



L'écosystème digital de la **Baie de Somme**

Audit de l'écosystème digital

Dans le cadre de la révision de la stratégie de développement touristique et organisationnelle de la Baie de Somme Picardie Maritime à l'horizon 2030.

2023



Sommaire



Introduction

Cet audit présente une synthèse des outils digitaux ainsi que les forces vives en charge de maintenir et diffuser l'information.

Des entretiens ont été engagés avec l'ensemble des personnels afin de recueillir les informations nécessaires à une bonne compréhension des organisations et des attentes de chaque service.

Chaque site a été passé au crible afin de faire un point sur sa technologie, sa situation en terme de maintenance, de Rgaa , de rgpd .

Un audit de performance a également été engagé afin d'avoir un aperçu global de la situation.

De cette synthèse, nous préciserons les points d'amélioration technique ainsi que des axes de progression en terme de SEO SEA .

Enfin un BENCHMARK sur les sites de destination vous présentera les diverses réussites ;

Pour finir nous préconiserons divers scenarii afin de répondre à la demande initiale d'une meilleure stratégie de visibilité de la destination Baie de Somme.



PARTIE 1

Analyse de l'écosystème digital

Afin d'avoir une vue d'ensemble de l'écosystème digital de la Baie de Somme nous avons analysé les onze sites qui le compose.

Liste des sites à auditer :

- › terresetmerveilles-baiedesomme.com/
- › tourisme-baiedesomme.fr/
- › fort-mahon-plage-tourisme.com/
- › baiedesomme3vallees.fr/
- › baiedesomme.fr/
- › ccvimeu.fr/
- › destination-letrreport-mers.fr/
- › somme-tourisme.com/
- › sejourner-en-picardie.com/
- › tourisme-en-hautsdefrance.com/
- › weekend-hautsdefrance.com/

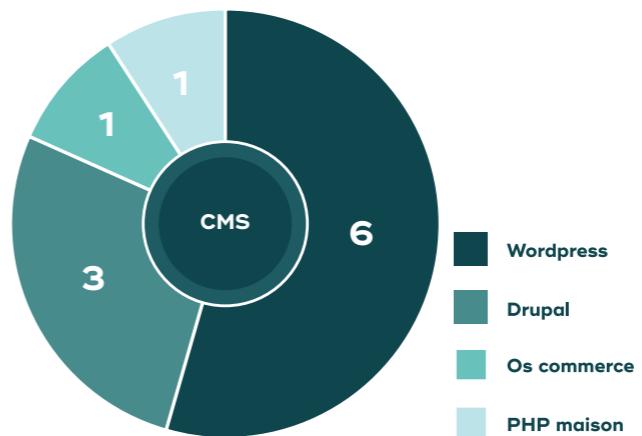
Le bilan nous permet de faire un état des lieux des différents outils utilisés, de leur configuration technique, de leur situation face à des critères importants tel que le handicap (RGAA) ou la collecte de données personnelles (RGPD).

Tout site institutionnel devant répondre à minima à ces différents critères.

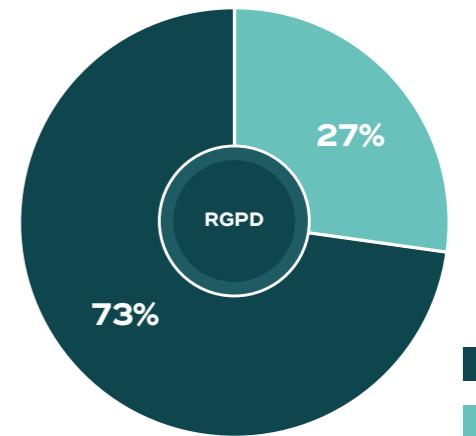
Les critères de performance nous invitent également à comprendre les différents freins qui peuvent limiter la visite, ou les temps passés sur chaque site.

En quête de performance, ces chiffres permettront de trouver les leviers d'amélioration dans la mise en place de bonnes pratiques, dans un premier temps, ou d'évolutions techniques au besoin.

CMS ou framework utilisé



RGPD



Non conforme
Conforme

RGAA



Validité W3C



Non conforme
Non valide



PARTIE 2

Vos responsabilités en matière d'accessibilité

L'accessibilité est requise non seulement pour les sites web, mais aussi pour les intranets, extranets, applications mobiles, progiciels et mobiliers urbains numériques (tels que les distributeurs de billets de transport). Voici vos obligations :

Pour chaque site ou service, vous devez :

- › Publier une déclaration d'accessibilité en ligne, précisant le niveau d'accessibilité du site ou service.
- › Indiquer le taux de conformité au RGAA sur chaque page :
 - « Accessibilité : totalement conforme » pour un taux de 100%
 - « Accessibilité : partiellement conforme » pour un taux supérieur à 50%
 - « Accessibilité : non conforme » pour un taux inférieur à 50% ou inconnu
(Cette mention peut rediriger vers la page « Accessibilité » ou la déclaration d'accessibilité)
- › Offrir la possibilité aux utilisateurs de signaler des problèmes d'accessibilité et de contacter le Défenseur des droits en cas de non-réponse.

Pour votre entité, vous devez :

- › Élaborer et publier un schéma pluriannuel de mise en accessibilité sur 3 ans, avec un plan annuel détaillant les actions prévues pour évoluer vers une accessibilité complète.
- › Consulter le décret n° 2019-768 du 24 juillet 2019 sur l'accessibilité en ligne pour les personnes handicapées.

Calendrier :

- › Depuis le 23 septembre 2020, tous les sites publics doivent être accessibles.
- › D'ici le 23 juin 2021, toutes les applications mobiles, progiciels et mobiliers urbains numériques doivent l'être également.

Sanctions :

Les manquements à ces obligations déclaratives peuvent entraîner une amende de 20 000 euros par service en ligne, décidée par le ministre en charge des personnes handicapées.

La Direction générale de la cohésion sociale est chargée de vérifier le respect des obligations et de proposer les sanctions à prononcer par le Ministre chargé des affaires sociales.

Transposition de la directive européenne :

La norme européenne EN-301549 a été mise à jour en 2018 pour intégrer les critères d'accessibilité WCAG 2.1. Cette mise à jour s'inscrit dans le cadre de la directive européenne 2016/2102. La transposition de cette directive a été réalisée par diverses modifications législatives et réglementaires.

La transposition de cette directive (2016/2102) européenne a été achevée par :

1. La modification de l'article 47 de la loi du 11 février 2005 par l'article 80 de la loi n° 2018-771.
2. La publication du décret n° 2019-768 du 24 juillet 2019 relatif à l'accessibilité des services de communication au public en ligne aux personnes handicapées.
3. La publication de l'arrêté du 20 septembre 2019 mettant en vigueur et approuvant la version 4.0 du Référentiel général de l'amélioration de l'accessibilité (RGAA).

Recommendations : Pour vous conformer à ces obligations, consultez vos sous-traitants digitaux concernant les contrats de maintenance ou les cahiers des charges des sites. Vérifiez également l'expertise de vos prestataires dans le domaine institutionnel avant d'entamer des travaux nécessitant une expertise spécifique en accessibilité.

Toutefois, avant d'engager un travail impliquant un vrai savoir-faire dans le domaine, nous vous invitons également à vérifier la qualité et la bonne connaissance du milieu institutionnel de vos prestataires.



PARTIE 3

I RGPD

La première de vos obligations réglementaires concerne la bonne conformité de vos sites web avec le RGPD. Le Règlement Général sur la Protection des Données est un règlement de l'Union européenne qui vise à renforcer et à unifier la protection des données pour tous les individus au sein de l'Union européenne (UE). Il est entré en vigueur le 25 mai 2018. Depuis cette date, toutes les organisations traitant des données de citoyens de l'UE doivent se conformer à ce règlement.

Ce que vous devez assurer à vos utilisateurs en matière de RGPD

- Consentement éclairé :** Vous devez obtenir un consentement clair et explicite de la part des individus avant de traiter leurs données.
- Droit à l'oubli :** Les individus ont le droit de demander la suppression de leurs données.
- Portabilité des données :** Les individus ont le droit de recevoir leurs données personnelles et de les transférer à un autre responsable du traitement.
- Accès et rectification :** Les individus ont le droit d'accéder à leurs données et de demander des corrections.
- Protection des données dès la conception :** Les mesures de protection des données doivent être intégrées dès la conception des produits et services.

Les sanctions auxquelles vous vous exposez en cas de non-respect

Les organisations peuvent être sanctionnées pour non-conformité au RGPD. Les amendes peuvent atteindre jusqu'à 4 % du chiffre d'affaires annuel mondial ou 20 millions d'euros, selon le montant le plus élevé.

Grille d'évaluation et plan d'action pour une mise en conformité exhaustive et pérenne de vos sites web avec le RGPD

Une conformité RGPD totale de votre site dépend d'un ensemble de dispositions prises en amont par l'administrateur de votre site. Un audit exhaustif permet d'examiner l'ensemble du site pour identifier notamment où et comment les données sont collectées, stockées et traitées, ainsi que ses lacunes potentielles (en comparant les pratiques actuelles du site avec les exigences du RGPD pour identifier les domaines non conformes). Cet audit s'attachera notamment au bon respect des 5 points de vigilance suivants :

1. Gestion des cookies :

- Consentement explicite : Mettre en place un bandeau de cookies clair et visible demandant le consentement des utilisateurs avant tout dépôt ou lecture de cookies
- Option de refus : Offrir la possibilité de refuser les cookies non essentiels.
- Documentation : Tenir un registre des consentements des utilisateurs concernant les cookies.

2. Traitement des données personnelles :

- Minimisation des données : S'assurer que seules les données strictement nécessaires sont collectées.cookies
- Consentement : Obtenir un consentement clair et explicite pour la collecte et le traitement des données.
- Portabilité : Mettre en place un système permettant aux utilisateurs de télécharger leurs données personnelles.
- Rectification et suppression : Offrir la possibilité aux utilisateurs de modifier ou de supprimer leurs données.

3. Sécurité des données :

- Cryptage : Assurer le cryptage des données lors de la transmission et du stockage.
- Mises à jour régulières : Veiller à ce que tous les systèmes, plugins et modules soient régulièrement mis à jour pour éviter les vulnérabilités.
- Sauvegardes : Mettre en place des sauvegardes régulières et sécurisées des données.

4. Contenu tiers (comme les vidéos) :

- Consentement pour le contenu intégré : S'assurer que le contenu de tiers (comme les vidéos YouTube) ne traite pas les données des utilisateurs sans leur consentement explicite.
- Alternatives respectueuses de la vie privée : Envisager d'utiliser des alternatives qui respectent davantage la vie privée, comme PeerTube pour les vidéos.

5. Politiques et documentation :

- Politique de confidentialité : Mettre à jour ou rédiger une politique de confidentialité claire et compréhensible, détaillant comment les données sont traitées
- Registre des traitements : Tenir un registre détaillé de tous les traitements de données effectués.

Continuité du dispositif

Dans le prolongement de cet audit, un certain nombre de dispositions seront préconisées afin de maintenir la conformité RGPD de votre site sur le long terme. Ces dispositions n'ont pas un caractère d'obligations mais sont vivement recommandées à cet effet...

1. Formation et sensibilisation :

- Équipe interne : Former l'équipe de développement et de gestion du site sur les exigences du RGPD.
- Utilisateurs : Informer les utilisateurs des changements apportés pour la conformité au RGPD via des notifications ou des bulletins d'information.

2. Révision et mises à jour :

- Révisions régulières : Revoir régulièrement les pratiques du site pour s'assurer qu'elles restent conformes aux évolutions du RGPD.
- Feedback des utilisateurs : Encourager les retours des utilisateurs pour continuer à améliorer la conformité et la transparence.

3. Évaluations d'impact :

- Évaluation régulière : Effectuer des évaluations d'impact sur la protection des données pour identifier et minimiser les risques liés au traitement des données.

4. Délégué à la protection des données (DPO) :

- Nomination : Si nécessaire, nommer un DPO pour superviser et assurer la conformité au RGPD.
- Formation : S'assurer que le DPO est bien formé et informé des dernières évolutions en matière de protection des données.



PARTIE 4

SEO lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis nec massa at eros molestie fringilla. Maecenas vitae viverra lectus, sit amet eleifend sem.

Consectetur adipiscing elit. Pellentesque a facilisis urna. Pellentesque congue laoreet rutrum. Cras porttitor vehicula volutpat. Vestibulum porta est at dolor sollicitudin iaculis. Suspendisse potenti. Vivamus rutrum, tellus et laoreet mollis, orci nulla tincidunt dolor, a tempus tortor lacinia ut quam. Curabitur blandit, sapien et sollicitudin hendrerit, metus nulla dignissim metus, in egestas tellus urna tempor nunc. Suspendisse ut bibendum magna, non sollicitudin sem.

Nullam non mi nunc. Suspendisse potenti. Maecenas nec lacus in arcu mattis blandit. Vestibulum vitae risus sed odio hendrerit vulputate a nec nulla. Maecenas finibus tortor vitae nisi convallis auctor. Donec egestas accumsan purus quis fringilla. Cras ut neque tellus.

Etiam euismod, **tempor**, **semper**, **adipiscing** **elit.** Pellentesque **a** facilisis urna. Pellentesque congue laoreet rutrum. **Cras** porttitor vehicula volutpat. Vestibulum porta est at dolor sollicitudin iaculis. Suspendisse potenti. Vivamus rutrum, tellus et laoreet mollis, orci nulla tincidunt dolor, a tempus tortor lacus ut quam. Curabitur blandit, sapien et sollicitudin hendrerit, metus nulla dignissim metus, in egestas tellus urna tempor nunc. Suspendisse ut bibendum magna, non sollicitudin sem.

Nullam non mi nunc. Suspendisse potenti. Maecenas nec lacus in arcu mattis blandit. Vestibulum vitae risus sed odio hendrerit vulputate a nec nulla. Maecenas finibus tortor vitae nisi convallis auctor. Donec egestas accumsan purus quis fringilla. Cras ut neque tellus.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque a facilisis urna. Pellentesque congue laoreet rutrum. Cras porttitor vehicula volutpat. Vestibulum porta est at dolor sollicitudin iaculis. Suspendisse potenti. Vivamus rutrum, tellus et laoreet mollis, orci nulla tincidunt dolor, a tempus tortor lacus ut quam. Curabitur blandit, sapien et sollicitudin hendrerit, metus nulla dignissim metus, in egestas tellus urna tempor nunc. Suspendisse ut bibendum magna, non sollicitudin sem.

Nullam non mi nunc. Suspendisse potenti. Maecenas nec lacus in arcu mattis blandit. Vestibulum vitae risus sed odio hendrerit vulputate a nec nulla. Maecenas finibus tortor vitae nisi convallis auctor. Donec egestas accumsan purus quis fringilla. Cras ut neque tellus.

Lore ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit. Pellentesque a facilisis urna.
Pellentesque congue laoreet rutrum. Cras
porttitor vehicula volutpat. Vestibulum porta
est at dolor sollicitudin iaculis. Suspendisse
potenti. Vivamus rutrum, tellus et laoreet
mollis, orci nulla tincidunt dolor, a tempus
tortor lacus ut quam. Curabitur blandit,
sapien et sollicitudin hendrerit, metus nulla
dignissim metus, in egestas tellus urna tempor
nunc. Suspendisse ut bibendum magna, non
sollicitudin sem.

Nullam non mi nunc. Suspendisse potenti. Maecenas nec lacus in arcu mattis blandit. Vestibulum vitae risus sed odio hendrerit vulputate a nec nulla. Maecenas finibus tortor vitae nisi convallis auctor. Donec egestas accumsan purus quis fringilla. Cras ut neque tellus.

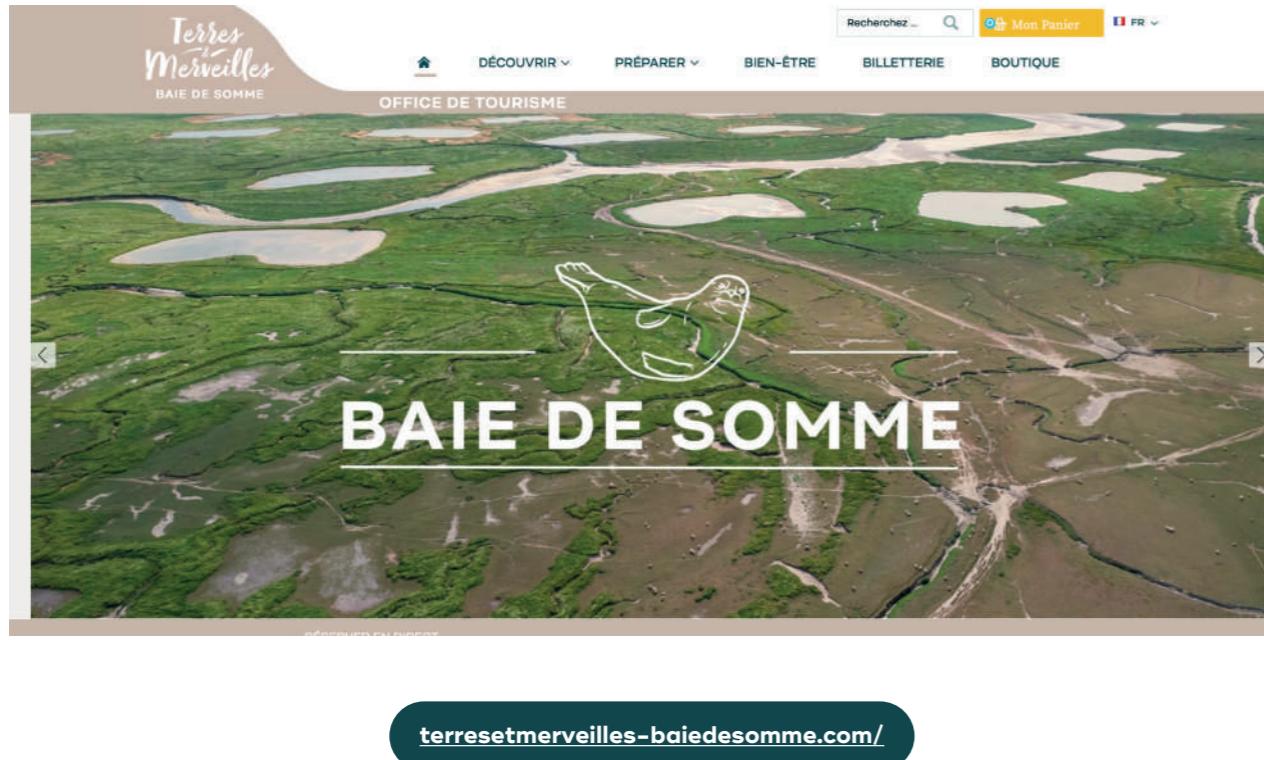


PARTIE 5

■ Analyse de l'écosystème digital

Fiches synthétiques individuelles

Terres & Merveilles Baie de Somme



Site sous :

OSCommerce

(quasi développement maison)

RGPD :

Conformité à vérifier

Accessibilité :

Non conforme

Validateur W3C :

Site non valide

<https://validator.w3.org/nu/?doc=https%3A%2F%2Fwww.terresetmerveilles-baiedesomme.com%2F>

SEO :

Un site qui a peu de visibilité malgré son nombre de pages important.

Une stratégie SEO permettrait de renforcer encore davantage son positionnement :

- Des pages pauvres en contenu
- Structure Hn à revoir
- Maillage interne à créer et profondeur des pages à optimiser
- Stratégie de contenu à travailler
- Écriture de certaines URLs à travailler
- Travail sur les Title et Meta Description
- Fiche Google Business à travailler

Performances :

Site	terresetmerveilles-baiedesomme.com
Trafic SEO estimé	5910
Mots clés top 10	548
Mots clés top 50	2942
Urls positionnées	511
Domaines référents	131

Google PageSpeed insight :

Score mobile : 54/100

Score bureau : 58/100

Eco-conception :

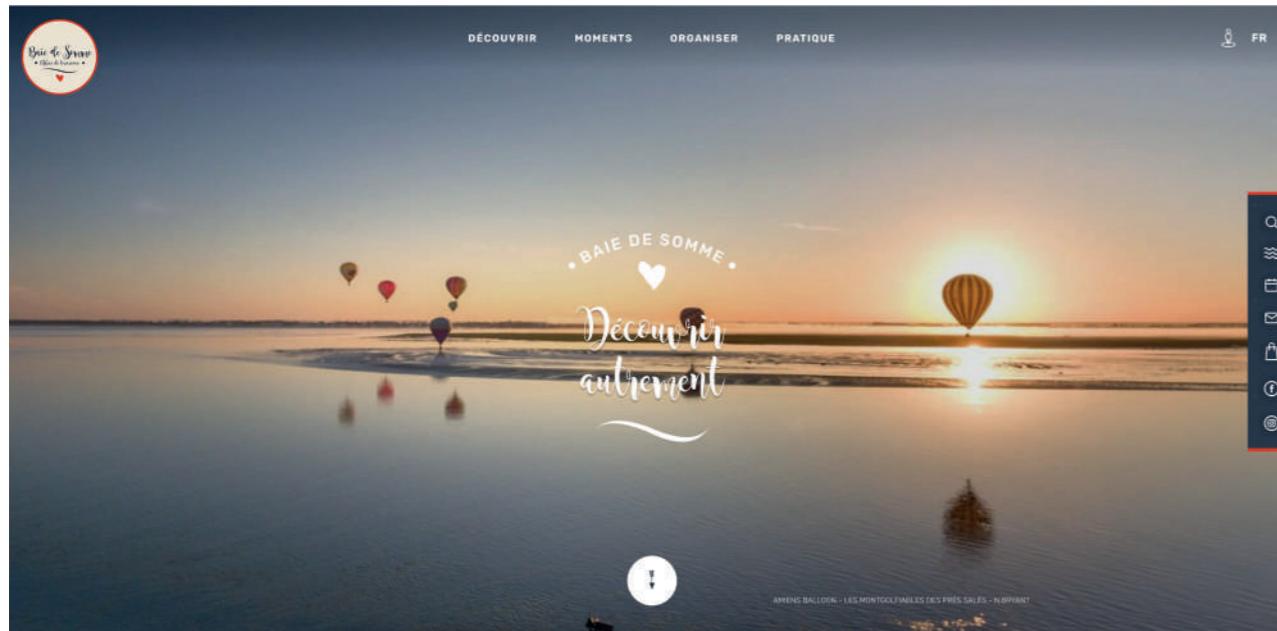
Score ecoindex.fr : 47/100 - Score D

<https://www.ecoindex.fr/resultat/?id=6551e31c-4f0a-41bf-bc70-59b50b8c5cd5>

Langue(s) :

Français, anglais, allemand

Baie de Somme Office de Tourisme



Site sous :

WordPress

RGPD :

Conformité à vérifier

Accessibilité :

Non conforme

Validateur W3C :

Site non valide

<https://validator.w3.org/nu/?doc=https%3A%2F%2Fwww.tourisme-baiedesomme.fr%2F>

Google PageSpeed insight :

Score mobile : **36/100**

Score bureau : **72/100**

Eco-conception :

Score ecoindex.fr : **25/100 - Score F**

<https://www.ecoindex.fr/resultat/?id=446fb8a-add2-441f-a6c3-0c90b151ce47>

Langue(s) :

Français, anglais, hollandais

SEO :

Le site se positionne sur de nombreuses URLs sur le tourisme en Baie de Somme, avec du trafic SEO.

Une stratégie SEO permettrait de renforcer encore davantage son positionnement :

- Bugs d'affichages et problèmes d'UX qui empêchent la bonne navigation sur le site et compréhension des informations
- Architecture du site à revoir : catégorisation des pages, espace panier – achat à revoir
- Mauvaise utilisation de la structure Hn des pages
- Créer des Titles attractives et optimisées
- Absence de Meta Description
- Fiche Google Business à travailler

Performances :

Site	tourisme-baiedesomme.fr/
Trafic SEO estimé	64060
Mots clés top 10	3257
Mots clés top 50	7168
Urls positionnés	921
Domaines référents	298

Fort Mahon Plage



Site sous :

WordPress

RGPD :

Conforme

(sur les cookies, pas sûr pour le reste)

Accessibilité :

Non conforme

Validateur W3C :

Site non valide

<https://validator.w3.org/nu/?doc=https%3A%2F%2Fwww.fort-mahon-plage-tourisme.com%2F>

SEO :

Un site sur Fort Mahon qui a peu de visibilité malgré son nombre de page important.

Une stratégie SEO permettrait de renforcer encore davantage son positionnement :

- Catégorisation des pages pour une meilleure architecture
- Amélioration des pages
- Structure Hn à revoir
- Stratégie de contenu à développer
- Fiche Google Business peu travaillée

Performances :

Site	www.fort-mahon-plage-tourisme.com
Trafic SEO estimé	5625
Mots clés top 10	600
Mots clés top 50	1817
Urls positionnées	211
Domaines référents	115

Google PageSpeed insight :

Score mobile : 53/100

Score bureau : 70/100

Eco-conception :

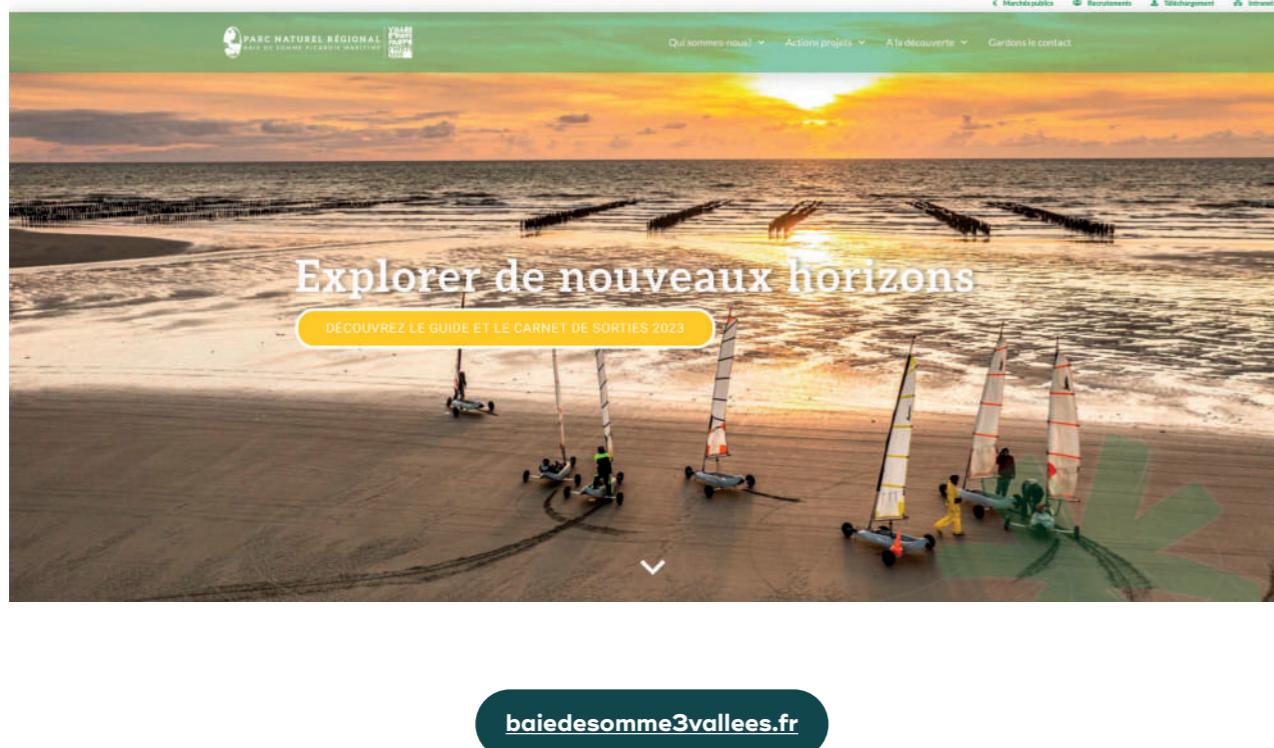
Score ecoindex.fr : 37/100 - Score E

<https://www.ecoindex.fr/resultat/?id=9e9377f6-241d-48ee-9c66-24bd0629e1e2>

Langue(s) :

Français, anglais, hollandais

Parc Naturel Régional Baie de Somme



Site sous :

WordPress

RGPD :

Conforme

(sur les cookies, pas sûr pour le reste)

Accessibilité :

Non conforme

Validateur W3C :

Site non valide

<https://validator.w3.org/nu/?doc=https%3A%2F%2Fwww.baiedesomme3vallees.fr%2F>

SEO :

Un site sur le parc national régional de la Baie de Somme qui a peu de visibilité malgré son nombre de page relativement important.

Une stratégie SEO permettrait de renforcer encore davantage son positionnement :

- Pas de meta description
- Structure Hn à revoir
- Footer sans informations
- Pas de stratégie éditoriale
- Maillage interne et externe à revoir
- Fiche Google Business peu travaillée

Performances :

Site	https://www.baiedesomme3vallees.fr/
Trafic SEO estimé	1059
Mots clés top 10	68
Mots clés top 50	733
Urls positionnées	198
Domaines référents	39

Google PageSpeed insight :

Score mobile : ?/100

Score bureau : ?/100

(outil non fonctionnel sur ce site)

Eco-conception :

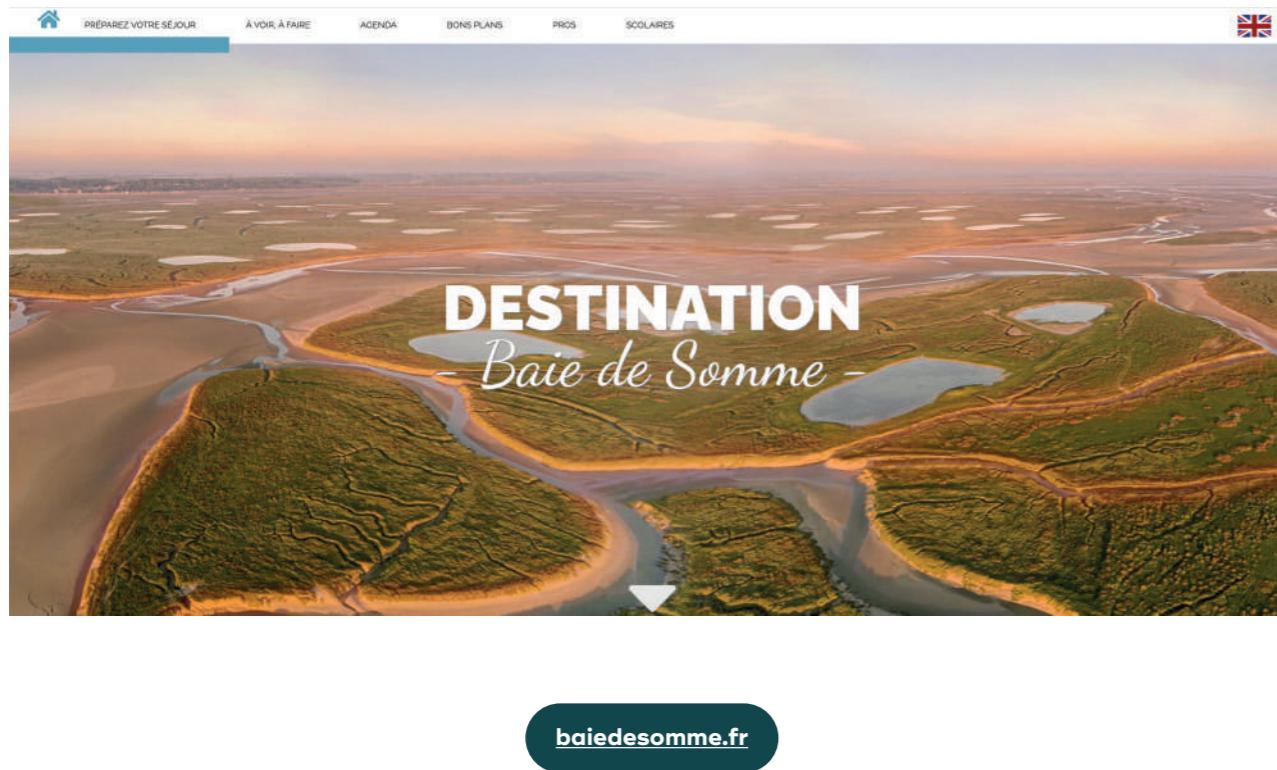
Score ecoindex.fr : 8/100 - Score G

<https://www.ecoindex.fr/resultat/?id=7d2f68e7-a2a-42fa-a802-e9195f07726b>

Langue(s) :

Français

Destination Baie de Somme



Site sous :

Site avec outil de gestion
PHP maison

RGPD :

Conformité à vérifier

Accessibilité :

Non conforme

Validateur W3C :

Site non valide

[https://validator.w3.org/check?uri=https%3A%2F%2Fwww.baiedesomme.fr%2F&charset=\(detect+automatically\)&doctype=Inline&group=0](https://validator.w3.org/check?uri=https%3A%2F%2Fwww.baiedesomme.fr%2F&charset=(detect+automatically)&doctype=Inline&group=0)

SEO :

Un site sur le tourisme en Baie de Somme qui obtient de la visibilité.

Une stratégie SEO permettrait de renforcer encore davantage son positionnement :

- Fiche Google Business peu travaillée
- Pas de maillage interne
- Optimisations du maillage interne
- Enrichir le contenu
- Stratégie de contenu
- Des problèmes techniques et de duplication
- Amélioration de l'architecture des informations

Performances :

Site	www.baiedesomme.fr
Trafic SEO estimé	47227
Mots clés top 10	1016
Mots clés top 50	2203
Urls positionnées	85
Domaines référents	931

Google PageSpeed insight :

Score mobile : 37/100
Score bureau : 74/100

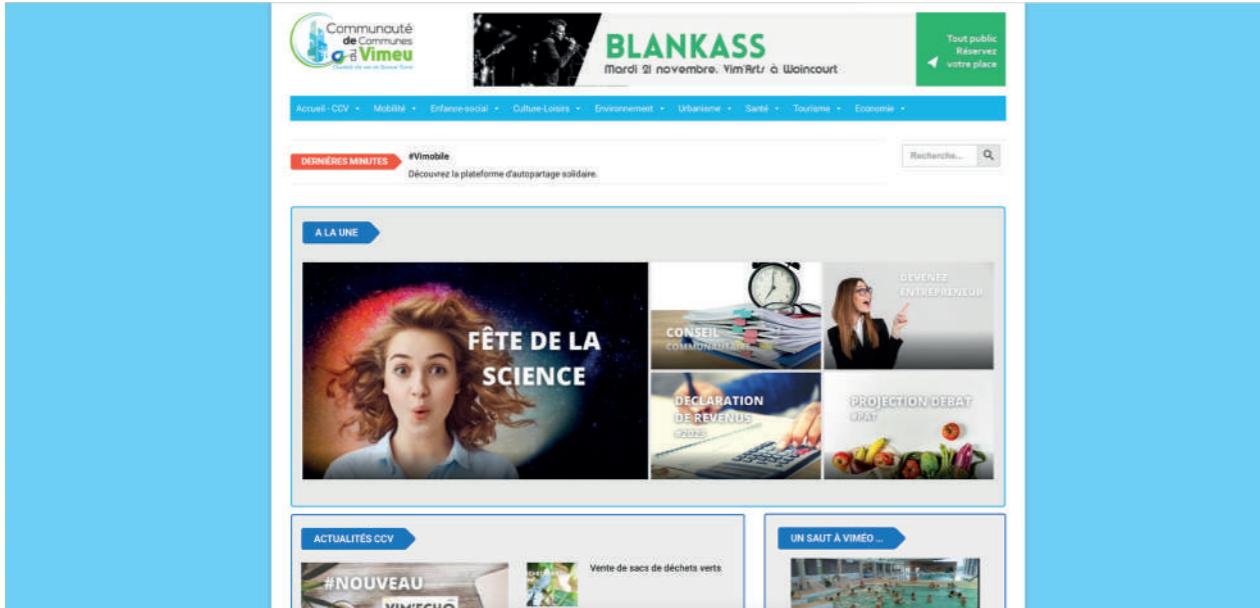
Eco-conception :

Score ecoindex.fr : 31/100 - Score F
<https://www.ecoindex.fr/resultat/?id=57651a7bf763-42c7-b820-22081a661be2>

Langue(s) :

Français, anglais

CC Vimeu



Site sous :

WordPress (5.5.13)

RGPD :

Conformité à vérifier

Accessibilité :

Non conforme

Validateur W3C :

Site non valide

<https://validator.w3.org/nu/?doc=https%3A%2F%2Fccvimeu.fr%2F>

SEO :

Un site sur la communauté de communes de Vimeu qui a peu de visibilité malgré son nombre de page important.

Une stratégie SEO permettrait de renforcer encore davantage son positionnement :

- Structure Hn à revoir
- Optimisation des Title et Meta Description absentes
- Stratégie de contenu à développer
- Architecture à créer
- Pas de maillage interne
- Des problèmes techniques à corriger (exemple du www. qui n'est pas redirigé vers le sans www)
- Problème d'UX du menu
- Fiche Business Profile à travailler

Performances :

Site	ccvimeu.fr
Trafic SEO estimé	3357
Mots clés top 10	250
Mots clés top 50	868
Urls positionnées	181
Domaines référents	2

Google PageSpeed insight :

Score mobile : 20/100

Score bureau : 56/100

Eco-conception :

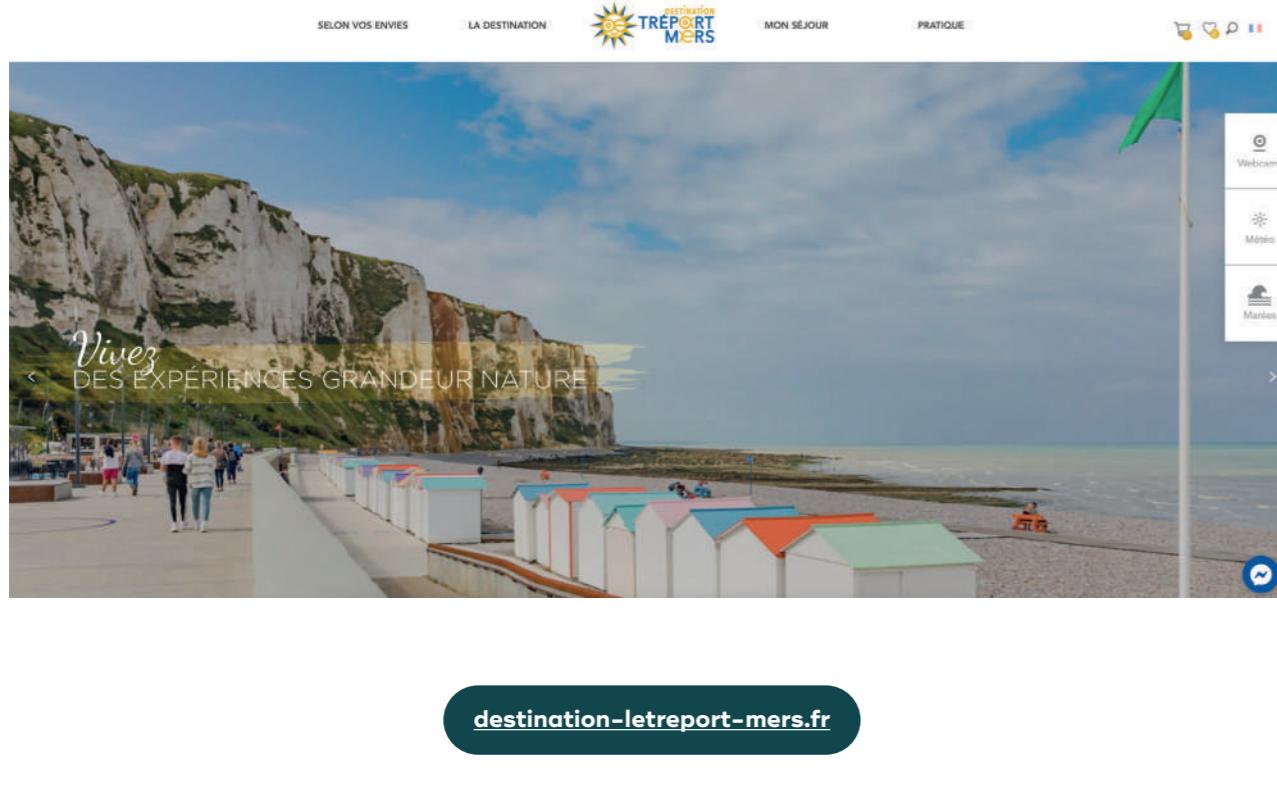
Score ecoindex.fr : 14/100 - Score F

<https://www.ecoindex.fr/resultat/?id=56f422f2-1cb1-4fc8-9077-24c308a51add>

Langue(s) :

Français

Destination Tréport Mers



Site sous :

WordPress

RGPD :

Conformité à vérifier

Accessibilité :

Non conforme

Validateur W3C :

Site non valide

<https://validator.w3.org/nu/?doc=https%3A%2F%2Fwww.destination-letreport-mers.fr%2FF>

SEO :

Un site sur le tourisme sur le Tréport et Mers-les-Bains qui se positionne bien.

Une stratégie SEO permettrait de renforcer encore davantage son positionnement :

- Amélioration des Hn et Meta Description
- Amélioration du contenu et des images

Performances :

Site	www.destination-letreport-mers.fr
Trafic SEO estimé	30035
Mots clés top 10	1442
Mots clés top 50	3869
Urls positionnés	563
Domaines référents	136

Google PageSpeed insight :

Score mobile : 35/100

Score bureau : 43/100

Eco-conception :

Score ecoindex.fr : 13/100 - Score F

<https://www.ecoindex.fr/resultat/?id=d87a28f6-81cb-44fd-974f-b2b9b5ee3a2b>

Langue(s) :

Français, anglais, allemand, hollandais

Somme Tourisme



Site sous :

Drupal 7

RGPD :

Conformité à vérifier

Accessibilité :

Non conforme

Validateur W3C :

Site non valide

[https://validator.w3.org/check?uri=https%3A%2F%2Fwww.somme-tourisme.com%2F&charset=\(detect+automatically\)&doctype=Inline&group=0](https://validator.w3.org/check?uri=https%3A%2F%2Fwww.somme-tourisme.com%2F&charset=(detect+automatically)&doctype=Inline&group=0)

SEO :

La section du site sur la baie de somme se positionne sur 25 pages sur la baie de Somme et fait du trafic.

Une stratégie SEO permettrait de renforcer son positionnement :

- Maillage interne existant mais à améliorer
- Optimisation des Titles et Meta Description
- Stratégie de contenu à développer
- Pas de fiche Business Profile

Performances :

Site	www.somme-tourisme.com/la-baie-de-somme
Trafic SEO estimé	17667
Mots clés top 10	943
Mots clés top 50	1692
Urls positionnées	25
Domaines référents	16

Google PageSpeed insight :

Score mobile : 23/100

Score bureau : 90/100

Eco-conception :

Score ecoindex.fr : 6/100 - Score G

<https://www.ecoindex.fr/resultat/?id=4f2e919b-21e8-43ff-a7ec-316a5bc765e6>

Langue(s) :

Français, anglais

Séjourner en Picardie



Site sous :

Drupal 7

RGPD :

Conforme

Accessibilité :

Non conforme

Validateur W3C :

Site non valide

[https://validator.w3.org/nu/?doc=https%3A%2F%2Fwww.sejourner-en-picardie.com%2F&charset=\(detect+automatically\)&doctype=Inline&group=0](https://validator.w3.org/nu/?doc=https%3A%2F%2Fwww.sejourner-en-picardie.com%2F&charset=(detect+automatically)&doctype=Inline&group=0)

SEO :

Un site sur les solutions d'hébergement en Picardie qui perd en position et en trafic SEO depuis 2019.

Une stratégie SEO permettrait de renforcer encore davantage son positionnement :

- Crédit de contenus pour se positionner sur les requêtes liées aux hébergements
- Problèmes d'UX
- Titres à retravailler et Meta Description à renseigner
- Absence de maillage interne
- Manque de cohérence (exemple : affichage des vidéos de Google Business ?)
- Pas de fiche Google Business

Performances :

Site	www.sejourner-en-picardie.com
Trafic SEO estimé	14986
Mots clés top 10	1991
Mots clés top 50	6328
Urls positionnées	621
Domaines référents	69

Google PageSpeed insight :

Score mobile : 47/100

Score bureau : 82/100

Eco-conception :

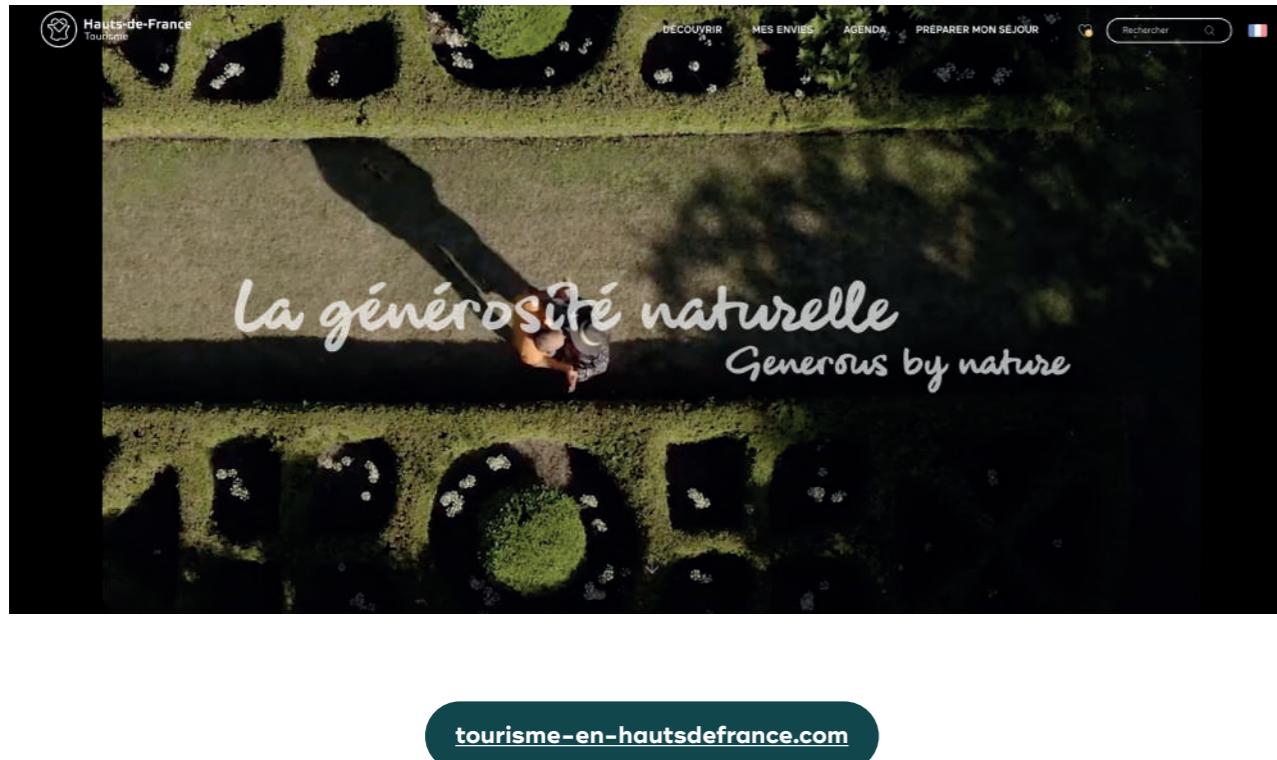
Score ecoindex.fr : 29/100 - Score E

<https://www.ecoindex.fr/resultat/?id=16154f48-81fe-47e1-9379-51ebc816bb92>

Langue(s) :

Français, anglais, allemand, hollandais

Tourisme en Haut de France



Site sous :

Wordpress

RGPD :

Conformité à vérifier

Accessibilité :

Non conforme

Validateur W3C :

Site non valide

[https://validator.w3.org/nu/?doc=https%3A%2F%2Fwww.tourisme-en-hautsdefrance.com%2Fcom%2F&charset=\(detect+automatically\)&doctype=Inline&group=0](https://validator.w3.org/nu/?doc=https%3A%2F%2Fwww.tourisme-en-hautsdefrance.com%2Fcom%2F&charset=(detect+automatically)&doctype=Inline&group=0)

SEO :

Le site se positionne aujourd’hui bien sur le tourisme en Hauts de France, avec de nombreuses pages.

Une stratégie SEO permettrait de renforcer son positionnement sur le site :

- Amélioration du maillage interne et profondeur des pages
- Erreurs techniques à corriger (exemple des balises canonicals qui posent aujourd’hui problème)
- Stratégie de contenu à développer
- Mauvaise utilisation de la structure Hn des pages
- Pas de fiche Business Profile

Performances :

Site	www.tourisme-en-hautsdefrance.com
Trafic SEO estimé	56638
Mots clés top 10	5120
Mots clés top 50	24362
Urls positionnées	4282
Domaines référents	194

Google PageSpeed insight :

Score mobile : **41/100**

Score bureau : **51/100**

Eco-conception :

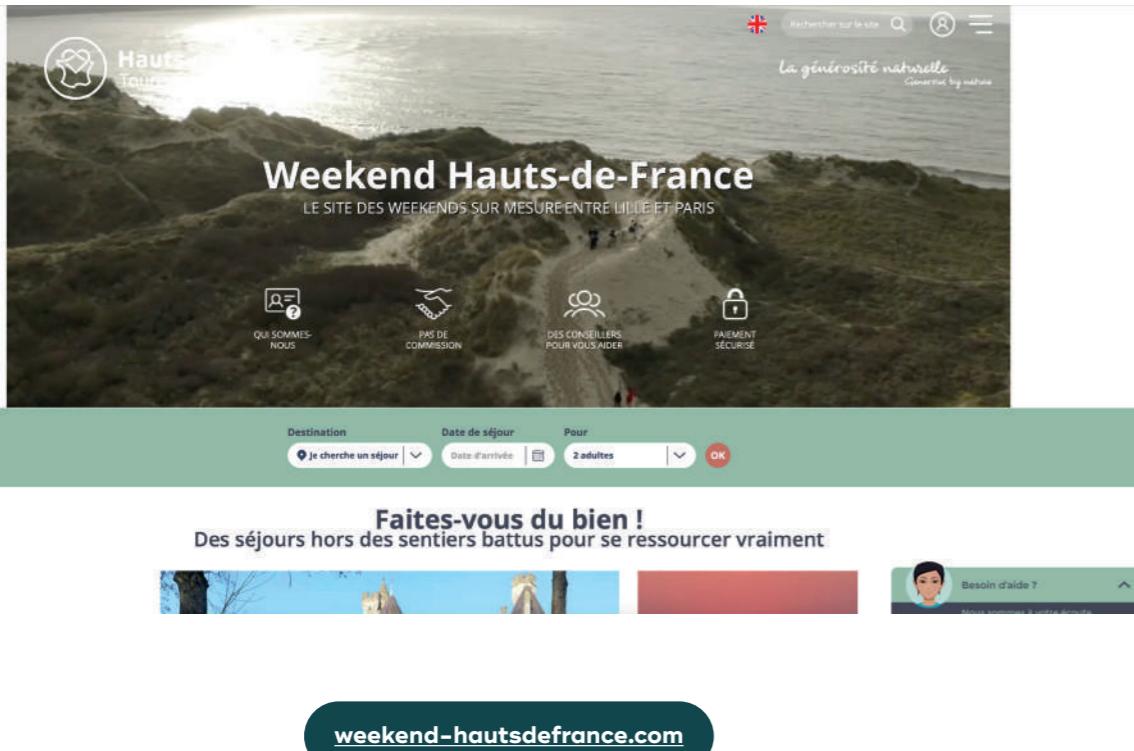
Score ecoindex.fr : **18/100 - Score F**

https://www.ecoindex.fr/resultat/?id=f31facde_61f6-4010-a66a-413ee12148a4

Langue(s) :

Français, anglais, allemand, hollandais

Week-end Hauts-de-France



Site sous :

Drupal 7

RGPD :

Conformité à vérifier

Accessibilité :

Non conforme

Validateur W3C :

Site non valide

[https://validator.w3.org/check?uri=https%3A%2F%2Fwww.weekend-hautsdefrance.com%2F&charset=\(detect+automatically\)&doctype=Inline&group=0](https://validator.w3.org/check?uri=https%3A%2F%2Fwww.weekend-hautsdefrance.com%2F&charset=(detect+automatically)&doctype=Inline&group=0)

Google PageSpeed insight :

Score mobile : 38/100

Score bureau : 82/100

Eco-conception :

Score ecoindex.fr : 22/100 - Score F

<https://www.ecoindex.fr/resultat/?id=63d126d5-70b4-47fb-aa2a-337b482fd96e>

Langue(s) :

Français, anglais

SEO :

Un site sur des séjours weekend dans Baie de Somme qui fait très peu de trafic, avec une forte chute de visibilité depuis septembre 2022

Une stratégie SEO permettrait de renforcer encore davantage son positionnement :

- Améliorations des Title et Meta Description
- Structure Hn à revoir (Hn vides, mauvaises utilisations)
- Enrichissement du contenu
- Pas de fiche Google Business
- Revoir le maillage interne

Performances :

Site	www.weekend-esprithautsdefrance.com
Trafic SEO estimé	1403
Mots clés top 10	181
Mots clés top 50	1240
Urls positionnées	44
Domaines référents	464

| Conclusion

La totalité de l'ecosystème digital a un besoin de maintenance évolutive afin de se mettre en conformité en terme de rgpd et répondre au moins en partie aux attentes du RGAA (handicap). Chaque site pourra, via son prestataire de maintenance, expliciter ses attentes afin de disposer d'une réponse dans la limite des possibilités du framework.



PARTIE 6

État des lieux des ressources humaines

Après plus de 15 heures d'entretiens avec les référents de chaque sites internet, nous avons pu échanger sur leur quotidien, leurs missions et leurs attentes.

Sans nul doute, la totalité des équipes sera favorable à la possibilité d'une montée en compétences dans les domaines du rédactionnel et le référencement.

Toutefois elle précise également la difficulté à trouver le temps nécessaire ayant également d'autres missions à remplir.

Quelle que soit la stratégie qui sera mise en place, il sera impératif de revoir l'ensemble des modes opérationnels de chaque équipe afin d'y allouer les ressources nécessaires.

Compte tenu du contexte RH actuel, et afin d'obtenir l'adhésion de tous, un process pédagogique devra être engagé afin de fédérer autour du projet.

Des freins sont à noter, et il faudra y répondre pour ne pas nuire à la bonne marche d'un nouveau plan

Chiffres graphiques



PARTIE 7

Qu'est-ce qu'un site de destination ?

Définition

Un site de destination est une plateforme numérique élaborée, conçue pour servir d'interface entre une destination touristique spécifique et ses visiteurs potentiels. Il transcende la simple notion de site web en devenant un véritable écosystème digital, intégrant divers outils, technologies et stratégies pour offrir une expérience utilisateur optimale.

Au cœur de sa conception, un site de destination vise à encapsuler l'identité, les valeurs et les offres d'une région, d'une ville ou d'un pays. Il s'agit d'une démarche stratégique qui nécessite une compréhension approfondie des besoins des visiteurs, des tendances du marché et des spécificités de la destination elle-même. En somme, un site de destination est le reflet numérique d'une destination, conçu pour attirer, engager et convertir les visiteurs en véritables ambassadeurs de la destination.

Objectifs principaux

Les sites de destination, dans leur essence, sont conçus pour répondre à une multitude d'objectifs, chacun contribuant à la réussite globale de la stratégie de marketing digital de la destination.

➤ **Informier** : Un site de destination se doit d'être une source d'information fiable et à jour. Cela va des informations pratiques (hébergement, restauration, transports) aux détails plus nuancés comme les événements culturels, les traditions locales ou les initiatives écologiques. L'objectif est de fournir au visiteur toutes les données nécessaires pour planifier et optimiser son séjour.

➤ **Inspirer** : Au-delà de la simple information, un site de destination doit éveiller l'intérêt, susciter la curiosité et inciter au voyage. Un objectif atteignable via une combinaison de contenus visuels de haute qualité, de récits engageants et d'expériences immersives. Le tout conçu pour capturer l'essence de la destination.

➤ **Convertir** : Ultime objectif d'un site de destination : la conversion. Qu'il s'agisse de réservations d'hôtels, d'achats de billets pour des attractions ou d'inscriptions à des newsletters, le site doit guider le visiteur à travers un parcours utilisateur fluide, optimisé par des appels à l'action efficaces et des techniques de marketing de conversion éprouvées.

Différence avec un site touristique classique

Alors que les sites touristiques classiques et les sites de destination partagent certains objectifs communs, leurs approches et leurs portées diffèrent considérablement.

➤ **Portée** : Un site touristique classique se concentre généralement sur une offre ou un service spécifique, comme un hôtel, un musée ou une attraction. En revanche, un site de destination embrasse une vision holistique, englobant l'ensemble des offres et des expériences d'une région ou d'un pays.

➤ **Stratégie de contenu** : Les sites de destination adoptent une stratégie de contenu plus élaborée, intégrant des éléments tels que le storytelling, le marketing expérientiel et la personnalisation. Ils cherchent à raconter une histoire, à créer une connexion émotionnelle avec le visiteur, plutôt que de se limiter à une simple présentation d'offres.

➤ **Technologie** : Les sites de destination sont souvent à la pointe de la technologie, intégrant des outils tels que la réalité augmentée, les visites virtuelles, les chatbots et les systèmes de recommandation basés sur l'IA. Ces technologies visent à améliorer l'expérience utilisateur, à fournir des informations pertinentes en temps réel et à faciliter la planification du voyage.

➤ **Collaboration** : Contrairement aux sites touristiques classiques qui opèrent souvent de manière isolée, les sites de destination sont le fruit d'une collaboration étroite entre divers acteurs locaux, qu'il s'agisse d'organismes publics, de prestataires privés ou d'associations. Cette synergie permet une représentation plus complète et cohérente de la destination.

En conclusion

Si un site touristique classique est une vitrine pour une offre spécifique, un site de destination est un portail complet, offrant une immersion profonde dans tout ce qu'une région ou un pays a à offrir.

Quels sont ses principaux avantages ?

Centraliser l'information

Dans l'écosystème numérique actuel, les voyageurs sont souvent confrontés à une surabondance d'informations, provenant de multiples sources, parfois contradictoires ou obsolètes. Dans ce contexte, un site de destination se positionne comme un guichet unique, offrant une centralisation des données pertinentes et actualisées sur la destination.

➤ **Profondeur et exhaustivité :** Un site de destination ne se contente pas de lister des informations. Il les approfondit, les contextualise et les présente de manière structurée. Qu'il s'agisse de détails logistiques, d'événements culturels, de recommandations gastronomiques ou de conseils de voyage, tout est conçu pour offrir une compréhension complète de la destination.

➤ **Cohérence et fiabilité :** En centralisant l'information, le site garantit également sa cohérence. Les visiteurs peuvent être assurés que les informations qu'ils consultent sont non seulement à jour, mais aussi alignées avec la vision et les valeurs de la destination. Cette fiabilité renforce la confiance des visiteurs et les incite à s'engager davantage avec la destination.

Améliorer la visibilité en ligne

Dans le monde hyperconnecté d'aujourd'hui, la visibilité en ligne est cruciale pour toute destination touristique. Un site de destination, avec sa stratégie de contenu riche et sa technologie avancée, est un outil puissant pour renforcer cette visibilité.

➤ **Optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) :** Par définition et par essence, le SEO constitue la trame de la conception d'un site de destination. Une stratégie de référencement dûment construite en amont constitue donc quasiment la première pierre de sa construction. Grâce à une architecture solide, à un contenu de qualité et à une stratégie de mots-clés ciblée, il est optimisé pour apparaître en tête des résultats des moteurs de recherche, attirant ainsi un trafic organique de qualité.

Intégration avec d'autres plateformes numériques

➤ Au-delà de sa propre existence, un site de destination est souvent intégré à d'autres plateformes, telles que les réseaux sociaux, les systèmes de réservation ou les applications mobiles. Cette intégration multi-canal renforce la visibilité et l'engagement, offrant aux visiteurs une expérience fluide et cohérente à travers différents points de contact. C'est aussi le meilleur moyen d'assurer à son contenu une « fraîcheur » constante et une actualisation en continu et de maintenir en permanence au cœur du jeu.

➤ **Analyse et adaptation :** Grâce à des outils d'analyse avancés, un site de destination peut bien sûr suivre le comportement des visiteurs, identifier les tendances et adapter sa stratégie en conséquence. Cette capacité à évoluer en fonction des besoins et des préférences des utilisateurs permet d'assurer sur le moyen et le long terme une visibilité continue, pertinente, toujours au goût du jour.

Contribuer à créer une identité numérique forte

À l'ère du numérique, la présence en ligne d'une destination n'est pas seulement une nécessité, c'est une extension de son identité, une manière de faire vivre pleinement la destination dans toutes ses dimensions (numérique, informationnelle, expérientielle). Un site de destination joue un rôle crucial dans la définition et la diffusion de cette identité globale.

➤ **Branding cohérent :** Un site de destination offre une plateforme pour présenter la marque de la destination de manière cohérente et impactante. Qu'il s'agisse de la palette de couleurs, du ton de la communication ou des visuels utilisés, tout est soigneusement choisi pour refléter l'essence de la destination.

➤ **Storytelling engageant :** Au-delà de la simple présentation, un site de destination raconte une histoire. Grâce à des techniques de storytelling, il crée une narration engageante qui capte l'attention des visiteurs, les immerge dans l'atmosphère de la destination et établit une connexion émotionnelle. La notion de storytelling est une donnée essentielle car elle est sans cesse en construction autour de valeurs fortes et d'un narratif natif qui en constitue la trame.

➤ **Positionnement stratégique :** Dans un marché touristique compétitif, se démarquer est essentiel. Un site de destination permet à une région de définir clairement son positionnement, de mettre en avant ses USP (Unique Selling Propositions) et de se différencier de ses concurrents.

En conclusion

Les avantages d'un site de destination sont multiples et interconnectés. Il ne s'agit pas seulement d'une plateforme d'information, mais d'un outil stratégique puissant qui renforce la visibilité, l'engagement et l'identité d'une destination, tout en offrant une valeur ajoutée inestimable aux visiteurs.

Argumentaire en faveur de la création d'un site de destination appliquée au cas particulier de la Baie de Somme

La Baie de Somme, connue et reconnue pour sa biodiversité exceptionnelle, ses marais salants, ses plages étendues et son patrimoine culturel riche, mérite une représentation numérique à la hauteur de sa singularité. Dans un contexte où le digital joue un rôle prépondérant dans la décision touristique, la mise en place d'un site de Destination dédié à la Baie de Somme s'impose comme une démarche stratégique quasi incontournable autour de 6 points forts bien identifiés par ailleurs :

Authenticité

La Baie de Somme est un lieu où l'authenticité se ressent à travers ses traditions, son patrimoine et sa communauté. Un site de Destination permettrait de mettre en avant ces aspects authentiques, offrant une vision fidèle et respectueuse de la région.

➤ **Valorisation des traditions et du patrimoine :** Le site mettrait en lumière les traditions locales, les métiers d'art, ainsi que le patrimoine architectural et historique de la Baie, offrant ainsi une perspective enrichie de la région.

➤ **Présentation des acteurs locaux :** En intégrant des témoignages et des portraits d'habitants et d'artisans, le site créerait un lien direct entre les visiteurs et la communauté locale, renforçant l'authenticité de l'expérience proposée.

Nature sauvage et préservée

La Baie de Somme est reconnue pour ses espaces naturels préservés et sa faune diversifiée. Un site de Destination serait un vecteur de communication idéal pour sensibiliser à la préservation de ces espaces et promouvoir un tourisme respectueux de l'environnement.

➤ **Mise en avant de la biodiversité :** Le site pourrait proposer des dossiers détaillés sur la faune et la flore de la Baie, les initiatives de préservation et les meilleures pratiques pour un tourisme éco-responsable.

➤ **Promotion des espaces naturels :** En présentant les différents espaces naturels, leurs spécificités et les activités possibles, le site encouragerait la découverte respectueuse de ces milieux.

Terre, mer et vallées

La diversité des paysages de la Baie de Somme est un atout majeur. Un site de Destination permettrait de valoriser cette diversité, en proposant des itinéraires de découverte et des activités variées.

➤ **Itinéraires thématiques :** Des parcours thématiques, intégrant terre, mer et vallées, pourraient être proposés, permettant aux visiteurs de découvrir la Baie sous différents angles.

➤ **Valorisation des activités nautiques :** Le site mettrait en avant les nombreuses activités nautiques possibles dans la Baie, de la voile au kayak, en passant par la pêche.

Ressourcement et bien-être

La Baie de Somme offre un cadre propice au ressourcement. Un site de Destination dédié pourrait mettre en avant les offres de bien-être et les activités permettant de se reconnecter à la nature.

➤ **Promotion des espaces de bien-être :** Les établissements offrant des services de bien-être, tels que les spas, les centres de thalassothérapie ou les retraites de yoga, seraient valorisés.

➤ **Suggestions d'activités ressourçantes :** Des idées d'activités permettant de profiter pleinement de la nature et de se ressourcer, comme des balades méditatives ou des ateliers de cuisine locale, pourraient être proposées.

Tourisme 4 saisons

La Baie de Somme se visite toute l'année, chaque saison offrant des expériences uniques. Un site de Destination permettrait de mettre en avant les attraits de la Baie en toutes saisons.

➤ **Présentation des activités saisonnières :** Le site pourrait détailler les activités spécifiques à chaque saison, encourageant ainsi les visites tout au long de l'année.

➤ **Valorisation des événements locaux :** Les événements et festivités se déroulant dans la Baie en fonction des saisons seraient mis en avant, contribuant à l'attractivité de la région.

Culture et patrimoine

La Baie de Somme possède un riche patrimoine culturel et historique. Un site de Destination serait l'outil idéal pour valoriser cet héritage.

➤ **Mise en lumière du patrimoine culturel :** Les traditions, l'artisanat, la gastronomie et l'histoire de la Baie seraient présentés de manière approfondie.

➤ **Promotion des sites historiques :** Les monuments, musées et sites historiques de la Baie de Somme seraient mis en avant, offrant aux visiteurs des clés de compréhension de la richesse culturelle de la région.

En conclusion

La Baie de Somme, avec sa richesse naturelle, culturelle et historique, mérite une représentation numérique à sa mesure. La mise en place d'un site de Destination dédié serait un pas décisif vers une promotion efficace et respectueuse de ce territoire d'exception. En offrant une plateforme complète, informative et engageante, la Baie de Somme pourrait renforcer son positionnement en tant que destination de choix pour les visiteurs en quête d'authenticité et de découvertes.

Quelques exemples inspirants de sites de destination

explore-grandest.com

Navigation :

Le site propose un système de navigation clair et concis, permettant aux utilisateurs d'explorer facilement les différentes destinations de la région Grand Est.

Attrait visuel :

Le site utilise des images visuellement attrayantes, mettant en valeur la beauté et les attractions de la région Grand Est. L'utilisation de photos de haute qualité, en particulier celles liées à des événements festifs, améliore l'expérience utilisateur globale.

Accessibilité du contenu :

Le contenu est présenté de manière structurée, avec des titres clairs et des liens vers des destinations et événements spécifiques, facilitant la recherche d'informations pertinentes par les utilisateurs.

Point Fort de la Destination – Lorraine :

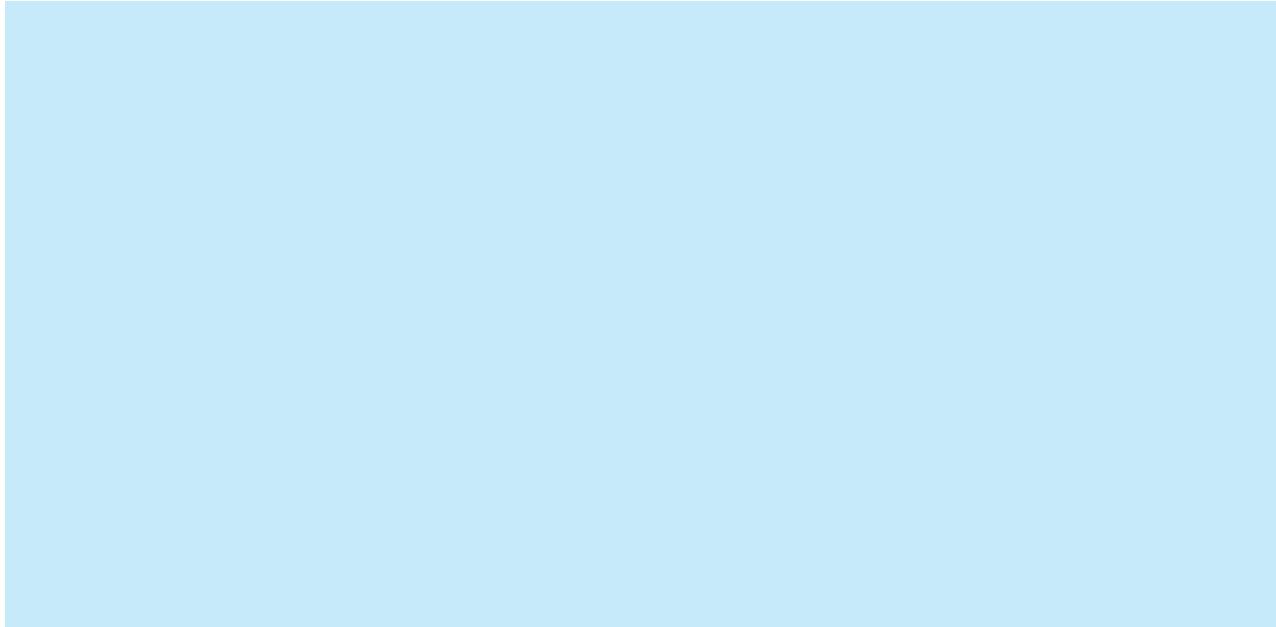
Le site met en avant la région de la Lorraine, la décrivant comme un lieu «chargé d'histoire» et soulignant son mélange culturel. La Lorraine est présentée comme une destination aux multiples facettes, offrant des expériences artistiques, festives et patrimoniales tout en restant profondément connectée à la nature. Découvrez la Lorraine

Événements Festifs :

Le site met en évidence les événements festifs de la région Grand Est, tels que : Noël à Reims Féérie de Noël à Metz Magie de Noël à Strasbourg. Ces événements sont présentés avec des images captivantes et des liens pour que les utilisateurs en découvrent davantage sur chaque événement.

En conclusion

Le site «Explorez Grand Est» offre une plateforme complète et conviviale pour les visiteurs souhaitant découvrir les attractions et événements de la région Grand Est. L'accent mis sur les événements festifs et la présentation détaillée de destinations comme la Lorraine mettent en valeur le riche patrimoine culturel et naturel de la région.



explore-grandest.com

Navigation :

Le site propose un système de navigation clair et concis, permettant aux utilisateurs d'explorer facilement les différentes destinations de la région Grand Est.

Attrait visuel :

Le site utilise des images visuellement attrayantes, mettant en valeur la beauté et les attractions de la région Grand Est. L'utilisation de photos de haute qualité, en particulier celles liées à des événements festifs, améliore l'expérience utilisateur globale.

Accessibilité du contenu :

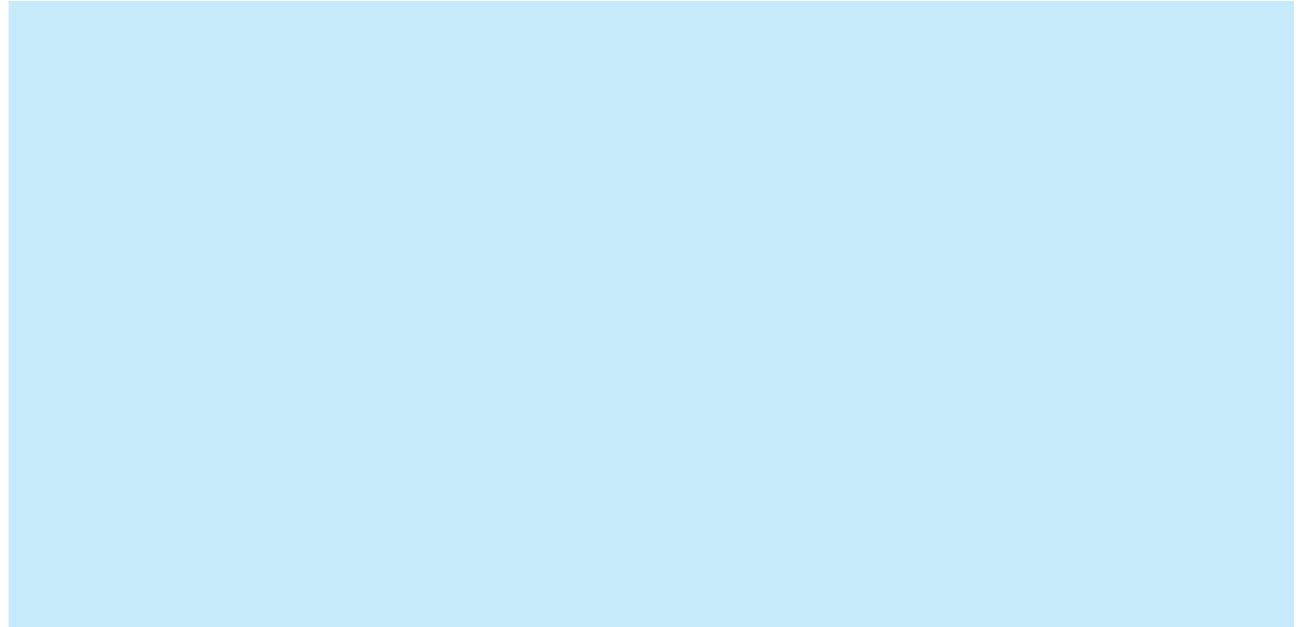
Le contenu est présenté de manière structurée, avec des titres clairs et des liens vers des destinations et événements spécifiques, facilitant la recherche d'informations pertinentes par les utilisateurs.

Point Fort de la Destination – Lorraine :

Le site met en avant la région de la Lorraine, la décrivant comme un lieu «chargé d'histoire» et soulignant son mélange culturel. La Lorraine est présentée comme une destination aux multiples facettes, offrant des expériences artistiques, festives et patrimoniales tout en restant profondément connectée à la nature. Découvrez la Lorraine

Événements Festifs :

Le site met en évidence les événements festifs de la région Grand Est, tels que : Noël à Reims Féérie de Noël à Metz Magie de Noël à Strasbourg. Ces événements sont présentés avec des images captivantes et des liens pour que les utilisateurs en découvrent davantage sur chaque événement.



explore-grandest.com

Navigation :

Le site propose un système de navigation clair et concis, permettant aux utilisateurs d'explorer facilement les différentes destinations de la région Grand Est.

Attrait visuel :

Le site utilise des images visuellement attrayantes, mettant en valeur la beauté et les attractions de la région Grand Est. L'utilisation de photos de haute qualité, en particulier celles liées à des événements festifs, améliore l'expérience utilisateur globale.

Accessibilité du contenu :

Le contenu est présenté de manière structurée, avec des titres clairs et des liens vers des destinations et événements spécifiques, facilitant la recherche d'informations pertinentes par les utilisateurs.

Point Fort de la Destination – Lorraine :

Le site met en avant la région de la Lorraine, la décrivant comme un lieu «chargé d'histoire» et soulignant son mélange culturel. La Lorraine est présentée comme une destination aux multiples facettes, offrant des expériences artistiques, festives et patrimoniales tout en restant profondément connectée à la nature. Découvrez la Lorraine

Événements Festifs :

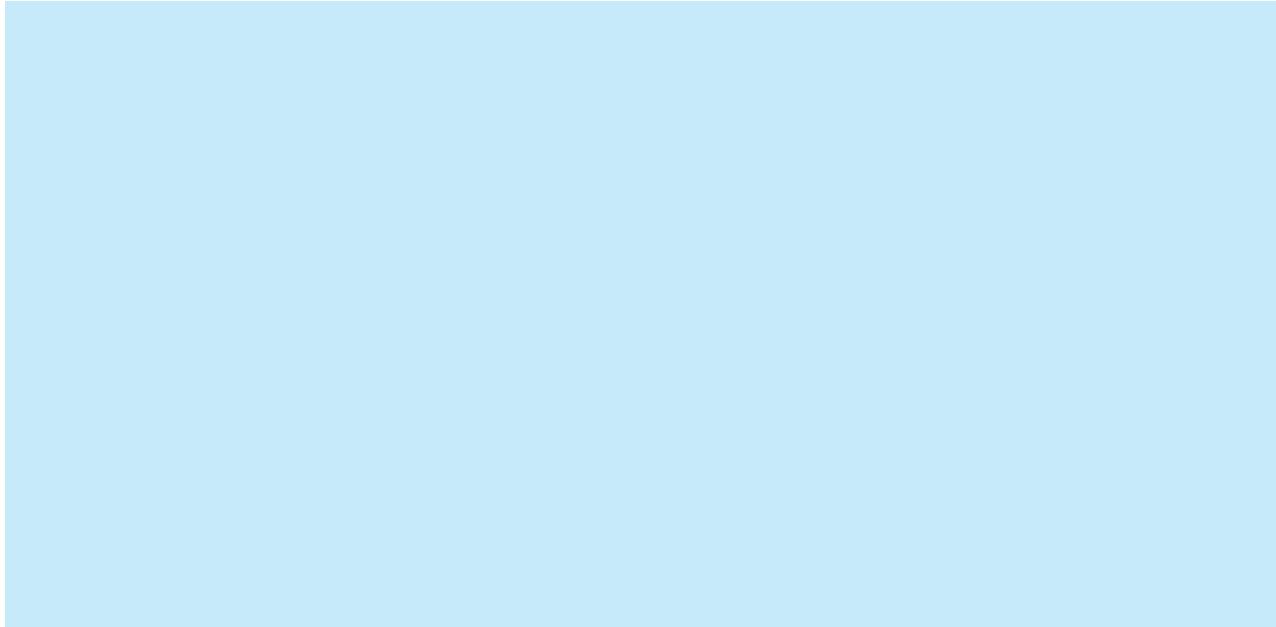
Le site met en évidence les événements festifs de la région Grand Est, tels que : Noël à Reims Féérie de Noël à Metz Magie de Noël à Strasbourg. Ces événements sont présentés avec des images captivantes et des liens pour que les utilisateurs en découvrent davantage sur chaque événement.

En conclusion

Le site «Explorez Grand Est» offre une plateforme complète et conviviale pour les visiteurs souhaitant découvrir les attractions et événements de la région Grand Est. L'accent mis sur les événements festifs et la présentation détaillée de destinations comme la Lorraine mettent en valeur le riche patrimoine culturel et naturel de la région.

En conclusion

Le site «Explorez Grand Est» offre une plateforme complète et conviviale pour les visiteurs souhaitant découvrir les attractions et événements de la région Grand Est. L'accent mis sur les événements festifs et la présentation détaillée de destinations comme la Lorraine mettent en valeur le riche patrimoine culturel et naturel de la région.



explore-grandest.com

Navigation :

Le site propose un système de navigation clair et concis, permettant aux utilisateurs d'explorer facilement les différentes destinations de la région Grand Est.

Attrait visuel :

Le site utilise des images visuellement attrayantes, mettant en valeur la beauté et les attractions de la région Grand Est. L'utilisation de photos de haute qualité, en particulier celles liées à des événements festifs, améliore l'expérience utilisateur globale.

Accessibilité du contenu :

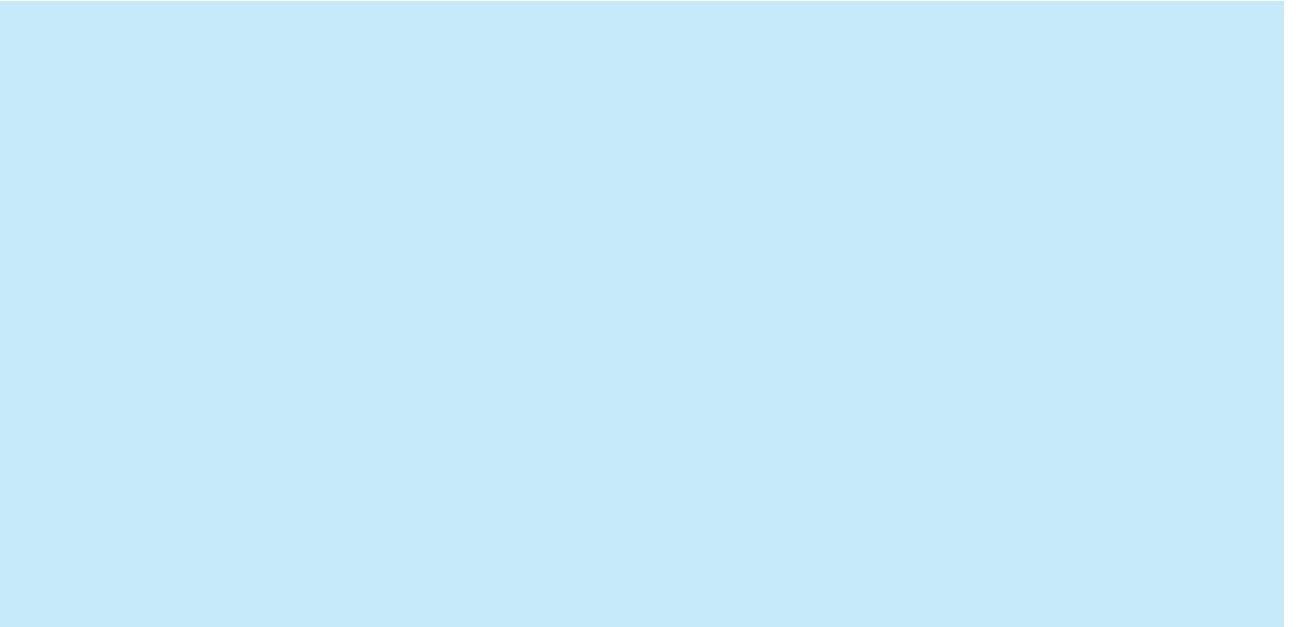
Le contenu est présenté de manière structurée, avec des titres clairs et des liens vers des destinations et événements spécifiques, facilitant la recherche d'informations pertinentes par les utilisateurs.

Point Fort de la Destination – Lorraine :

Le site met en avant la région de la Lorraine, la décrivant comme un lieu «chargé d'histoire» et soulignant son mélange culturel. La Lorraine est présentée comme une destination aux multiples facettes, offrant des expériences artistiques, festives et patrimoniales tout en restant profondément connectée à la nature. Découvrez la Lorraine

Événements Festifs :

Le site met en évidence les événements festifs de la région Grand Est, tels que : Noël à Reims Féérie de Noël à Metz Magie de Noël à Strasbourg. Ces événements sont présentés avec des images captivantes et des liens pour que les utilisateurs en découvrent davantage sur chaque événement.



explore-grandest.com

Navigation :

Le site propose un système de navigation clair et concis, permettant aux utilisateurs d'explorer facilement les différentes destinations de la région Grand Est.

Attrait visuel :

Le site utilise des images visuellement attrayantes, mettant en valeur la beauté et les attractions de la région Grand Est. L'utilisation de photos de haute qualité, en particulier celles liées à des événements festifs, améliore l'expérience utilisateur globale.

Accessibilité du contenu :

Le contenu est présenté de manière structurée, avec des titres clairs et des liens vers des destinations et événements spécifiques, facilitant la recherche d'informations pertinentes par les utilisateurs.

Point Fort de la Destination – Lorraine :

Le site met en avant la région de la Lorraine, la décrivant comme un lieu «chargé d'histoire» et soulignant son mélange culturel. La Lorraine est présentée comme une destination aux multiples facettes, offrant des expériences artistiques, festives et patrimoniales tout en restant profondément connectée à la nature. Découvrez la Lorraine

Événements Festifs :

Le site met en évidence les événements festifs de la région Grand Est, tels que : Noël à Reims Féérie de Noël à Metz Magie de Noël à Strasbourg. Ces événements sont présentés avec des images captivantes et des liens pour que les utilisateurs en découvrent davantage sur chaque événement.

En conclusion

Le site «Explorez Grand Est» offre une plateforme complète et conviviale pour les visiteurs souhaitant découvrir les attractions et événements de la région Grand Est. L'accent mis sur les événements festifs et la présentation détaillée de destinations comme la Lorraine mettent en valeur le riche patrimoine culturel et naturel de la région.

En conclusion

Le site «Explorez Grand Est» offre une plateforme complète et conviviale pour les visiteurs souhaitant découvrir les attractions et événements de la région Grand Est. L'accent mis sur les événements festifs et la présentation détaillée de destinations comme la Lorraine mettent en valeur le riche patrimoine culturel et naturel de la région.



PARTIE 8

| Proposition de scénarii

Scénario 1

Renforcement de la visibilité du site «Destination Baie de Somme» : Une stratégie de transition efficace

Riche de son patrimoine naturel et culturel, la Baie de Somme mérite une visibilité à la hauteur de ses atouts. Alors que nous envisageons le développement d'une nouvelle plateforme de destination dédiée, le site existant «Destination Baie de Somme» peut offrir une opportunité intéressante à exploiter.

Le Site «Destination Baie de Somme» : Une solution provisoire pertinente

➤ **Acteur de visibilité :** En attendant la mise en œuvre d'une plateforme de destination complète, «Destination Baie de Somme» existe déjà et jouit d'une certaine notoriété. Il peut servir de porte d'entrée transitoire pour le territoire.

➤ **Refonte nécessaire :** Bien qu'il soit plus axé sur le tourisme que sur la destination, le site a des qualités. Toutefois, une refonte s'impose pour l'aligner davantage avec les

attentes actuelles. Un CMS adapté facilitera la gestion du contenu, permettant une collaboration plus fluide avec les équipes en charge.

➤ **Gouvernance et synergie :** Sans un organisme dédié, le PNR Baie de Somme Picardie Maritime pourrait superviser le site. En collaboration avec un COPIL comprenant des représentants d'autres entités promouvant le territoire, cette transition favorisera une synergie entre tous les acteurs touristiques.

Renforcer sa visibilité : stratégies et actions

➤ **Stratégie SEO :** Pour que le site soit le premier point de contact pour les visiteurs potentiels, il est impératif de renforcer son référencement. En ciblant les requêtes liées au tourisme territorial, on s'assure une place dominante dans les résultats de recherche.

➤ **Accompagnement externe :** Une agence spécialisée apportera l'expertise nécessaire en SEO et en optimisation de site. En plus de cela, des formations spécifiques pour les agents renforceront leurs compétences en matière de rédaction et d'optimisation web.

Calendrier et budgets estimatifs

➤ **Planification :** La mise en place de ce projet nécessitera approximativement 10 mois. Cela comprend la création d'un cahier des charges, la consultation pour sa réalisation, l'étude, la mise en œuvre du marché et la réalisation technique.

➤ **Coûts estimés :** Une AMO devrait coûter entre 6 et 10 KE, tandis que le développement de la plateforme digitale coûterait entre 30 et 40 KE.

En conclusion

Face à un parterre de décideurs économiques, il est crucial de présenter des scénarios viables et réfléchis. Le renforcement de la visibilité du site «Destination Baie de Somme» en tant que porte d'entrée temporaire offre une solution pertinente. Cette démarche, bien que transitoire, jettera les bases solides nécessaires pour la future plateforme de destination dédiée. Le moment est venu d'investir dans notre territoire et de mettre en lumière la beauté et la richesse de la Baie de Somme.



Scénario 2

Création d'un site de destination : une ambition stratégique pour la baie de Somme

Le tourisme, en tant que moteur économique, nécessite une stratégie numérique solide pour mettre en valeur les atouts d'un territoire. Parmi les scénarios envisagés, la mise en œuvre d'un site de destination se démarque comme une proposition ambitieuse et structurante.

Une réponse ambitieuse à une stratégie renouvelée

- Avantages du site de destination : Plus qu'un simple site touristique, il offrirait une plateforme complète pour la promotion de l'ensemble du territoire, assurant une cohérence et une représentativité pour chaque zone.
- Mise en place d'un OGD : Pour réussir cette ambition, il est crucial de créer un Organisme de Gestion de Destination. Cet OGD aurait pour mission de promouvoir le territoire dans sa globalité.

Prise en compte de l'écosystème et synergies

- Intégration de l'existant : Le site devra s'harmoniser avec l'écosystème actuel, assurant ainsi des synergies avec les différents offices de tourisme et garantissant une représentativité équitable de chaque atout du territoire.
- Restructuration nécessaire : Il est probable que certains sites actuels devront être repensés, voire supprimés, pour éviter les doublons et garantir une visibilité optimale au nouveau site de destination.

Stratégie de communication globale

- Au-delà du digital : La réussite de ce projet ne repose pas uniquement sur le site. Une stratégie de communication sur les réseaux sociaux et autres canaux s'avère indispensable.
- Importance du SEO : La structure du site doit être pensée en fonction du référencement naturel. C'est pourquoi la stratégie de communication doit être définie en amont de la réalisation du cahier des charges, notamment pour intégrer le SEO dans l'UX design.

Calendrier, coûts et mise en œuvre

- Timing : La mise en place de cette initiative nécessitera environ 18 mois. Ce délai englobe la définition du besoin, l'organisation de l'appel d'offre, et le développement technique.
- Budgets prévisionnels : Les coûts sont estimés à 15-20 K€ pour l'AMO et entre 50 et 70 K€ pour le développement de la plateforme.

En conclusion

Opter pour la création d'un site de destination pour la baie de Somme est une démarche à la fois ambitieuse et nécessaire pour moderniser la stratégie touristique du territoire. Bien que l'investissement initial soit conséquent et que sa mise en œuvre requière des décisions politiques audacieuses, les retombées à moyen terme s'annoncent prometteuses pour l'ensemble de l'écosystème touristique.



Scénario 3

Maillage de l'information et optimisation collective : une stratégie de synergie pour la baie de Somme

Dans la quête d'une visibilité accrue pour le territoire de la baie de Somme, le maillage de l'information entre différents sites s'avère être une stratégie prometteuse. Ce troisième scénario propose une approche collaborative visant à renforcer le référencement de chaque entité tout en hiérarchisant les informations.

Fondements de la stratégie

- › **Optimisation collective :** En reliant les données et les informations de tous les sites, on renforce le référencement de chaque site tout en hiérarchisant les principales entrées.
- › **Mise à jour et normes techniques :** Cette stratégie nécessite une refonte technique et une mise à jour des standards pour tous les sites internet.
- › **Uniformité et formation :** Elle impose une harmonie dans la gestion des données, ainsi qu'une formation des équipes pour maintenir cette cohérence.

Mise en œuvre et accompagnement

- › **Agence spécialisée :** La complexité de cette démarche nécessite l'expertise d'une agence spécialisée, garantissant une mise en œuvre efficace et conforme.
- › **Structure de gouvernance :** Une entité, même minime, devra être instaurée pour servir de point de liaison entre les différents acteurs et assurer la coordination et la formation.

Défis à anticiper

- › **Conformité des sites :** Compte tenu de la diversité des prestataires et des pratiques de maintenance, il est crucial de définir et d'appliquer des normes uniformes à tous les sites.
- › **Formation des équipes :** Le temps nécessaire à la formation, malgré les contraintes calendaires des équipes, sera essentiel pour la réussite de cette stratégie.
- › **Suivi SEO et résultats :** Une fois l'accompagnement SEO déployé, il est essentiel de surveiller l'évolution des résultats, même si l'effet immédiat ne sera pas garanti. Il faudra un suivi rigoureux des rapports d'audience et de visibilité pour justifier les investissements.

Considérations financières

- › **Budget de formation :** Les coûts de formation sont estimés entre 2 K€ et 4 K€ par agent.
- › **Agence SEO - Conception :** La conception de la stratégie par l'agence SEO est estimée entre 10 et 15 K€.
- › **Agence SEO - Déploiement :** Le déploiement de la stratégie SEO commune et les actions techniques sur les sites coûteront environ 100 K€ par an.

En conclusion

La stratégie de maillage de l'information offre une avenue prometteuse pour renforcer la présence numérique de la baie de Somme. Bien que cette démarche présente des défis importants, elle ouvre la voie à une synergie renforcée entre les différents acteurs du territoire. Il est essentiel de peser judicieusement les avantages potentiels face aux investissements nécessaires pour sa réalisation.



2023