et fidéliser à la fois les utilisateurs B2C et B2B du Hub.

Ainsi, la plateforme de commercialisation devra s'intégrer avec le CRM afin de permettre l'input et l'output des données en temps réel.

Scénario d'usage :

1. Une personne effectue une réservation sur le site sudtourisme.nc (ou tout autre canal du réseau de distribution)
2. Une fiche client et un dossier de réservation sont créés sur l'interface d'administration de la solution de commercialisation

Les données du client et de sa réservation sont exportées automatiquement sur le CRM

→ Si le contact existe déjà : mise à jour de ses coordonnées personnelles et ajout des données de réservation.

→ Si le contact n'existe pas : création d'une fiche contact et ajout des données de réservation.

Données à exporter de la plateforme de commercialisation vers le CRM

- Coordonnées des clients : nom, prénom, email, téléphone, âge, adresse
- Données de réservations associées aux clients : dates de réservation, numéro de dossier, dates de séjour, montant des réservations, produits achetés, nombre de personnes.
- Données RGPD : consentement données personnelles, consentement réception d'emails / sms / téléphone

NB : le soumissionnaire est encouragé à indiquer des solutions CRM partenaires déjà connectées à sa solution de commercialisation.

4.6.5. Intégration avec le logiciel de caisse

Les conseillers des offices de tourisme Sud Tourisme utilisent le logiciel de caisse [Hiboutik](#) pour gérer les encaissements des [produits](#) vendus.

Les conseillers seront amenés à effectuer des réservations comme concierge pour le compte de Sud Tourisme.

Sud Tourisme souhaite développer une intégration entre la plateforme de commercialisation et Hiboutik afin d'éviter la double saisie et d'optimiser la gestion de caisse.

[API Hiboutik](#) : <https://www.hiboutik.com/fr/api-developers/>

Données à exporter de la plateforme de commercialisation vers Hiboutik

- Nom des produits et quantité achetée
- Montant total de la vente
- Moyen de paiement utilisé

NB : le soumissionnaire peut proposer une solution alternative à Hiboutik si celle-ci est compatible avec les spécificités locales de la Nouvelle-Calédonie et est déjà connectée à sa solution de commercialisation.

5. LOT 2 #WEB - REFONTE DU SITE WEB SUDTOURISME.NC

5.1. Cadrage projet

5.1.1. Présentation du projet

Sud Tourisme Nouvelle-Calédonie a hérité d'un site créé en 2021, anciennement appelé Destination Province Sud, qui visait à informer les résidents de Nouvelle-Calédonie sur les activités à faire en province Sud.

Sud Tourisme souhaite aujourd'hui faire évoluer son site web, sudtourisme.nc, en une plateforme centrale de promotion et de commercialisation avec un espace professionnel dédié pour les acteurs du tourisme.

Le site doit s'adresser aux visiteurs locaux et internationaux mais également aux socioprofessionnels et institutionnels du tourisme et répond à de nombreux enjeux, comme détaillés ci-dessous.

5.1.2. Cibles du site internet

Les cibles internationales historiques de la Nouvelle-Calédonie sont la France métropolitaine, l'Australie, la Nouvelle-Zélande et le Japon. Des réflexions sont en cours sur le développement d'autres cibles sur le continent américain notamment.

Cibles B2C

Cible	Langue
Locaux	FR
Internationaux	FR et EN

Cibles B2B

Cible	Langue
Prestataires touristiques de la province Sud : Hébergements, Activités de loisirs, Transports, Restauration, Organismes d'événements, Offices de tourisme, Agences de tourisme, partenaires et institutions	FR
Réseaux de revente : Agences de voyages, Tour-opérateurs	FR et EN

5.1.3. Objectifs stratégiques et opérationnels

Objectifs principaux

- Centraliser l'offre touristique
- Améliorer la visibilité des prestataires touristiques
- Inspirer et fédérer autour d'une marque commune
- Commercialiser l'offre touristique de la province Sud en ligne
- Promouvoir la destination sur le marché local et les marchés internationaux
- Augmenter la consommation de prestations touristiques en province Sud
- Obtenir des statistiques sur la consommation et l'intérêt des visiteurs
- Donner accès à des outils professionnels pour améliorer la gestion et la promotion des prestataires
- Collecter des données clients pour constituer une base de données et fidéliser les visiteurs

Objectifs par cible

Objectifs B2C

- Présentation de la destination dans son ensemble : ses atouts différentiels et expériences incontournables selon différents critères
- Accès à toute l'offre touristique disponible
- Réservation en ligne des prestations via un panier unique
- Accès à des offres promotionnelles
- Sélection d'expériences de la destination à voir/à faire (ex : agenda, nouveautés, etc.)
- Informations pratiques (transports, météo, marée, etc.)
- Suggestions et ventes incrémentales
ex : activités autour d'un hébergement, hébergements en marge d'un événement ou à proximité d'un point d'intérêt
- Récompense de la fidélité via un système de gratification

Objectifs B2B "prestataires touristiques"

- Bénéficier de la visibilité du site officiel de la destination
- Bénéficier d'un canal de distribution vertueux pour son activité (coûts modérés et réinvestis dans la promotion de la destination)
- Connecter ou disposer d'outils de gestion et de marketing pour améliorer sa promotion et la commercialisation de ses produits et services
- Bénéficier d'une visibilité sur l'écosystème touristique pour pouvoir mieux accompagner ses clients : activités ou événements à proximité, horaires, tarifs, etc.
- Développer des réseaux de conciergerie entre prestataires
- Adapter son positionnement sur le marché
- Accéder aux éléments de communication et informations sur le secteur sur une interface dédiée
- Se fédérer autour d'un outil de promotion commun

Objectifs B2B « partenaires et institutions »

- Rayonnement de la destination et de l'offre touristique
- Valorisation des missions de l'agence d'attractivité
- Levier de croissance économique pour dynamiser le secteur



Objectifs B2B « réseaux de revente »

- Mieux connaître la destination et son offre touristique pour la faire rayonner sur ses réseaux
- Accéder à un catalogue de prestations pour créer des offres à commercialiser à ses clients
- Travailler en synergie avec l'agence d'attractivité Sud Tourisme

5.2. État des lieux du site actuel et évolutions nécessaires

Sud Tourisme a conduit un audit du site actuel en janvier 2023 pour lister précisément les contenus et fonctionnalités à conserver ou à ajouter et les pistes d'amélioration et d'évolution pour refondre le site actuel. Les soumissionnaires peuvent prendre connaissance de ces conclusions en détail en **annexe 10**.

Synthèse des forces et faiblesses identifiées

Forces 	Faiblesses 
<ul style="list-style-type: none"> • Design récent et moderne • Contenu exhaustif et pertinent • Engagement fort des utilisateurs ciblés • CMS puissant et flexible • Trafic important et constant • Référencement SEO puissant • Connectivité avec applications tierces (Apidae, FairGuest, Météo, SHOM,..) • Affichage des fiches et résultats Apidae ergonomique et personnalisable • Plusieurs manières d'accéder aux contenus (menus, recherche, par thème, par ville) 	<ul style="list-style-type: none"> • Site disponible uniquement en français • Trafic peu diversifié • Positionnement SEO faible vs potentiel • Moteur de recherche peu efficace • Menu de navigation compliqué sur certains onglets (trop de liens, mauvaise affichage) • Contenus pratiques / playlists manquantes • Pas de commercialisation en ligne, ni d'informations sur la disponibilité/tarifs des prestataires • Aucun contenu à destination des professionnels du tourisme et des médias • Aucun contenu pour promouvoir les services et missions de Sud tourisme • Organisation des contenus par région/communes et non par thématiques • Peu de collecte de données utilisateurs • Aucun outil CRM connecté • Maillage interne à revoir • Temps de chargement long

Évolutions nécessaires et pistes d'amélioration dans le cadre du Hub

Le projet du Hub touristique vise à faire évoluer le site internet vers un outil de promotion, de commercialisation et un espace professionnel dédié. Le site web devra donc nécessairement intégrer :

- Une nouvelle arborescence et un nouveau menu
- Un espace professionnel dédié
- Une réflexion ergonomique et de nouveaux outils favorisant l'accès mobile et l'expérience client
- Des fonctionnalités de recherche ciblées et pertinentes avec la demande initiale
- Une intégration de l'ensemble des applications du Hub (ex : le CRM, avis clients, etc.)
- Une intégration complète de la commercialisation avec une approche commerciale assumée (UI, UX, fonctionnalités)

Le site sudtourisme.nc enregistre environ 500 visiteurs uniques par jour avec une cible locale unique. L'ambition est de tripler le trafic journalier d'ici 2 ans, le dimensionnement des serveurs devra être évalué en conséquence.

5.3. Cadrage marketing

5.3.1. Arborescence et menus

Le plan du site devra s'articuler autour de 2 menus :

- un menu de navigation principal pour organiser l'ensemble des rubriques dédiées aux visiteurs B2C
- un menu professionnel pour organiser les rubriques dédiées aux acteurs B2B

Une arborescence complète pour ces 2 menus est proposée par Sud Tourisme en :

Annexe 7 : Arborescence globale (carte mentale)

Annexe 8 : Arborescence globale (format excel)

Ces éléments pourront évoluer pendant la phase de cadrage en fonction des besoins spécifiques de Sud Tourisme et des recommandations de l'agence sélectionnée.

Menu de navigation principal

Le menu de navigation principal sera construit autour de 4 sections adressant chacune des objectifs et des cibles spécifiques :

Onglet	Cibles	Objectifs
Découvrez	- Nouveaux résidents de NC - Touristes non-résidents	Présenter la destination dans son ensemble
Laissez-vous guider	- Locaux - Nouveaux résidents de NC - Touristes non-résidents	Inspirer et conseiller sur des idées de séjours et les pépites locales.
Organisez votre séjour	- Locaux - Nouveaux résidents de NC - Touristes non-résidents	Promouvoir et commercialiser les acteurs du tourisme de la destination.
Infos pratiques	- Locaux - Nouveaux résidents de NC - Touristes non-résidents	Répondre aux principales questions pratiques.

Le menu principal se veut sobre et logique. L'objectif étant de pousser les internautes à se rendre sur des sous-pages d'atterrissage permettant d'accéder à des contenus plus précis. Par exemple, le lien "hébergement" permettra de charger la liste de l'ensemble des hébergements, qui pourront ensuite être filtrés plus précisément.



Menu professionnel - Top Bar

Un second menu sera accessible à partir du header (via une top-bar) et permettra d'accéder à des pages destinées aux partenaires B2B de Sud tourisme.



5.3.2. Contraintes ergonomiques (UX)

Les éléments de contenu seront gérés par Sud Tourisme mais il est demandé au soumissionnaire de respecter à minima les contraintes UX ci-dessous pour les éléments structurels du site internet.

Contraintes UX globales

- Utiliser une **mise en page épurée et aérée**, avec des espaces entre les différents éléments pour faciliter la lecture et la navigation.
- **Optimiser le site pour les différents types d'appareils** (ordinateurs, tablettes, smartphones) afin de garantir une expérience utilisateur cohérente et agréable, quelle que soit les appareils utilisés.
- Utiliser des **titres et des sous-titres clairs et descriptifs** pour organiser le contenu et aider les utilisateurs à comprendre rapidement l'information présentée.
- Utiliser une **typographie lisible**, avec une taille de police suffisante pour faciliter la lecture, et éviter les polices fantaisistes ou difficiles à lire.
- Utiliser des **icônes et des illustrations** pour aider à communiquer les informations de manière visuelle et facilement compréhensible.
- Proposer une navigation claire et cohérente, avec des **liens et des boutons d'action facilement identifiables**.

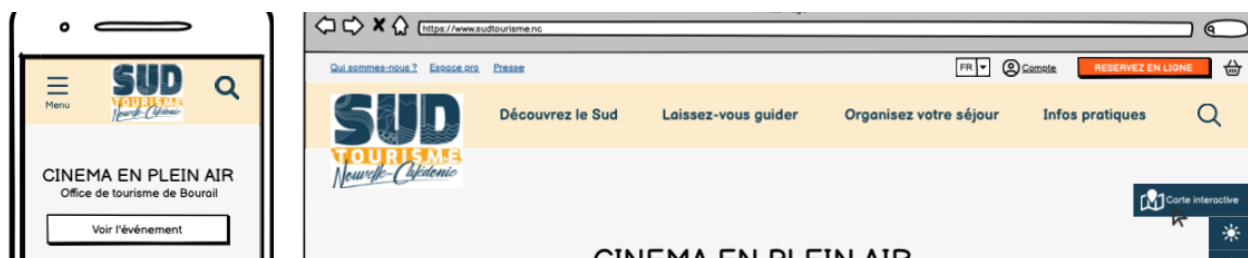
Contraintes UX : conventions

- Le menu doit être situé dans la partie supérieure du site (header), avant le contenu des pages
- Le logo doit être en haut à gauche et être cliquable pour renvoyer l'utilisateur sur la page d'accueil
- Les informations de contact de Sud Tourisme seront positionnées dans le bas de page
- Les liens cliquables dans le corps des pages seront mis en exergue
- Les liens externes seront matérialisés par une icône indiquant un lien sortant à droite du texte de lien

Contraintes - En-tête du site (Header)

Sud tourisme souhaite bénéficier d'un header composé de 2 menus distincts.

- **Une barre de navigation principale** : élément central dans lequel figurera le menu principal, le logo sud tourisme et un champ ou une icône de recherche.
- **Une "top-bar"** : situé en haut de la barre de navigation et détaché graphiquement, dans lequel figurera le sélecteur de langue, menu professionnel, les boutons nécessaires à la vente en ligne et notamment l'espace client avec son panier et ses commandes et un bouton de "réservation" bien démarqué graphiquement du reste.



Proposition de Zoning (exemple non définitif) - Annexe 9

Les 2 menus de l'en-tête du site devront être :

- fixes au scroll pour qu'ils soient toujours visibles et accessibles
- visibles au survol des onglets
- adaptés à la taille des écrans. Sur mobile, les menus doivent être simplifiés et leur accès facilité avec des icônes par exemple en menu "burger").

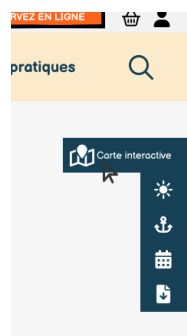
Contraintes - Moteur de réservation

Le moteur de réservation devra être le plus compréhensible et simple possible pour encourager le visiteur à effectuer une recherche. Il pourra ensuite affiner et filtrer les résultats dans un second temps sur la page de résultats prévue à cet effet.

Contraintes - Menu flottant

Sud Tourisme souhaite proposer un accès direct et permanent à certaines pages importantes du site internet. Il est envisagé de mettre un menu flottant à droite ou à gauche du contenu principal.

- Le menu suit l'internaute quand il scroll vers le bas
- Le menu se présente sous forme d'icônes et se "déploie" pour afficher un titre au survol



Exemple d'illustration - Menu flottant

Contraintes - Pied de page (footer)

Voici les principaux éléments à intégrer dans le footer du futur site :

- Une ligne d'icônes cliquables permettant d'accéder rapidement aux éléments réservables via la plateforme de commercialisation Sud Tourisme
- Identité de Sud Tourisme : logo + slogans
- Contacts de Sud Tourisme : tel, email, adresses...
- L'accès aux réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok
- Une mise en avant de l'inscription à la newsletter Sud Tourisme
- Des liens vers les informations légales
- Tout autre lien à définir vers des informations utiles

Contraintes - Commercialisation

Sud Tourisme souhaite rendre la réservation en ligne incontournable. Ainsi, un effort ergonomique particulier est attendu des soumissionnaires pour mettre en avant ce service. Voici quelques prérequis ergonomiques à prendre en compte dans la réponse :

Proposer des accès directs à la réservation qui se démarquent visuellement et qui soient présents sur toutes les pages du site.

En-tête du site (header) top bar

Intégrer un bouton d'accès rapide pour accéder au moteur de réservation.



Exemple d'illustration

Pied de page (footer)

Intégrer un bloc présentant le service de réservation avec des éléments de [réassurance](#) et un lien vers la plateforme.

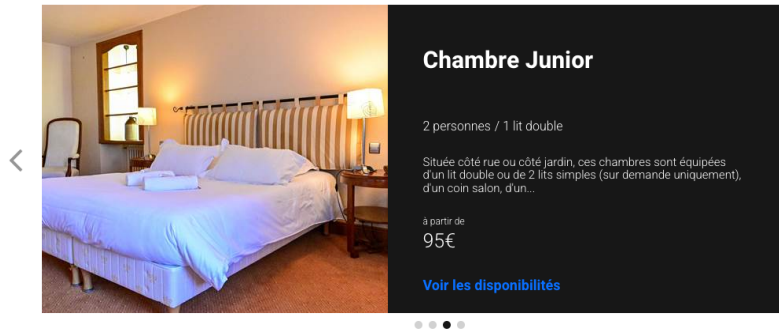


Proposition de Zooning (exemple non définitif) - Annexe 9

Afficher des informations commerciales

Dès que cela est possible, il conviendra d'afficher des informations de prix et de disponibilité sur tous les blocs et pages présentant l'offre touristique.

Les données d'Apidae doivent donc être liées aux outils de commercialisation correspondants.



5.3.3. Contraintes graphiques (UI)

Le site devra respecter la charte graphique de Sud Tourisme Nouvelle-Calédonie, en annexe 11, afin d'offrir une expérience visuelle cohérente avec les autres supports de communication.

L'adaptation du site doit donc être effectuée avec soin, en veillant à maintenir une cohérence graphique, tout en privilégiant une présentation simple et intuitive portant l'attention sur les éléments importants et la réservation.

La charte s'articule autour de 2 couleurs principales, accompagnées de 5 couleurs secondaires comme suit :

Couleurs principales :

- Bleu marine : #154056
- Jaune orangé : #faa519

Couleurs secondaires :

- Bleu lagon : #00D6B3
- Vert feuille : #95C93D
- Sable roche : #FAD898
- Rose sunset : #FC2E50
- Orange sunset : #FF6219

Couleur pour démarquer les aspects liés à la commercialisation

Il est suggéré de créer un univers graphique propre à la réservation, en utilisant l'une des couleurs secondaires par exemple. L'objectif est de trancher avec le reste du site pour rendre la commercialisation plus visible pour l'internaute.

Cet univers graphique devra être facilement identifiable et se retrouver dans tous les éléments liés à la commercialisation, boutons, blocs et widgets.

L'ensemble de l'identité visuelle doit rester harmonieuse et élégante.

Titres principaux (H1)

Code couleur à privilégier : Bleu marine

Typographie : Modern Love Caps

Sous-titres (H2 -> H4)

Code couleur à privilégier : Bleu marine

Typographies : Titilium web - bold

NB : Les soumissionnaires peuvent proposer d'autres alternatives en adéquation avec la charte graphique de Sud Tourisme Nouvelle-Calédonie.

5.3.4. Gestion des langues

Le site sudtourisme.nc, actuellement en français, devra évoluer vers un site multilingue.

Dès sa mise en production, Sud Tourisme souhaite pouvoir proposer une version en anglais, avec une traduction automatique des contenus rédigés en français.

Cela inclut la traduction des pages mais également les aspects suivants :

- Les visiteurs devront pouvoir choisir eux-mêmes l'une des langues disponibles

- Les internautes dont le navigateur n'est pas en français se verront proposer automatiquement de changer la langue du site
- Les contenus externes au site (ex : données de réservation, fiches Apidae, etc.) seront automatiquement chargés dans la langue correspondante
- L'ensemble des éléments de contenu (menus, textes, médias, titres des pages, etc) devront pouvoir être traduits via l'interface d'administration

5.3.5. Référencement SEO

Le site actuel sudtourisme.nc bénéficie d'une bonne visibilité SEO. Dans le cadre de la refonte de son site internet, Sud Tourisme sera particulièrement vigilant au respect des contraintes listées ci-dessous, dont l'objectif premier est de capitaliser sur ce bon référencement existant, pour l'améliorer encore davantage.

Prérequis technique SEO

- **CMS SEO-friendly** : [CMS](#) qui permet une gestion facile et efficace des balises de titre, des balises meta, des URL, etc.
- **HTTPS** : S'assurer que le site utilise une connexion HTTPS sécurisée pour garantir la confidentialité des données.
- **Temps de chargement** : Optimiser le temps de chargement des pages pour garantir une expérience utilisateur optimale.
- **Adaptabilité mobile** : Le site doit être conçu pour une expérience utilisateur optimale sur les mobiles.
- **Balises de titre et meta descriptions** :
 - Pour les pages de contenu gérées par Sud Tourisme : permettre de gérer les balises via le [backoffice](#) d'administration.
 - Pour les pages générées automatiquement (ex : pages Apidae) : s'assurer de pouvoir mettre en place de règles automatiques d'écriture fournies par Sud Tourisme
- **URLs** : Utiliser des URLs courtes intégrant le titre de la page.
- **Sitemap** : Fournir un plan du site au format XML pour faciliter l'indexation des pages par les moteurs de recherche.
- **Rich Snippets** : Utiliser les Rich Snippets (extraits enrichis) pour mettre en avant certaines informations pertinentes sur les pages web, comme les notes et commentaires, les prix, les heures d'ouverture, les coordonnées géographiques, etc.

Contraintes spécifiques au projet

Avant la mise en production, le prestataire devra s'assurer d'avoir **redirigé l'ensemble des pages de l'ancien site vers les nouvelles pages** correspondantes (redirections 301 fournies par Sud Tourisme).

Pendant la phase de développement du site en environnement de préproduction :

- Bloquer l'accès des robots des moteurs de recherche à la préprod (via un contrôle .htaccess + robots.txt + balise no-index)
- Utiliser des liens en dur : Évitez d'utiliser des liens relatifs ou des redirections temporaires (302).

5.4. Cadrage fonctionnel du site

Les fonctionnalités attendues pour le nouveau site web sudtourisme.nc sont listées sur le document de cadrage fonctionnel global disponible en **annexe 4**.

→ Feuille “Specs site web (#WEB)”

5.4.1. Hébergement et noms de domaines

Ceci sera un élément clé afin d’assurer la rapidité et la fluidité des services dans l’ensemble des régions des marchés cibles cités ci-dessus. Une analyse particulièrement fine sera portée sur cet aspect.

Le soumissionnaire devra détailler sa/ses solutions d’hébergement dans sa proposition.

- L’identité de l’hébergeur où seront installées les serveurs faisant fonctionner les applications proposées : nom de l’entreprise, numéro d’immatriculation, adresse du siège social, localisation des serveurs.
- Les conditions de maintien des serveurs utilisés : localisation physique, alimentation en électricité, climatisation, sécurité incendie, sécurité physique des accès.
- Les conditions de sécurisation des données hébergées : sauvegarde, duplication sur serveur externe, accès distant.
- Le support proposé pour la gestion des serveurs : jours et temps d’intervention, maintenance régulière.

Prérequis et architecture technique

- Hébergement des environnements de production et de préproduction.
- Hébergeur domicilié dans un pays membre de l’Union Européenne ou à défaut affichant être en conformité avec le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD).
- Proposer un chargement rapide (inférieur à 2 seconde) depuis les différents marchés visés : Nouvelle-Calédonie et Pacifique, Europe, Asie, Amérique.
- Gérer les pics de trafics inhabituels
- Assurer la sauvegarde régulière de l’ensemble des contenus du site (fichiers, pages, données, médias)

- Proposer un niveau de sécurité optimal : protection contre les actes malveillants (attaques de hackers, les logiciels malveillants et les virus...)
- Gérer le caching d'un nombre important de données externes provenant notamment des bases de données Apidae et de la plateforme de commercialisation.

Prestations attendues

- Configuration technique des serveurs
- Déploiement des applications
- Maintenance des serveurs : monitoring permanent, mises à jour fréquentes
- Support et Intervention corrective sur les serveurs en cas de problème critique dans un délai de 4 heures maximum (24/7).

Noms de domaines et sous-domaines

Le site sera accessible via l'url www.sudtourisme.nc dont le [registrar est Domaine.nc](#) (OPT NC). Le paramétrage des noms de domaine est effectué par Sud Tourisme (compte OVH) qui pourra pointer les DNS vers le serveur de l'hébergeur du site internet.

Objet	URL du sous-domaine souhaitée
Site version francophone (FR)	https://www.sudtourisme.nc/ (url principale)
Site version anglophone (EN)	https://en.sudtourisme.nc/
Site version japonaise (JP)	https://jp.sudtourisme.nc/
Tunnel de réservation - FR	https://resa.sudtourisme.nc/
Tunnel de réservation - EN/JP	https://book.sudtourisme.nc/
Compte client - FR	https://moncompte.sudtourisme.nc/
Compte client - EN/JP	https://account.sudtourisme.nc/

5.4.2. Fonctionnalités du [backoffice](#)

Voici la liste de fonctionnalités attendues pour l'interface d'administration du site internet :

Gestion des traductions

Permettre de créer et de modifier des traductions pour chaque élément du site, comme les textes, les images, les vidéos, les menus, les boutons, etc.

Gestion des pages

Permettre de créer, de modifier et de supprimer des pages pour chaque langue du site via un page builder :

- Possibilité de construire la structure de la page
- Possibilité de gérer l'ensemble des éléments annexes au contenu de la page : titre, image de mise en avant, page parente, url, titre et meta SEO, etc.

Gestion des blocs / sections

- Permettre d'intégrer des blocs de contenu dans des sections sur l'éditeur de contenu :
- Possibilité de masquer des blocs/sections en fonction du type de périphérique utilisé (mobile, tablette, ordinateur)

Type de blocs spécifiques à proposer à minima

En dehors des blocs classiques disponibles sur l'ensemble des pages builder (ex : titre, images, vidéo, listes, etc.), Sud Tourisme souhaite avoir des blocs particuliers.

Bloc "Publicité"

→ Bloc permettant d'intégrer un contenu (ex : bannière publicitaire) avec date d'expiration qui sera ajouté sur plusieurs pages à la fois. La mise à jour du contenu a pour effet de le modifier sur toutes les pages.

Bloc "Widget"

→ Bloc permettant d'ajouter un script externe (ex : iframe, javascript) pour charger un widget fourni par un tiers. Exemple : intégration des widgets [kedia.nc](https://www.kedia.nc/)

Bloc "Marées SHOM"

→ Bloc permettant d'afficher les horaires des marées dans les communes de la province Sud disponibles sur l'[Api SHOM](https://www.shom.fr/).

D'autres blocs spécifiques à la commercialisation sont détaillés ci-après dans la partie "[Fonctionnalités liées à la commercialisation](#)"

Gestion des menus

Permettre de modifier les liens et les éléments des menus pour chaque langue du site et pour chaque menu (menu principal, menu professionnel et menu flottant) :

- Modification du titre du lien et de l'icône si applicable (menu flottant)
- Modification de l'architecture des pages reliées
- Possibilité de rendre le lien "externe"
- Possibilité de mettre une date d'expiration qui masque automatiquement le lien du menu

Gestion des utilisateurs

Permettre de gérer les utilisateurs du site, leurs rôles et leurs permissions.

Gestion des formulaires

Pouvoir générer des formulaires intégrés au site et connectés au CRM Sud Tourisme (cf lot #CRM)

Gestion des médias

Permettre de publier et supprimer des médias sur le site -images, vidéos, documents, audio :

- Permettre de recadrer les images en ligne
- Permettre de saisir le texte de la balise ALT associée aux contenus

Sud Tourisme souhaiterait étudier la possibilité de connecter un [DAM](#), hébergé dans le cloud, à la médiathèque du site internet afin de pouvoir importer directement des médias sans avoir à les retélécharger au préalable.

Le soumissionnaire est donc encouragé à proposer une solution partenaire si celle-ci est déjà intégrée à son environnement.

Lightbox contextuelles

Permettre d'intégrer des lightbox / popup / message contextuels en fonction de scénarios (visite de pages, durée, exit popup)

5.4.3. Fonctionnalités du frontoffice

Liste de résultats ou playlist de sélection Apidae

La liste de résultats de recherche est un outil indispensable pour le site sudtourisme.nc car elle permet de faciliter la recherche et la comparaison des offres touristiques.

La "liste de résultats", désigne un type de page dynamique, qui affiche une sélection de fiches SIT, issues de la base de données Apidae.

Exemple de liste de résultats Apidae actuelle sur sudtourisme.nc :

<https://www.sudtourisme.nc/sorties/restaurants/>

Comment les utilisateurs arrivent sur les pages de résultats ?

- Via des liens intégrés au site vers des pages sur des sélections d'objets Apidae (ex : liste des randonnées)
- En utilisant le moteur de réservation ou de recherche intégré aux pages du site
- Via des liens externes et moteurs de recherche (Google)

Fonctionnalités attendues sur les listes de résultats Apidae

Tri et filtrage :

- Pouvoir filtrer les résultats de recherche sur des critères de recherche administrables en [backoffice](#) et adaptés aux types d'objets affichés (ex : les filtres disponibles seront différents pour les hébergements et les restaurants).
- Permettre de créer des filtres personnalisables issus de critères Apidae.
- Pouvoir classer les résultats selon plusieurs critères : note moyenne, meilleur prix, localisation, date ...

Exemple de classement

1. Disponible à la réservation via la plateforme Sud Tourisme
2. Prestataire répondant à la charte de qualité Sud Tourisme (sous forme de critère interne Apidae)
3. Note moyenne la plus élevée

Une pondération des 3 critères permettra de définir l'ordre d'affichage final.

Aperçu des offres :

Les résultats incluront un aperçu de chaque offre, qui comprendra au minimum :

- Plusieurs images (slider)
- Le nom de l'objet
- Note moyenne
- Le type
- Le tarif minimum de l'ensemble des [produits](#) du [fournisseur](#) :
 - Si une date est sélectionnée : afficher le tarif réel pour les dates choisies
 - Si aucune date n'est sélectionnée : affiche le tarif minimum du mois suivant le mois en cours.
- La disponibilité : pastille verte "Disponible" / pastille rouge "Indisponible"
 - Si une date est sélectionnée : afficher la disponibilité réelle
 - Si aucune date n'est sélectionnée : affiche "Disponible" si au moins une date est disponible sur l'année
- Pastille "promo" si au moins un [produit](#) du [fournisseur](#) contient un tarif remisé

Vue liste et carte :

Permettre de permuter l'affichage des résultats d'une liste vers une carte interactive.

Liens connexes

Adapter le contenu des pages en proposant une liste de résultats d'éléments préfiltrés en back-office (suggestions).

Ex : sur la liste des randonnées de Bourail, Sud Tourisme souhaite pouvoir afficher un lien vers les hébergements de Bourail.

Fiches Apidae

Une page de type “Fiche Apidae” est une page dite SIT, qui affiche toutes les données issues de la base de données Apidae sur un prestataire ou une prestation en particulier. Il s’agit d’une typologie de page que l’on peut comparer à une page [produit](#) sur un site e-commerce.

Exemple de fiche Apidae actuelle sur sudtourisme.nc :

<https://www.sudtourisme.nc/offres/office-de-tourisme-noumea-les-quais-noumea-fr-3791764/>

Comment les utilisateurs arrivent sur les fiches Apidae ?

- Via des liens intégrés dans le contenu des pages vers des fiches Apidae
- Depuis les listes de résultats Apidae
- Via des liens externes et moteurs de recherche
- Via le moteur de recherche interne au site

Fonctionnalités attendues sur les pages « fiches Apidae »

Affichage des informations principales

La page doit exploiter les données présentes sur Apidae et afficher les informations principales relatives à l'offre, telles que le titre, la description, les photos, les tarifs, les horaires et les contacts.

Il existe plusieurs typologies d’objets touristiques sur Apidae, ayant tous des spécificités et des informations propres, pouvant également être exploitées, les types d’équipements ou de services proposés, le classement, les dates pour les événements etc.

Système de notation et d'avis :

- La page doit permettre aux visiteurs de noter et de laisser des avis sur l'offre.
- La page doit permettre aux visiteurs de lire les anciens commentaires et voir les notes moyennes déposés sur les principales plateformes d’avis (Booking, TripAdvisor, Google et Facebook).

NB : Sud Tourisme utilise actuellement la solution tierce [FairGuest](#). Le soumissionnaire devra étudier l’intégration de cet outil dans sa proposition ou proposer une alternative aux fonctionnalités équivalentes.

Réservation en ligne :

Dès lors que l'offre est disponible à la réservation via la plateforme de réservation Sud Tourisme, la page doit permettre aux visiteurs de la réserver directement en ligne (interopérabilité avec les outils de commercialisation).

Affichage des prix/disponibilités sur les fiches Apidae

- Si aucune date n'avait été sélectionnée lors de la recherche précédant la visite, par défaut, afficher la liste de tous les [produits](#) du fournisseur avec les tarifs les plus bas disponibles.
- Si des dates sont saisies, afficher la liste de tous les [produits](#) disponibles sur ces dates, avec les bons tarifs associés.

Arrivée — Départ	2 adultes · 0 enfant · 1 chambre	Rechercher
Type de logement	Pour	
Chambre Lit King-Size Traditionnelle - Vue sur Jardin 1 très grand lit double	2 personnes	Voir les tarifs
Chambre Double Traditionnelle avec 2 Lits Doubles – Vue sur Jardin 2 lits doubles	4 personnes	Voir les tarifs
Chambre Lits Jumeaux Traditionnelle 2 lits simples	2 personnes	Voir les tarifs
Chambre Lit King-Size Deluxe avec Balcon 1 très grand lit double	3 personnes	Voir les tarifs
Chambre Lits Jumeaux Deluxe avec Balcon 2 lits simples	3 personnes	Voir les tarifs

Exemple d'illustration

Calendrier de disponibilités

Les fiches APIDAE devront intégrer un calendrier des disponibilités permettant de voir quand l'offre est disponible ou non :

- Affichage par code couleur en vert, si au moins un [produit](#) est disponible à la vente à la date souhaitée ou en rouge si aucun [produit](#) n'est disponible à la vente Calendrier en vue mensuelle
- Affichage des disponibilités sur 12 mois à compter du jour de consultation
- Les cases du calendrier contiennent le numéro du jour et sont cliquables pour permettre de modifier la ou les dates souhaitées

<

>





April 2017								May 2017								June 2017							
	M	T	W	T	F	S	S		M	T	W	T	F	S	S		M	T	W	T	F	S	S
13						1	2	18	1	2	3	4	5	6	7	22				1	2	3	4
14	3	4	5	6	7	8	9	19	8	9	10	11	12	13	14	23	5	6	7	8	9	10	11
15	10	11	12	13	14	15	16	20	15	16	17	18	19	20	21	24	12	13	14	15	16	17	18
16	17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27	28	25	19	20	21	22	23	24	25
17	24	25	26	27	28	29	30	22	29	30	31					26	26	27	28	29	30		

Available

Pending

Booked

Past

Exemple d'illustration

Coordonnées fournisseurs masquées

Par défaut, les contacts figurant sur la fiche Apidae (tel, email, site internet...) sont masqués mais l'utilisateur a néanmoins la possibilité de cliquer sur un bouton pour les rendre visibles.

Sidebar flottante de réservation

L'accès à la réservation sera toujours accessible via une sidebar ou barre latérale, située à droite des fiches Apidae.

Cette sidebar restera toujours affichée même quand l'utilisateur scroll vers le bas de la page.

([Exemple ici](#))

Moteur de recherche

L'audit UX conduit par Sud Tourisme a permis de noter que le moteur de recherche était un élément très utilisé par les utilisateurs du site et qu'il n'était pas optimal et les résultats de recherche pas assez pertinents.

Il s'agit d'un élément de navigation essentiel qui doit être efficace, rapide, flexible et facile à utiliser, en fournissant des résultats de recherche précis pour les utilisateurs.

Voici la liste des fonctionnalités et prérequis pour le futur moteur de recherche du site :

Pertinence des résultats

Le moteur de recherche doit être capable de retourner un nombre de résultats limité aux pages les plus pertinentes selon la requête de l'utilisateur.

Les résultats de recherches seront classés par ordre de pertinence (du plus au moins pertinent)

Rapidité d'exécution

Le moteur de recherche doit être rapide (moins de 2 secondes) pour fournir des résultats de recherche en temps réel, afin que les utilisateurs ne perdent pas de temps à attendre les résultats.

Compréhension du langage naturel

Le moteur de recherche doit être capable de comprendre le langage naturel et de fournir des résultats pertinents, même si les termes de la requête de l'utilisateur ne correspondent pas exactement aux termes utilisés sur le site web ou s'ils sont écrits avec des fautes d'orthographe (prise en charge de la casse).

Affinage des résultats

Possibilité d'affiner les résultats en proposant une liste de filtres secondaires (masquée par défaut) :

Filtrage par type de contenu :

- “Prestataires” → Affiche uniquement les pages de type fiche Apidae (ex : page d’un hôtel).
- “Listes de résultats” → Affiche uniquement les pages présentant des listes de résultats de fiches Apidae ou [produits](#) commerciaux.
- “Contenu” → Filtre sur les pages de contenu gérées par le [CMS](#) du site

Filtrage par communes de la province Sud

Auto-complétion

Le moteur de recherche doit suggérer des résultats dès que 3 caractères sont tapés dans le champ de saisie.

Analyse des données

Le moteur de recherche doit être capable de tracker les requêtes recherchées pour comprendre les tendances de recherche des utilisateurs.

Sud Tourisme souhaite que les soumissionnaires étudient l’implémentation d’une des 3 solutions d’indexation suivantes : [Elasticsearch](#), [Algolia](#), [Meili Search](#)

Carte interactive

Sud Tourisme souhaite proposer une carte interactive sur son site pour optimiser l’expérience utilisateur et permettre aux visiteurs de planifier leurs séjours en géolocalisant les points d’intérêts.

Une grande partie des données proviendra d’Apidae et l’ensemble des fiches SIT disposent de points GPS associés.

Exemples pertinents :

<https://www.introducingdubai.com/map>

<https://carte.tourismelandes.com/#map=8.13/44.171/-0.688>

<https://www.toulouse-tourisme.com/carte-interactive>

<https://www.bornesderecharge.nc/>

Fonctionnalités prioritaires attendues pour la carte interactive

Affichage des points d'intérêt

La carte doit afficher les différents points d'intérêt touristiques issus d’Apidae et des pages de contenus du site tels que les musées, les monuments, les sites naturels, les restaurants, etc.

Filtres

La carte doit permettre aux utilisateurs de filtrer les points d'intérêt affichés en fonction de filtres personnalisables en [backoffice](#) (Types d'objets, dates, localisation, tag...)

Filtrer en ajax (en temps réel) les résultats sur la carte interactive.

Informations détaillées

La carte interactive doit permettre aux utilisateurs de cliquer sur chaque point d'intérêt pour accéder à des informations détaillées incluant à minima une image, le nom du lieu, le type/catégorie, les avis clients si disponible, un lien pour accéder à la fiche Apidae.

Moteur de recherche

La carte doit permettre aux utilisateurs :

- de rechercher des points d'intérêt spécifiques en utilisant un moteur de recherche propre à la carte.
- de rechercher par mots-clés, tels que le nom du lieu, le type de point d'intérêt ou la commune, pour afficher les résultats correspondants sur la carte.

Navigation en mobilité

La carte doit être accessible et adaptée aux appareils mobiles, avec des fonctionnalités de géolocalisation pour afficher les points d'intérêts autour de soi.

Intégrations de cartes en widget / bloc

- Pouvoir intégrer un bloc contenant la carte interactive préfiltrée dans une page de contenu.
- Pouvoir générer une carte "à la volée" via le [backoffice](#) comprenant une sélection de prestations, à intégrer dans le corps d'une page.

Fonctionnalités intéressantes mais non déterminantes

Itinéraires

Il peut être utile d'intégrer des fonctionnalités permettant aux utilisateurs de planifier un itinéraire depuis un point A vers un point d'intérêt affiché sur la carte.

Carte hors ligne

Les utilisateurs peuvent souhaiter accéder à la carte sans connexion internet. Il peut être utile de prévoir une fonctionnalité permettant de télécharger une partie de la carte pour une utilisation hors ligne (ex : envoi par email ou sms).

Autres fonctionnalités frontoffice

Gestion des devises

Une liste déroulante permettra de changer la devise d’affichage partout sur le site où des prix sont affichés.

Devises à lister : XPF (par défaut), EUR, AUD, NZD, JPY, USD.

Le prix doit être calculé automatiquement avec le taux de change en temps réel.

Gestion de favoris

Permettre aux utilisateurs de sites de sauvegarder des pages dans une « wishlist » ou liste de souhaits, accessible dans l’espace client.

5.4.4. Fonctionnalités liées à la commercialisation

L’intégration native de la commercialisation dans le futur site sudtourisme.nc est essentiel sur ce projet. Idéalement, le parcours de navigation des visiteurs du site doit orienter le plus possible vers un acte de réservation.

Bloc “Booking engine” - Moteur de réservation

Sud Tourisme souhaite pouvoir intégrer un bloc dans n’importe quelle page du site, contenant un moteur de réservation connecté à la solution de commercialisation. L’objectif étant d’engager rapidement le visiteur dans un processus de recherche puis d’achat.

Recherche de prestations

Permettre aux visiteurs de rechercher des prestations touristiques issues de la plateforme de commercialisation Sud Tourisme.

Critères de recherche

- Permettre aux internautes de saisir des informations dans des champs précisant leur recherche
- Proposer des champs de recherche différents selon le type de prestation recherchée (par exemple, si je choisis “Activités”, je n’aurai pas les mêmes champs de recherche que si je choisis “Restaurants”)

Voici une illustration schématique permettant de comprendre le fonctionnement imaginé du moteur de réservation.

Le schéma illustre une interface de recherche intitulée "Recherche". Elle comporte une barre de navigation avec des onglets : Hébergements, Vols, Activités, Restaurants, Transferts, et Location de voiture. En dessous, il y a des champs de saisie : une liste déroulante pour la destination (Nouméa), deux champs pour les dates de départ (06/07/2023) et d'arrivée (10/07/2023) avec des calendriers iconiques, une liste déroulante pour le nombre de personnes (Personnes), et un bouton "Button". Une fenêtre de calendrier est ouverte, montrant le mois de février 2023, avec le jour 21 sélectionné. Les boutons "CANCEL" et "OK" sont visibles en bas de la fenêtre.

Champs du moteur

Libellé	Type	Obligatoire	Types prestations
Destination	Liste déroulante	oui	Tous
Dates	Sélection de la date avec la possibilité de choisir un jour fixe ou une plage de dates (arrivée, départ)	oui	Tous
Nombre de personnes	Liste déroulante avec choix du nombre par adultes, enfants et bébé	oui	Tous
Ville de départ	Liste déroulante masquée par défaut	non	Transferts Vols Location

NB : il est attendu du soumissionnaire de proposer un moteur de réservation adapté aux types de prestations demandées dans la recherche initiale, en soumettant les champs pertinents à ajouter / supprimer.

Présélection

Le moteur devra pouvoir être préfiltré via le [backoffice](#) pour s'adapter au contexte de la page dans laquelle il sera inséré. Par exemple, si le bloc est intégré dans une page sur Bourail, Sud Tourisme présélectionnera la commune "Bourail" pour faciliter le parcours utilisateur.

Responsive

- Le moteur sera affiché horizontalement sur ordinateur et tablette, les champs de recherche les uns à côté des autres.
- Sur mobile, le moteur sera affiché verticalement, les champs de recherche les uns au-dessus des autres.

Filtrage automatique

En fonction du type de prestations, les champs de recherche doivent proposer uniquement des valeurs retournant des résultats.

Exemple : S'il n'y a pas d'hôtel à Thio, masquer Thio dans la liste déroulante proposant les communes.

Exemple d'usage :

1. Via l'éditeur de page, Sud Tourisme crée une section sur une page présentant l'île des pins.
2. Sud Tourisme importe un bloc de type "Booking engine" et en sélectionnant les critères de recherche par défaut (ex : commune = île des pins)
3. Sud Tourisme publie la page qui contient un moteur de recherche pré-filtré sur l'île des pins.

Comment sera intégré ce bloc moteur de réservation ?

- Sur la page d'accueil
- Sur les pages de contenu à fort trafic
- Sur les listes de résultats Apidae

Bloc "Liste de résultats - produits"

Sud Tourisme souhaite pouvoir intégrer un bloc dans n'importe quelle page du site, contenant une sélection de [produits](#), commercialisés sur le site.

Sélection des produits affichés

Permettre à Sud Tourisme de sélectionner les [produits](#) à afficher sur la liste via plusieurs critères de filtrages cumulables :

- Choix parmi tous les [fournisseurs](#) connectés sur la solution de commercialisation
- Choix par critère interne Apidae
- Choix par localisation
- Choix par type de [produit](#)
- Choix par dates de disponibilité
- Tarifs et promotion

Données affichées pour les produits

Le widget permettra à minima d'afficher pour chaque [fournisseur](#) :

- Les informations du [fournisseur](#) (nom, localisation...)
- Description du [produit](#)
- Tarifs associés

Classement des résultats :

Les résultats seront classés selon des critères définis par Sud Tourisme : prix, notations ou autres critères internes.

5.5. Développement d'intégrations des différents lots du Hub

5.5.1. DISTRI – la plateforme de commercialisation

Le soumissionnaire devra intégrer les données de l'[API](#) fournie par la solution de commercialisation retenue, afin d'intégrer l'ensemble des données liées à la commercialisation sur les fiches Apidae du site.

Données à afficher

- [Produits](#) : catégories et liste de produits
- Tarifs : catégories et liste des tarifs associés à chaque [produit](#)
- Disponibilités : stock de [produits](#) disponibles selon un calendrier

Le lot #DISTRI doit fournir un tunnel de réservation optimisé, qui sera hébergé en marque-blanche. Il conviendra de proposer une mise en forme du moteur de réservation en harmonie avec le reste du design graphique du Hub.

5.5.2. CRM – la solution de gestion de la relation client

Le site web et le CRM devront être pleinement intégrés pour s'auto-alimenter afin de récupérer l'ensemble des données liées aux usagers et aux usages effectués sur la plateforme.

Intégration des formulaires du CRM

Le site doit pouvoir permettre l'intégration de formulaires type script javascript/iframe, provenant du CRM.

Export des données clients

Dès lors qu'une donnée est saisie sur le site via un formulaire de collecte (ex : formulaire de contact natifs, lightbox, etc.), celles-ci doivent automatiquement être exportées ou mise à jour, si déjà existant, dans le CRM.

5.6. Plan de marquage

Sud Tourisme est propriétaire de plusieurs propriétés Google Tag Manager qu'il conviendra d'intégrer dans le futur site pour réaliser le plan de marquage en phase de préproduction. Sud Tourisme attend du soumissionnaire d'être proactif et de proposer un accompagnement pour définir le plan de marquage adéquat.

6. LOT 3 #CRM

SOLUTION DE GESTION DE LA RELATION CLIENT

6.1. Présentation du projet et des objectifs

6.1.1. Présentation du projet

Sud Tourisme souhaite mettre en place une solution de gestion de la relation client ou “CRM” (“Customer Relationship Management”) pour mieux comprendre les besoins et les attentes des utilisateurs du hub, collecter des informations pertinentes et mettre en place des actions ciblées pour les fidéliser.

La solution CRM permettra de centraliser l'ensemble des données des contacts B2C et B2B mais également d'historiser leurs usages et actions selon leur typologie, dans une base de données unique et sécurisée et de segmenter les cibles dans une base de données unique et sécurisée. Ce CRM doit pouvoir permettre la création de scénarios d'automatisation marketing reliés à d'autres applications notamment une plateforme d'emailing via des scénarios d'automatisation.

Les informations recueillies pourront ainsi être analysées afin d'optimiser l'utilisation du hub par les prestataires touristiques, mais également afin d'identifier les tendances et les préférences des clients, pour mieux adapter les offres touristiques proposées.

In fine, la mise en place d'une solution CRM pour le hub permettra de mieux en connaître les usages et de gagner en productivité en interagissant avec ses utilisateurs.

Sud Tourisme cible 2 grandes typologies de contacts :

- **B2C**

Il s'agit des clients du hub, les visiteurs locaux ou internationaux qui interagissent avec Sud Tourisme, en office de tourisme, sur le site internet, lors de jeux concours etc, ainsi que le réseau de revendeurs connectés

- **B2B**

Il s'agit de tous les professionnels et institutionnels du secteur touristique, avec qui Sud Tourisme interagit par des échanges, des rencontres sur le terrain, l'espace

professionnel du site internet ou les outils de promotion ou de commercialisation du hub.

6.1.2. Objectifs stratégiques et opérationnels

La solution CRM permettra à Sud Tourisme de mieux analyser et gérer ses interactions avec ses clients et partenaires, de piloter efficacement la stratégie de développement commercial et de mesurer le retour sur investissement de ses actions de communication.

Objectifs B2C

- Faciliter la communication avec la base de contacts Sud Tourisme
- Comprendre les parcours utilisateurs, identifier et historiser tous les points de contacts (en ligne ou physique)
- Analyser la consommation globale et individuelle de manière à proposer des offres adaptées et complémentaires
- Mesurer les retombées des actions et campagnes de promotion
- Fidéliser la clientèle touristique
- Mesurer la satisfaction des visiteurs
- Mettre en place une stratégie d'automatisation customisée à partir des informations recueillies pour favoriser les achats

Objectifs B2B

- Renforcer la fédération des acteurs et faciliter la communication avec la base de contacts B2B de Sud Tourisme via différent canaux
- Développer des outils de communication dédiés
- Suivre les opportunités commerciales en cours (on-boarding des fournisseurs)
- Définir les partenaires et les leviers commerciaux à enclencher
- Mesurer la satisfaction des utilisateurs
- Mettre en place une stratégie d'automatisation customisée à partir des informations recueillies pour mieux accompagner les professionnels

6.2. Fonctionnalités du CRM

Les fonctionnalités attendues de la solution CRM sont listées sur le document de cadrage fonctionnel global disponible en **annexe 5**.

→ Feuille "Specs CRM #CRM"

Liste des fonctionnalités essentielles

Gestion des contacts

- Permettre de stocker et d'organiser les informations de sociétés ou de contacts
- Pouvoir segmenter les contacts en tant que clients ou prospects
- Pouvoir attribuer aux contacts des listes ou tags spécifiques pour pouvoir les segmenter facilement (ex : B2C, B2B, Clients, Public...)
- Permettre de créer des segments de contacts filtrés sur les champs disponibles sur les fiches contacts (ville, âge...)
- Permettre d'affecter une note ou un type de statut aux contacts en fonction de leur activité pour les situer dans le cycle d'achat (Lead Scoring)
- Permettre la collecte et l'historisation du consentement RGPD sur les fiches contacts pour la réception d'emails et SMS

Gestion des sociétés

- Permettre de créer des fiches sociétés et d'y rattacher des contacts déjà existants (contacts, clients, prospects)
- Permettre de hiérarchiser les contacts par niveau (directeur, manager, etc.)
- Créer un organigramme par société

Gestion des emails & SMS :

Permettre de créer, de suivre et d'analyser des campagnes de marketing par email, SMS ou réseaux sociaux pour promouvoir des offres ou des événements.

- Permettre l'envoi de SMS en masse via service de routage professionnel (ex : Octopush)
- Permettre de générer des campagnes emails via un builder en ligne
- Permettre l'envoi en masse d'emails via un service de routage professionnel (la solution actuelle est SendInBlue, mais cela est susceptible d'évoluer vers une autre solution déjà intégrée au CRM)
- Possibilité de lire les emails entrants des offices de tourisme et d'y répondre via le CRM
- Permettre d'enregistrer et envoyer des emails préédigés (templates emails)

Historique des interactions

Mémoriser automatiquement les actions ou et communications sur tous les points de contact.

- **Historique des réservations** : afficher sur la fiche du client les données de réservations (cf : [intégration de la plateforme de commercialisation avec le CRM](#))
- **Historique de navigation** : permettre de suivre la navigation et actions des contacts sur des sites web/applications mobiles via un Pixel.
- **Historique des interactions physiques** : pouvoir enregistrer un passage ou un appel en office de tourisme.

Gestion des opportunités

Permettre à Sud Tourisme de suivre ses opportunités de partenariats commerciaux et ventes en ligne :

- Enregistrer les prospects B2C qui ne finalisent pas une réservation sous 24h
- Permettre de créer des opportunités sur un contact, associé à un tunnel de conversion (pipeline) personnalisé

Champs personnalisés

Permettre de créer des champs personnalisés pour personnaliser les formulaires de saisie sur tous les objets du CRM (fiches contacts, opportunités, etc.).

Gestion des rôles utilisateurs

Permettre d'avoir différents niveaux d'utilisateurs avec des droits de lecture/écriture différents.

Feedbacks / Réclamations

Permettre aux contacts de créer des tickets via un formulaire web disponible dans un espace protégé (espace client). Les tickets seront affichés sur la fiche du contact.

Formulaires web

- Pouvoir générer de formulaires web, responsive et au style personnalisable, facilement intégrables dans une page web (ex : script javascript)
- Les données collectées par les formulaires sont automatiquement ajoutées au CRM

Marketing Automation

Permettre de créer des scénarios automatisés en fonction de déclencheurs précis (relance panier, mail de bienvenue, suggestions selon parcours client ou achats...).

Programme de fidélité

Proposer un système de fidélité propre au CRM ou intégrable facilement (ex : Zerosix). Chaque réservation via Sud Tourisme abondera un compte de fidélité, dont le mode de calcul reste à définir.

Reporting / Business Intelligence

- Permettre de suivre les performances de l'office de tourisme et de générer des rapports sur les tendances, les préférences et les comportements des clients
- Proposer des dashboard personnalisables selon des indicateurs de performances définis par Sud Tourisme

Outil de qualification

- Outils de dédoublonnage automatique
- Possibilité de rendre des champs de saisie obligatoires

Moteur de recherche

Proposer un moteur de recherche permettant de trouver rapidement tous types d'objets du CRM (contact, société, email, ...)

Plugin Outlook 365 / Google Workspace (Gmail)

- Pouvoir connecter une boîte email pour lire et répondre aux emails via le CRM
- Pouvoir synchroniser les contacts provenant des boîtes emails

6.3. Intégration avec d'autres applications

6.3.1. Intégration des données APIDAE

La solution proposée devra pouvoir s'intégrer avec le [Doc Api Apidae](#) afin de synchroniser l'ensemble des informations relatives aux contacts sur les 2 plateformes.

Dans le cas où plusieurs contacts différents sont associés à la même fiche Apidae, il conviendra de créer autant de contacts que nécessaire, et de les lier à la même société.

Données à synchroniser entre les fiches Apidae et le CRM

- Nom de la société
- Localisation
- Catégorie (type de l'objet touristique sur Apidae)
- Contacts et coordonnées génériques de la structure
- Contacts, fonctions et coordonnées de chaque profil rattaché à une fiche Apidae

6.3.2. Intégration des données clients d'autres applications

Sud Tourisme souhaite que la collecte des contacts et les interactions avec les visiteurs soient centralisés dans le CRM et ce, quel que soit le point de contact avec la personne, numérique ou physique, via les solutions qui constituent le Hub, qu'il faudra intégrer.

Ainsi, les principales sources de données seront :

- La solution de commercialisation Sud Tourisme
- Les solutions de gestion des réservations
- Les solutions et outils de promotion
- Le portail du site web sudtourisme.nc (formulaire, newsletter, contacts etc.)
- La solution de collecte d'avis client

- Le logiciel de caisse des offices de tourisme (front des offices de tourisme)
- Le logiciel d'emailing (actuellement Sendingblue)
- Les échanges ponctuels téléphoniques ou mails

Le soumissionnaire devra s'assurer que sa solution puisse puiser et d'injecter facilement des données (input & output) via [API](#), Widget et imports dans différents applicatifs cités.

7. CADRE DE RÉPONSE

7.1. Modalité de réponse

Les propositions des soumissionnaires devront permettre à Sud Tourisme de bien évaluer leur capacité à fournir durablement les services demandés. Les documents administratifs à intégrer dans le dossier de réponse sont indiqués à l'article 3 du règlement de la consultation.

Fonctionnalités

Les soumissionnaires sont invités à compléter les tableaux de cadrage fonctionnel disponibles en annexes, afin d'identifier les fonctionnalités prises en charge ou à développer, pour couvrir l'ensemble des besoins exprimés.

- Colonne (E) "Réponse offre" : le soumissionnaire peut indiquer le statut de sa solution vis à vis de la contrainte exprimée sur la ligne.
 - "Ok : disponible" → Contrainte 100% prise en charge
 - "Ok : développement à prévoir" → Contrainte non prise en charge mais faisabilité technique validée. Dans ce cas préciser le délai dans la case commentaire.
 - "KO : non pris en charge" → Contrainte impossible à respecter, même avec un développement complémentaire.
- Colonne (F) "Commentaire société" : il s'agit d'un champ libre dans lequel le soumissionnaire peut communiquer des informations complémentaires (ex : délai de développement, alternative possible, etc)

Variantes

Le soumissionnaire pourra proposer des variantes mais celles-ci devront obligatoirement intégrer, à minima, les fonctionnalités dont le niveau de priorité est « Haut » dans les tableaux de cadrage fonctionnel, disponibles en annexes.

7.2. Organisation de l'équipe projet

Le maître d'ouvrage est la SPL Sud Tourisme Nouvelle-Calédonie qui dédie une équipe projet et un assistant à maîtrise d'ouvrage (AMOA) en charge de suivre et piloter la réalisation du projet.

L'AMOA sera impliqué à partir de la phase 2, choix des prestataires jusqu'à la mise en production et le recettage. Sa sélection fait l'objet d'un appel d'offres concomitant.

8. GLOSSAIRE

ACPR : L'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution est une institution intégrée à la Banque de France, chargée de la surveillance de l'activité des banques et des assurances.

API : Interface logicielle ouverte qui permet de connecter un logiciel ou un service à un autre, afin d'échanger des données et des fonctionnalités.

Backoffice : Interface d'administration permettant de gérer et paramétrer un logiciel.

CMS : Le Content Management System est un logiciel qui permet de concevoir, de gérer et de mettre à jour du contenu sur un site web.

Concierge : Désigne les fournisseurs ou les offices de tourisme, qui accèdent à un catalogue de produits touristiques complémentaires et les revendent moyennant une commission.

DAM : Un Digital Asset Management est une solution technique destinée à stocker, classer et rendre accessible des actifs numériques multimédias (images, vidéos, etc.).

Fournisseur : Désigne un prestataire touristique commercialisant des offres (Par exemple : un hôtel, un prestataire d'activités, un transporteur, un restaurateur, etc.)

Frontoffice : Interface de mise en relation directe avec les internautes sur un site web.

GDS : Le Global Distribution Systems est un logiciel permettant aux voyageurs type agences de tourisme et tours opérateurs d'accéder en temps réel aux disponibilités et tarifs des produits touristiques et de les réserver.

OTA : Désigne une agence de voyage en ligne (ex : Booking.com ou Expedia)

Produit : Prestation offerte par un fournisseur.

Réassurance : Désigne les actions engagées par Sud Tourisme pour créer ou renforcer la confiance des visiteurs de son site web, en vue de les sécuriser et de favoriser l'acte d'achat.

Revendeur : Désigne une agence de tourisme, un tour opérateur ou un concierge ayant la possibilité d'accéder aux offres de la plateforme pour les revendre, moyennant une commission.

SEO : Optimisations techniques et marketing pour améliorer le référencement sur les moteurs de recherche.

SIT : Le système d'Information Touristique, en l'occurrence Apidae, est la base de données dans laquelle est référencée toute l'offre touristique.

Soumissionnaire : Société répondant à l'appel d'offres via une proposition de service.

9. ANNEXES

- Annexe 1 : Spécifications et contraintes globales
- Annexe 2 : Spécifications et contraintes Lot1 #DISTR
- Annexe 3 : Connecteurs Lot 1 #DISTR
- Annexe 4 : Spécifications et contraintes Lot2 #WEB
- Annexe 5 : Spécifications et contraintes Lot3 #CRM
- Annexe 6 : Planning prévisionnel du projet
- Annexe 7 : Arborescence globale (carte mentale)
- Annexe 8 : Arborescence globale (format excel)
- Annexe 9 : Proposition zoning site internet
- Annexe 10 : Audit digital du site sudtourisme.nc
- Annexe 11 : Charte graphique Sud Tourisme