

Paris, Janvier 2014

BRIEFE

CREATION D'UN SITE INTERNET GRAND PUBLIC EN FAVEUR DES HUÎTRES

« *www.huitre.com* »

I - PRESENTATION DU CNC

Le C.N.C., Comité National de la Conchyliculture, est l'organisme représentatif des producteurs, distributeurs et transformateurs des coquillages d'élevage en France.

Il coordonne les actions des 7 Comités Régionaux de la Conchyliculture présents dans chaque bassin de production.

Parmi les missions du C.N.C. sont listées, entre autre :

- la représentation et la promotion des intérêts généraux de ces activités ;
- la promotion des produits issus de la conchyliculture ;
- l'amélioration de la connaissance du secteur conchylicole et favoriser l'adaptation quantitative et qualitative de l'offre à la demande des produits conchylicoles.

La conchyliculture et les cultures marines constituent un pilier de l'aquaculture européenne et française et elles sont une composante essentielle de la vie économique et sociale des territoires littoraux.

Elles sont pratiquées sur les domaines marins, publics et privés, ainsi que dans la partie des fleuves, rivières, étangs et canaux où les eaux sont salées.

Elles consistent en des activités d'exploitation du cycle biologique d'espèces marines), végétales (algues et microalgues) ou animales (mollusques bivalves, gastéropodes, tuniciers, échinodermes, crustacés...), comprenant différentes étapes dont notamment, le captage, l'élevage, l'affinage, la finition, la purification et le reparcage, l'entreposage, le conditionnement, l'expédition ou la première mise en marché des produits.

La France est le cinquième producteur mondial et le 1^{er} producteur Européen d'huîtres d'élevage.

II – LE CONTEXTE

La filière ostréicole connaît des difficultés de production depuis 5 ans. Les ostréiculteurs subissent des pertes dues à des mortalités qui amputent les stocks disponibles mais qui n'ont aucune conséquence pour la sécurité des produits mis sur le marché pour la consommation. La production d'huîtres françaises est passée de 130 000 tonnes avant 2008 à un peu plus de 100 000 tonnes aujourd'hui.

Les effets de ce phénomène sont multiples et 3 grands types de conséquences se dégagent quant à la perception des consommateurs et du public :

- Les huîtres sont moins présentes sur les étals aux yeux des consommateurs, elles tendent à devenir un produit haut de gamme.
- La communication autour de la situation ostréicole évoque depuis 5 ans des difficultés et elle est de nature à porter atteinte à l'image du produit.
- Les huîtres ne sont pas suffisamment connues et les amateurs sont demandeurs d'informations.

II - LE PROJET

Pour soutenir la filière, le CNC porte une action de communication en 2014 qui comporte plusieurs volets dont un des outils est la création d'un site internet grand public.

En effet, à ce jour, la filière ne dispose d'aucune interface directe entre la filière ostréicole et les consommateurs de façon nationale.

Le CNC souhaite disposer d'une interface permettant de communiquer directement avec le grand public.

Le site est destiné à informer le consommateur sur le produit et sa production. Son objectif est de donner envie aux internautes de consommer des huîtres (par l'intermédiaire notamment de visuels de produits, de conseils, d'astuces).

Les principaux objectifs du site sont :

- d'être présent sur le web
- d'informer le grand public
- de communiquer de façon positive
- d'être prêt à communiquer au moment de la période estivale. Le site internet doit être orienté vers une consommation toute l'année et pas uniquement sur la période de fin d'année.

A- Le site Internet

Le site Internet est destiné à une cible grand public, il devra répondre aux critères suivants :

- Etre séduisant et « appétissant »
- Etre pratique / ergonomique
- Etre convivial
- Etre informatif
- Etre « illustratif » (composé en grande partie d'images, de photos, de vidéos, d'animations...)

Il devra s'ancrer dans des concepts de naturalité, de qualité, de plaisir et de diversité relatifs aux produits ostréicoles.

Ce site aura pour objet de présenter les huîtres d'élevage d'une façon complète en abordant les aspects suivants de façon détaillée :

- produits (variété de produits)
- pratiques (conseils de consommation : choix, ouverture, préparation)

- gastronomiques (recettes, qualités nutritionnelles),
- géographiques (lieux de production),
- techniques (modes d'élevage),
- événementiels (principaux événements dans l'année : salons, championnats)
- ludiques

et de façon plus succincte, les aspects :

- physiologiques, biologiques,
- professionnels (présentation des métiers),
- historiques,
- économiques et réglementaires.

Le site internet devra disposer d'une version française et anglaise.

B- Les mentions spéciales

Le site internet devra contenir le logo du CNC ainsi que les logos de l'Europe : « L'Europe s'engage avec le FEP » et de FranceAgriMer.

Des liens vers le site internet institutionnel du CNC et les sites des Comités Régionaux devront être intégrés.

C - L'existant

Le CNC dispose actuellement d'un site internet institutionnel : www.cnc-france.com comportant les informations concernant l'ensemble de la filière.

Il dispose également d'un site Internet grand public concernant plus spécifiquement les moules de bouchot : www.moulesdebouchot.fr.

Le prestataire devra tenir compte des sites existants et assurer une cohérence d'un point de vue graphique et d'orientation des messages.

Exemples de sites internet grand public existant au sein de la filière :

- <http://www.huitres-normandie.com/accueil-general>
- <http://www.huitre-vendee-atlantique.fr/>
- <http://huitrescharentemaritime.com/>
- <http://www.huitresmarenesoleron.info/accueil.html>
- <http://huitres-arcachon-capferret.fr/>

Exemples de sites internet institutionnels existant au sein de la filière :

- <http://www.coquillages-de-bretagne.com/catalog/index.php>
- <http://www.huitres-de-bretagne.com/>
- <http://www.srcm.fr/>

Des études d'image et de perception des huîtres par les consommateurs ont été réalisées en 2009 et en 2013 et sont disponibles sur demande :

- Etude LH2
- Etude Cospirit & Marketing Seafood

D – Le Délai

Le site devra être opérationnel au plus tard au 1er juin 2014.

E – Le Budget

Le budget alloué à la création du Site Internet grand Public est de 8 000 € TTC.

III - ELEMENTS TECHNIQUES / DEVELOPPEMENT

A – Technologie

Les éléments suivants devront être précisés :

- La technologie sur laquelle sera basé le site (le CMS doit être libre de droit)
- La technologie client / serveur
- L'endroit où sera déployé le site
- Le langage utilisé (Java, CMIS, PHP...)
- Les bases de données utilisées
- Le type de serveur utilisé
- La méthode de stockage utilisée
- L'hébergement du site Internet
- Le référencement du site
- L'accès en ligne aux statistiques de fréquentation du site

B - Interface de mise à jour autonome

Le site Internet doit pouvoir être alimenté et mis à jour quotidiennement par le CNC de façon autonome (sans avoir à passer par le prestataire). Pour cela, une interface simple et pratique doit être prévue dans ce sens.

L'interface de mise à jour devra être accessible par l'ensemble des postes informatiques du CNC.

C - Outils

- Moteur de recherche interne au site
- Bulletin d'inscription simplifié en ligne
- Intégration d'une page localisation sur la base d'une carte « Google map ».

D - Noms de domaine

Le nom de domaine est déjà réservé par le C.N.C. pour ce site : www.huître.com

Le prestataire devra se charger du transfert du nom de domaine auprès de l'hébergeur du site.

IV - LES ROLES

A - Rôle du CNC (COFIL)

- valider les phases de choix (graphisme, ergonomie, contenus),
- veiller au respect du cahier des charges,
- veiller au respect des délais,
- fournir les contenus de base (textes, plaquettes, logos, images, photos).

B - Rôle du prestataire

- concevoir et réaliser le site internet
- proposer un planning de réalisation en accord avec le client,
- retravailler/ reformuler les textes
- intégrer les textes et visuels validés avec le COFIL du CNC
- respecter les délais,
- formation du « back office » permettant la mise à jour du site internet par le CNC
- réaliser l'assistance et la maintenance en cas de problème sur le site.

VI - LIVRABLES ATTENDUS

Les pièces à livrer par le prestataire internet pendant et après la réalisation du site sont les suivantes :

- planning de réalisation avec un engagement sur la date de mise en ligne,
- arborescence détaillée du site,
- fichiers informatiques source (pages HTML, graphismes, bases de données, programmes...)
- documents décrivant le site, son fonctionnement et son hébergement,
- version des navigateurs compatibles,
- preuves des déclarations (récépissé CNIL, copies d'écrans des déclarations annuaires et moteurs),
- identifiant et mot de passe pour accéder au serveur.

Le site devra être livré en versions française et anglaise.

Tous ces livrables sont demandés en supplément sur CD-Rom.

VII - PROPRIETES ET DROITS

Le CNC acquiert la propriété totale de l'ensemble du site Internet, des images, des graphismes, des icônes et autres contenus créés pour le site.

VIII – CHOIX DU PRESTATAIRE

Il est demandé, aux prestataires pressentis, ses références en ce qui concerne la création de site internet.

Il est également demandé au prestataire de présenter une proposition visuelle simplifiée du site à créer (ou exemple de sites internet existants pouvant orienter la réalisation).

La sélection du prestataire s'effectuera sur les points suivants :

- Le rapport qualité/prix
- La créativité de la proposition
- La compétence technique