



*Marché de services à procédure adaptée  
(article 28 du Code des marchés publics)*

**CREATION, MAINTENANCE ET REFERENCEMENT  
D'UN SITE INTERNET SUR LES FILIERES ALIMENTAIRES  
DE PROXIMITE EN PAYS DE BREST**

**Règlement de la consultation  
Cahier des charges**

Date et heure limite de remise des offres :  
Jeudi 11 septembre 2014 à 12 heures



# SOMMAIRE

<b>1. OBJET DU MARCHÉ.....</b>	<b>5</b>
<b>2. ORGANISATION DE LA CONSULTATION .....</b>	<b>5</b>
2.1. MODE DE PASSATION DU MARCHÉ .....	5
2.2. CALENDRIER ET FORMAT DES OFFRES .....	5
2.3. CRITERES DE SELECTION.....	5
2.4. RENSEIGNEMENTS TECHNIQUES .....	5
<b>3. PRESENTATION DES OFFRES .....</b>	<b>6</b>
3.1. JUSTIFICATIFS A PRODUIRE .....	6
3.2. PIECES CONSTITUTIVES DU PROJET DE MARCHÉ .....	6
<b>4. MODALITES DE PAIEMENT DU MARCHÉ .....</b>	<b>7</b>
<b>5. PRESENTATION DU PROJET .....</b>	<b>8</b>
5.1. CONTEXTE GENERAL .....	8
5.1.1. Le Pays de Brest : un bassin de vie de 400 000 habitants .....	8
5.1.2. Un plan d’actions partagé de valorisation des filières alimentaires de proximité.....	9
5.2. PROJET DE SITE INTERNET .....	10
5.2.1. Un site web sur les filières alimentaires de proximité en Pays de Brest.....	10
5.2.2. Une charte d’engagement pour encadrer le dispositif web .....	10
5.2.3. Des enquêtes réalisées auprès des acteurs en circuits courts .....	10
5.3. MAITRE D’OUVRAGE ET PARTENAIRES .....	11
5.3.1. Le maître d’ouvrage.....	11
5.3.2. Les partenaires .....	11
<b>6. CONTENU DE LA PRESTATION.....</b>	<b>12</b>
6.1. PRESENTATION GENERALE DES BESOINS .....	12
6.1.1. Un site de référence sur les produits locaux commercialisés en circuits courts.....	12
6.1.2. Un site animé avec les acteurs des filières alimentaires de proximité .....	12

6.1.3.	Un contenu éditorial pour promouvoir produits et circuits de commercialisation .....	13
6.1.4.	Des synergies à construire avec la destination touristique Brest terres océanes.....	13
<b>6.2.</b>	<b>FONCTIONNALITES SOUHAITEES .....</b>	<b>14</b>
<b>6.3.</b>	<b>WEBDESIGN ET ERGONOMIE.....</b>	<b>18</b>
<b>6.4.</b>	<b>RESPECT DES STANDARDS DU WEB .....</b>	<b>18</b>
6.4.1.	Optimisation du référencement naturel .....	18
6.4.2.	Compatibilité des navigateurs.....	18
6.4.3.	Respect des normes d'accessibilité .....	18
6.4.4.	Performances d'affichage et approche multi-supports .....	19
<b>6.5.</b>	<b>FORMATION ET DOCUMENTATION .....</b>	<b>19</b>
<b>6.6.</b>	<b>HEBERGEMENT ET INFOGERANCE .....</b>	<b>19</b>
6.6.1.	Noms de domaine .....	19
6.6.2.	Hébergement.....	19
6.6.3.	Mise en ligne .....	19
<b>6.7.</b>	<b>RECETTE, GARANTIE ET MAINTENANCE .....</b>	<b>20</b>
6.7.1.	Recette fonctionnelle .....	20
6.7.2.	Garantie de la prestation.....	20
6.7.3.	Contrat d'assistance technique .....	20
6.7.4.	Evolutions fonctionnelles .....	20
<b>6.8.</b>	<b>ASPECTS JURIDIQUES.....</b>	<b>21</b>
6.8.1.	Obligations légales.....	21
6.8.2.	Propriété intellectuelle.....	21
<b>7.</b>	<b>MISE EN ŒUVRE DU PROJET.....</b>	<b>22</b>
7.1.	CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT .....	22
7.2.	GESTION ET CALENDRIER DU PROJET.....	22
<b>8.</b>	<b>ANNEXES TECHNIQUES.....</b>	<b>23</b>
	ANNEXE 1 : PROJET DE CHARTE D'ENGAGEMENT.....	24
	ANNEXE 2 : SYNTHÈSE DE L'ENQUÊTE AUPRES DES PRODUCTEURS.....	27
	ANNEXE 3 : CRITERES DE RECHERCHE PAR PRODUIT / FILIERE / TERRITOIRE .....	31
	ANNEXE 4 : CHARTE GRAPHIQUE DE BREST TERRES OCEANES .....	33
	ANNEXE 5 : QUELQUES SITES QUI NOUS INSPIRENT .....	35

## 1. OBJET DU MARCHÉ

La présente consultation porte sur la création, la maintenance et le référencement d'un site internet sur les filières alimentaires de proximité en Pays de Brest.

## 2. ORGANISATION DE LA CONSULTATION

### 2.1. MODE DE PASSATION DU MARCHÉ

Le présent marché est passé selon la procédure adaptée en application de l'article 28 du Code des Marchés Publics.

### 2.2. CALENDRIER ET FORMAT DES OFFRES

La date limite de réception des offres est fixée au jeudi 11 septembre 2014 à 12 heures à l'adresse postale suivante :

M. le Président du Pôle métropolitain du Pays de Brest  
9, rue Duquesne  
BP 61321  
29213 BREST CEDEX 1

Tous les documents seront transmis en format papier à l'adresse indiquée ci-dessus et sur CD-Rom.

### 2.3. CRITERES DE SELECTION

Les critères retenus pour le jugement des offres sont pondérés de la manière suivante :

- Coût : 40%
- Valeur technique : 60%

### 2.4. RENSEIGNEMENTS TECHNIQUES

Pour obtenir tout renseignement complémentaire, les candidats devront faire parvenir une demande écrite par mail à Erwan BUREL, chargé de mission au pôle métropolitain du Pays de Brest :  
[erwan.burel@pays-de-brest.fr](mailto:erwan.burel@pays-de-brest.fr)

## 3. PRESENTATION DES OFFRES

Chaque candidat devra produire un dossier complet contenant les pièces suivantes, dûment datées et signées par ses soins.

### 3.1. JUSTIFICATIFS A PRODUIRE

Il est recommandé aux candidats de privilégier l'utilisation des formulaires DC1 (lettre de candidature) et DC2 (déclaration du candidat individuel pour présenter leur candidature). Ces documents sont disponibles gratuitement sur le site : [www.economie.gouv.fr/daj/formulaires-declaration-candidat](http://www.economie.gouv.fr/daj/formulaires-declaration-candidat)

Ces formulaires contiendront les éléments indiqués ci-dessous :

- Les renseignements concernant la situation juridique de l'entreprise tels que prévus à l'article 44 du Code des Marchés publics :
  - Copie du ou des jugements prononcés, si le candidat est en redressement judiciaire ;
  - Déclaration sur l'honneur pour justifier que le candidat n'entre dans aucun des cas mentionnés à l'article 43 du Code des Marchés publics ;
  - Renseignements sur le respect de l'obligation d'emploi mentionné à l'article L. 5212-1 à 4 du Code du Travail.
- Les renseignements concernant la capacité économique et financière de l'entreprise tels que prévus à l'article 45 du Code des Marchés publics :
  - Déclaration concernant le chiffre d'affaires global et le chiffre d'affaires concernant les services, travaux objet du marché, réalisés au cours des trois derniers exercices disponibles.
- Les renseignements concernant les références professionnelles et la capacité technique de l'entreprise tels que prévus à l'article 45 du Code des Marchés publics :
  - Composition de l'équipe et CV des intervenants ;
  - Références de moins de 5 ans pour des projets similaires : le candidat joindra à sa candidature des exemples de publications réalisés par lui-même.

### 3.2. PIECES CONSTITUTIVES DU PROJET DE MARCHE

Le projet de marché transmis par le candidat contiendra :

- L'acte d'engagement
- Un mémoire technique comprenant :
  - Le document général de la consultation, accepté sans aucune modification, paraphé, daté et signé par les(s) représentant(s) qualifié(s) du prestataire ;
  - La société et ses références (en particulier celles proches des besoins exprimés) ;
  - L'équipe et les compétences qui seront mobilisées sur le projet ;
  - La méthodologie détaillée proposée et les modalités d'échanges et de validation avec le maître d'ouvrage à chaque étape clé afin notamment de limiter « l'effet tunnel » ;
  - Le planning de réalisation en positionnant dans le temps les principaux jalons du projet et en précisant les différents livrables ou validations à chaque étape du projet.

- Une offre de prix détaillée par poste de prestation en distinguant :
  - La conception et le développement du site, hors options ;
  - Les options du site, présentées en priorité 2 dans les fonctionnalités souhaitées ;
  - La formation de l'administrateur et des partenaires pour l'animation du site ;
  - Le contrat d'hébergement pour une durée de 12 mois ;
  - Le contrat d'assistance technique pour une durée de 12 mois après garantie ;
  - Un coût journée indicatif pour les prestations liées aux évolutions fonctionnelles.

Remarque : s'il fait appel à un tiers pour l'exécution d'une partie du marché, le prestataire devra le préciser, sans que cela le dégage d'une quelconque responsabilité dans la bonne conduite du marché.

## 4. MODALITES DE PAIEMENT DU MARCHE

Le paiement de la prestation s'effectuera par mandat administratif, après admission de la prestation dans un délai de 30 jours à compter de la date de réception de la facture.

## 5. PRESENTATION DU PROJET

### 5.1. CONTEXTE GENERAL

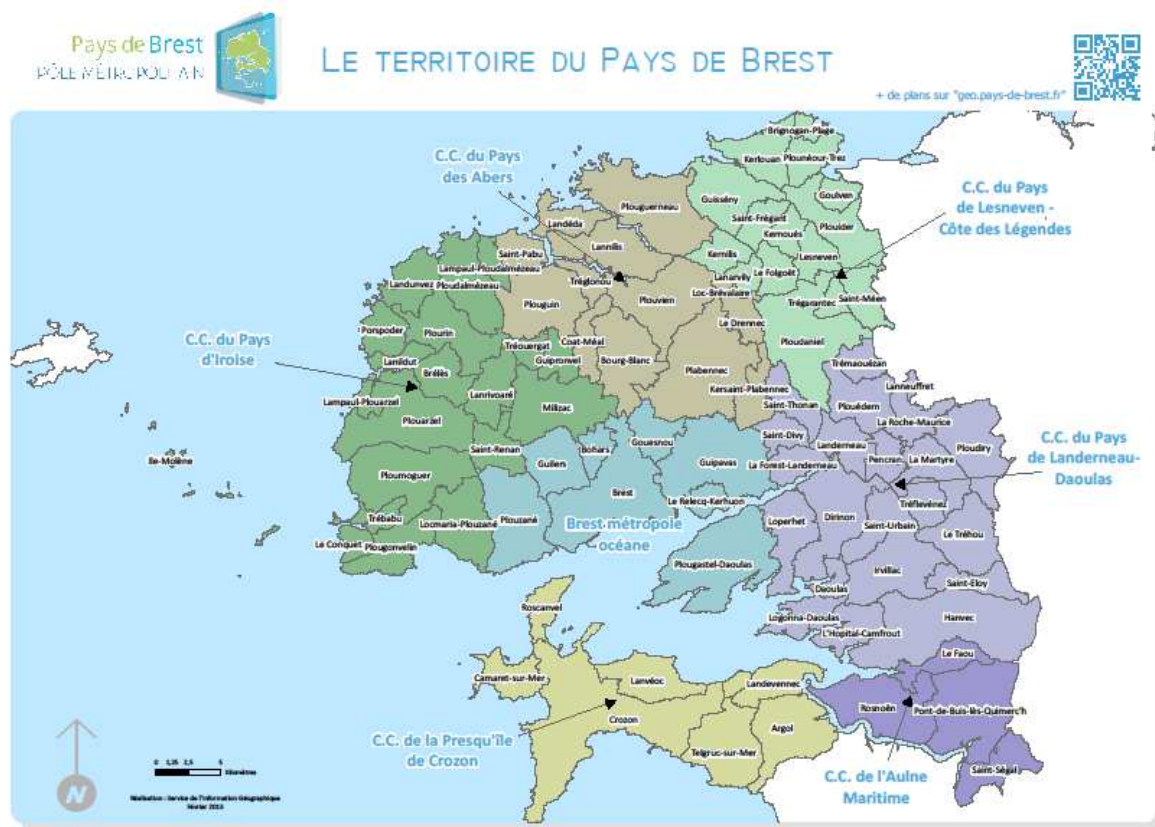
#### 5.1.1. Le Pays de Brest : un bassin de vie de 400 000 habitants

Depuis plus de 10 ans, les communautés du Pays de Brest développent entre elles des liens de solidarité et de coopération. Le renforcement de ces coopérations s'est traduit par la création du pôle métropolitain du Pays de Brest en mars 2012.

Le pôle métropolitain a vocation à articuler les politiques conduites localement et à contribuer à un développement régional équilibré et solidaire ; il permet également d'afficher vis-à-vis des acteurs et partenaires départementaux, régionaux et nationaux, la réalité d'un bassin de vie et d'emploi dynamique de 400 000 habitants.

Le pôle métropolitain du Pays de Brest réunit sept communautés composées de 89 communes :

- Brest métropole océane ;
- Communauté de communes du Pays d'Iroise ;
- Communauté de communes du Pays des Abers ;
- Communauté de communes de la presqu'île de Crozon ;
- Communauté de communes du Pays de Lesneven-Côte des Légendes ;
- Communauté de communes du Pays de Landerneau-Daoulas ;
- Communauté de communes de l'Aulne maritime.





### 5.1.2. Un plan d'actions partagé de valorisation des filières alimentaires de proximité

Pour de plus en plus de producteurs, les circuits courts sont l'opportunité de mieux maîtriser la commercialisation de leur production et d'en conserver la valeur ajoutée, tout en retrouvant une relation plus directe avec leurs clients. Avec des consommateurs en quête de qualité et de proximité, les filières alimentaires de proximité constituent un marché à fort potentiel de développement.

Dans ce contexte porteur, le Pays de Brest avec son bassin de vie de 400 000 habitants apparaît comme un territoire particulièrement pertinent pour rapprocher l'offre et la demande en produits alimentaires commercialisés en circuits courts sur le territoire. C'est pourquoi le pôle métropolitain du Pays de Brest et ses partenaires mettent en œuvre un plan d'actions pour développer et promouvoir les filières alimentaires de proximité du Pays de Brest, auprès des habitants et des visiteurs.

#### Définition des circuits courts

La notion de circuit court s'entend par la commercialisation sur le territoire du Pays de Brest, en vente directe du producteur au consommateur ou via un intermédiaire au maximum, de produits issus des exploitations agricoles, de la pêche et de l'aquaculture en Pays de Brest :

- **La vente directe du producteur au consommateur** comprend la vente à la ferme (au détail, en paniers ou en caissettes), la vente sur les marchés, la vente sur internet, les points de vente collectifs, la vente en AMAP ou collectifs de consommateurs ;
- **La commercialisation de produits locaux via un intermédiaire** s'appuie sur les acteurs de la restauration, du commerce et de l'artisanat de bouche.

### Plan d'actions 2013-2015

<b>OBJECTIF 1</b> <b>STRUCTURER ET DYNAMISER LES FILIERES ALIMENTAIRES DE PROXIMITE</b>	<b>OBJECTIF 2</b> <b>DEVELOPPER L'OFFRE DE PRODUITS BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE</b>	<b>OBJECTIF 3</b> <b>SENSIBILISER LE GRAND PUBLIC AUX FILIERES ALIMENTAIRES DE PROXIMITE</b>	<b>OBJECTIF 4</b> <b>ETUDIER LES PERSPECTIVES D'INSTALLATION D'AGRICULTEURS EN ESPACE LITTORAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Qualifier l'offre des producteurs</li><li>• Qualifier les besoins des artisans et commerçants</li><li>• Dynamiques collectives : forum de mise en relation producteurs-intermédiaires, appui aux magasins spécialisés en bio</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informer-sensibiliser les collectivités</li><li>• Etudier la faisabilité des projets des collectivités</li><li>• Accompagner collectivités et producteurs dans la mise en œuvre des projets</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Créer un site web et développer ses contenus dans la durée</li><li>• Promouvoir ce site auprès du grand public</li><li>• Organiser un événement fédérateur et convivial sur l'agriculture et l'alimentation</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proposer des solutions pour favoriser l'installation, face aux problématiques foncières, parcellaires, environnementales ou liées à la loi Littoral</li></ul>

## 5.2. PROJET DE SITE INTERNET

### 5.2.1. Un site web sur les filières alimentaires de proximité en Pays de Brest

Un des objectifs de ce plan d'actions est de sensibiliser les habitants et visiteurs du Pays de Brest aux filières alimentaires de proximité du territoire. Dans ce cadre, le pôle métropolitain et ses partenaires souhaitent créer un site internet pour faciliter l'accès à l'information sur les produits issus des exploitations agricoles, de la pêche et de l'aquaculture en Pays de Brest et commercialisés en circuits courts sur le territoire du Pays de Brest.

La vocation de ce site sur les filières alimentaires de proximité est double :

- En priorité il s'agit d'informer sur les produits locaux et leurs circuits de commercialisation en vente directe du producteur au consommateur ou via un intermédiaire ;
- En second lieu, il s'agit de valoriser l'image des différentes filières alimentaires de proximité en mettant en avant des « ambassadeurs » de ces produits locaux, producteurs ou intermédiaires.

Les cibles de ce site sont les suivantes :

- Les habitants du territoire et à proximité : avec un bassin de vie de 400 000 habitants qui offre des conditions favorables au déploiement d'un site et un intérêt grandissant de la part des consommateurs pour la qualité, la proximité et le respect de la saisonnalité des produits ;
- Les visiteurs de la destination touristique : gastronomie, terroir et tradition culinaire étant désormais des facteurs majeurs d'attractivité touristique ; avec Brest terres océanes, une destination touristique en construction qui compte 117 000 lits touristiques, 17 000 résidences secondaires, 607 000 nuitées en hôtellerie et 421 000 en camping ;
- Les acteurs des filières eux-mêmes : avec un site qui leur permettra d'afficher leur engagement d'entreprise locale en circuits courts et de bénéficier d'une visibilité commerciale accrue et de la notoriété cumulée des acteurs engagés dans la démarche.

### 5.2.2. Une charte d'engagement pour encadrer le dispositif web

Une charte d'engagement définira les conditions à remplir par les acteurs des filières alimentaires de proximité en Pays de Brest pour pouvoir être présents sur le site internet et bénéficier de cette démarche de promotion et d'appui à la commercialisation.

Les acteurs des filières alimentaires de proximité en Pays de Brest qui souhaitent être présents sur ce site devront ainsi respecter plusieurs critères et engagements, notamment celui de mettre à jour leurs contenus sur le site sur un espace qui leur sera dédié (cf. §2.1.2).

Important : la charte d'engagement doit également permettre d'afficher une traçabilité des produits locaux, depuis la production jusqu'à la commercialisation ; la charte est articulée autour des producteurs : pour pouvoir être présents sur le site, les intermédiaires devront au préalable attester de relations commerciales durables avec au moins un producteur présent sur le site.

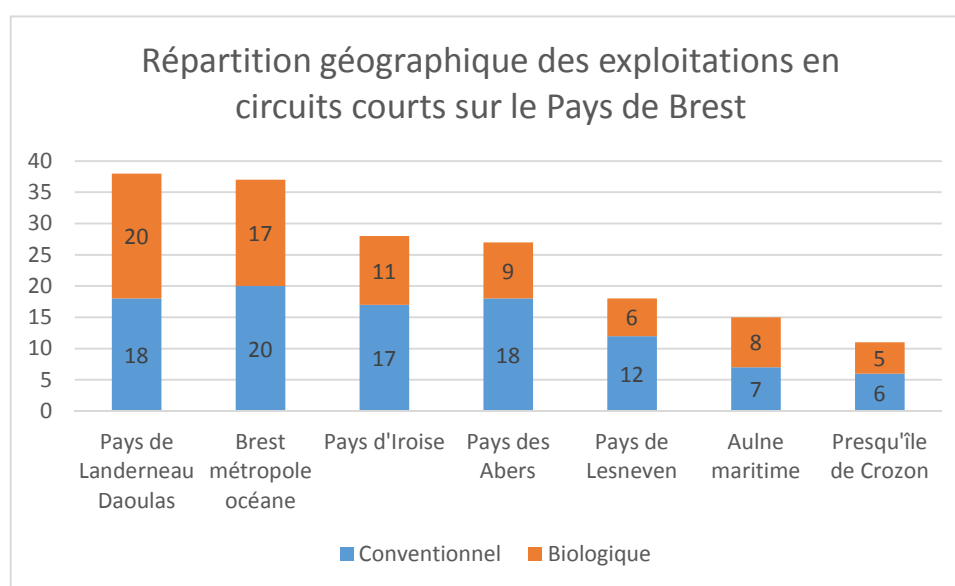
➤ Cf. annexe 1 – Projet de charte d'engagement

### 5.2.3. Des enquêtes réalisées auprès des acteurs en circuits courts

La Chambre d'agriculture 29 et la Maison de la Bio du Finistère ont réalisé en 2013 une enquête auprès des exploitants professionnels en circuits courts qui a permis d'établir un inventaire précis des exploitations ayant une activité en circuits courts et de constituer une base de données mutualisée à l'échelle du Pays de Brest.

Les principaux résultats de cette enquête sont les suivants :

- 172 exploitations réalisant une activité en circuits courts ont été recensées sur le Pays de Brest, représentant 9% des exploitations du territoire ;
- 76 de ces exploitations sont en agriculture biologique, soit 44% des exploitations en circuits courts sur le Pays de Brest ;
- 57% de ces exploitations réalisent plus de 75% de leur chiffre d'affaires en circuits courts ;
- 58% de ces exploitations transforment leurs produits, soit dans leur propre atelier ou en prestation ;
- En moyenne ces exploitations commercialisent leurs produits dans 3 circuits différents, la vente à la ferme et les marchés étant les deux modes les plus représentés ; suivent les intermédiaires artisans, commerçants, restaurants et GMS ;
- Un quart des exploitations cherchent de nouveaux débouchés pour commercialiser leurs produits ;
- Un quart seulement des exploitations ont un site internet (39% sont sur d'autres sites).



➤ *Cf. annexe 2 – Synthèse de l'enquête auprès des producteurs*

## 5.3. MAÎTRE D'OUVRAGE ET PARTENAIRES

### 5.3.1. Le maître d'ouvrage

Le maître d'ouvrage du projet est le pôle métropolitain du Pays de Brest. Dans ce cadre, le pôle métropolitain sera l'interlocuteur principal du prestataire retenu dans le cadre du présent marché et veillera à associer étroitement les partenaires au cours des différentes étapes de ce projet.

### 5.3.2. Les partenaires

Les partenaires suivants sont associés à l'élaboration et la mise en œuvre du programme d'actions sur les filières alimentaires de proximité en Pays de Brest :

- Région Bretagne
- Chambre d'agriculture 29
- Maison de la Bio du Finistère
- Parc naturel régional d'Armorique
- Chambre de métiers et de l'artisanat 29
- CCI de Brest
- Communautés du Pays de Brest
  - Brest métropole océane
  - Pays d'Iroise
  - Pays des Abers
  - Pays de Lesneven-Côte des légendes
  - Pays de Landerneau Daoulas
  - Aulne Maritime
  - Presqu'île de Crozon

## 6. CONTENU DE LA PRESTATION

### 6.1. PRESENTATION GENERALE DES BESOINS

#### 6.1.1. Un site de référence sur les produits locaux commercialisés en circuits courts

A ce jour il n'existe pas de solution en ligne orientée grand public pour accéder à une information à l'échelle du bassin de vie du Pays de Brest sur les produits commercialisés en circuits courts issus des exploitations agricoles, de la pêche ou de l'aquaculture.

Dans ce contexte, l'ambition est de créer, pour les habitants et les visiteurs du Pays de Brest, un site de référence sur les produits locaux et leurs circuits de commercialisation en vente directe du producteur au consommateur ou via un intermédiaire au maximum.

Sur ce site, l'internaute devra pouvoir depuis la page d'accueil rechercher des informations telles que :

- Les légumes frais commercialisés en circuits courts (recherche par produit) ;
- Les producteurs qui commercialisent des produits à proximité (recherche par filière) ;
- Tous les circuits de commercialisation sur la presqu'île de Crozon (recherche par territoire) ;
- Les commerçants qui vendent des produits laitiers au Pays des Abers (recherche croisée par produit, filière et territoire).

➤ *Cf. annexe 3 – Critères de recherche par produit / filière / territoire*

Et pour valoriser l'image des produits locaux et des filières alimentaires de proximité du Pays de Brest, ce site devra proposer également :

- Des articles de type sujet magazine ou brève : pour mettre en avant les produits locaux et les acteurs des filières courtes « ambassadeurs » de ces produits ;
- Une rubrique agenda : pour informer de façon pratique sur les animations, manifestations ou événements organisés toute l'année sur les circuits courts en Pays de Brest.

#### 6.1.2. Un site animé avec les acteurs des filières alimentaires de proximité

Le site devra permettre aux acteurs des filières alimentaires de proximité signataires de la charte d'engagement de disposer d'un espace en ligne personnalisé et actualisable en temps réel pour y présenter leur activité, leurs produits, leurs circuits de commercialisation et leur actualité en circuits courts. En contrepartie d'une visibilité commerciale accrue, les acteurs devront s'engager à contribuer activement au site et à renseigner et mettre à jour les contenus sur leur activité en circuits courts.

En page d'accueil du site, les filières alimentaires de proximité pourront être affichées par type – producteurs, commerçants, artisans, restaurateurs, paniers, marchés – afin d'accéder facilement aux différents acteurs et à leurs produits.

Remarque 1 : une base de données constituée grâce à l'enquête réalisée auprès des producteurs permettra, si nécessaire, d'injecter des informations de base au démarrage du site avant de donner la main aux acteurs des filières.

Remarque 2 : la rubrique « marchés » ne correspondant pas à un acteur au sens strict, sera renseignée en direct par l'administrateur du site.

### **6.1.3. Un contenu éditorial pour promouvoir produits et circuits de commercialisation**

Comme exposé précédemment, ce site ne se réduit pas à un moteur de recherche sur les circuits courts alimentaires : il aura aussi vocation à valoriser l'image des filières alimentaires de proximité, en vente directe ou via un intermédiaire, en mettant l'accent sur les produits locaux et leur saisonnalité et sur des acteurs « ambassadeurs » de ces produits locaux.

Dans cette perspective, des sujets magazine ou des brèves pourront être publiés sur le site. Un planning établi en concertation avec les partenaires du projet est envisagé pour organiser cette démarche éditoriale. Un agenda renseigné par les acteurs présents sur le site permettra également de promouvoir les animations, manifestations ou événements sur les circuits courts organisés sur le Pays de Brest.

Remarque : Ce travail sur le contenu du site aura pour principal objectif de développer le référencement naturel du site pour capter et orienter les internautes vers les produits et circuits de commercialisation en circuits courts sur le territoire.

### **6.1.4. Des synergies à construire avec la destination touristique Brest terres océanes**

La destination « Brest terres océanes » rassemble les acteurs autour d'une stratégie partagée de développement de l'économie touristique du Pays de Brest.

Dans ce cadre, un site internet [www.brest-terres-oceanes.fr](http://www.brest-terres-oceanes.fr) a été lancé en juin 2014, co-animé par les offices de tourisme avec la contribution des prestataires touristiques du Pays de Brest qui disposent d'un accès direct pour produire leurs contenus. Ce site va au fil des mois constituer une plateforme éditoriale de référence, rythmée par des sujets magazines et brèves destinés à promouvoir et commercialiser les offres touristiques du territoire. Et, pour les habitants et visiteurs en séjour disposant d'un smartphone, une application spécifique déployée en juillet 2014 permettra d'être tenu informé des animations et événements proposés à proximité.

Ces nouveaux outils de promotion touristiques s'appuient sur la charte graphique Brest terres océanes conçue pour promouvoir la destination de façon plus cohérente et unifiée.

➤ Cf. annexe 4 – Charte graphique de Brest terres océanes

Dans ce contexte de mutualisation des moyens de promotion touristique, les partenaires du projet sur les filières alimentaires de proximité souhaitent développer des complémentarités et synergies avec la stratégie numérique de la destination pour :

- Apporter une réponse pertinente aux clientèles touristiques présentes sur le site [www.brest-terres-oceanes.fr](http://www.brest-terres-oceanes.fr) et intéressées par les circuits courts ou à la recherche d'expériences gastronomiques, de terroir, de savoir-faire, de traditions ;
- Développer l'audience du site sur les filières alimentaires de proximité en capitalisant sur le référencement du site Brest terres océanes et éventuellement en construisant des campagnes marketing en lien étroit avec la destination.

Remarque : les sites des partenaires du projet pourront également constituer des portes d'entrée de premier ordre pour orienter les internautes et en particulier les habitants du territoire vers le site sur les filières alimentaires de proximité (sites des communautés du Pays de Brest, sites des chambres consulaires, sites de la Maison de la Bio et du PNRA, site du pôle métropolitain).

## 6.2. FONCTIONNALITES SOUHAITEES

Le tableau suivant présente les fonctionnalités souhaitées au déploiement du site et celles envisagées dans un second temps par le maître d'ouvrage et les partenaires du projet.

Les fonctionnalités du site, décrites ci-dessous de façon synthétique avec d'éventuelles remarques associées, sont donc présentées suivant deux niveaux de priorité :

- Priorité 1 : fonctionnalités souhaitées dès la mise en production du site ;
- Priorité 2 : fonctionnalités optionnelles.

Fonctionnalité	Description	Remarques	Priorité
<u>Gestion des contenus</u>	Le CMS doit permettre d'administrer en temps réel l'ensemble des contenus et l'organisation du site et d'en optimiser le référencement naturel.  Les contenus doivent pouvoir facilement être promus en page d'accueil du site suivant les besoins ou l'actualité du moment.	Le prestataire candidat présentera les caractéristiques du CMS qu'il propose de mettre en œuvre et sa capacité à couvrir le périmètre fonctionnel attendu sur le projet.	1
<u>Gestion des droits</u>	Le CMS doit permettre la gestion de plusieurs niveaux de droits.  L'administrateur doit pouvoir gérer simplement l'ensemble des droits et niveaux d'accès au site.	Niveaux envisagés : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Administrateur</li> <li>- Partenaire du projet</li> <li>- Acteur contributeur « producteur »</li> <li>- Acteur contributeur « commerçant »</li> <li>- Acteur contributeur « restaurateur »</li> <li>- Acteur contributeur « artisan »</li> <li>- Acteur contributeur « paniers »</li> <li>- Utilisateur dans un second temps (cf. fonctionnalité utilisateur)</li> </ul>	1
<u>Supervision des contenus publiés</u>	L'administrateur et les partenaires du projet doivent disposer en back-office d'un tableau de bord permettant de superviser l'ensemble des contenus publiés ou modifiés par les contributeurs du site.	A partir de ce tableau de bord, l'administrateur et les partenaires pourront consulter directement les contenus publiés par les contributeurs.  L'administrateur pourra si besoin soumettre des propositions de modifications aux contributeurs, publiées sur le site après leur accord.	1

Fonctionnalité	Description	Remarques	Priorité
<u>Moteur de recherche</u>	<p>L'outil doit proposer en évidence sur la page d'accueil un moteur de recherche interne simple et performant qui indexe l'ensemble des contenus publiés sur le site.</p> <p>Pour les fiches acteurs, le moteur de recherche doit en priorité référencer celles proposant les contenus les plus riches et régulièrement mis à jour (visibilité accrue pour les acteurs les plus engagés dans le projet).</p> <p>L'outil doit disposer d'un affichage des résultats de la recherche par liste ou sur une carte interactive <i>Open Street Map</i>.</p>	<p>Une recherche par mots clés et multicritères :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Par produit</li> <li>- Par filière</li> <li>- Par territoire</li> </ul> <p>Dans le moteur de recherche multicritères, n'afficher les occurrences que si elles renvoient vers au moins un résultat sur le site (ex. n'afficher le produit « boissons » que s'il renvoie à au moins une fiche acteur).</p> <p>L'affichage des résultats sur carte interactive devra permettre de distinguer facilement le type de point d'intérêt (acteurs filières, produits, agenda...).</p>	1
<u>Fiches acteurs</u>	<p>L'outil doit permettre aux acteurs des filières de disposer d'un espace dédié ou « fiche acteur » leur permettant de publier et mettre à jour les informations relatives à leur activité en circuits courts.</p> <p>Après attribution d'un code d'accès, chaque acteur devra renseigner sa fiche acteur via un questionnaire en ligne spécifique à sa catégorie. Après publication, chaque acteur pourra à tout moment mettre à jour ou enrichir les contenus de sa fiche.</p> <p>Ces publications seront supervisées par l'administrateur et les partenaires via un tableau de bord en back-office (cf. fonctionnalité supervision des contenus publiés).</p> <p>Quelques champs envisagés pour les fiches acteurs (à compléter et préciser) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation (texte/photos)</li> <li>- Labels</li> <li>- Nom et coordonnées</li> <li>- Site web</li> <li>- Gamme de produits</li> <li>- Circuits de commercialisation</li> <li>- Origine des produits pour les intermédiaires</li> <li>- Animations (cf. agenda)</li> <li>- ...</li> </ul>	<p>Différentes catégories de fiches acteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Producteur</li> <li>- Commerçant</li> <li>- Restaurateur</li> <li>- Artisan</li> <li>- Paniers</li> <li>- Marchés</li> </ul> <p>Le choix des champs pour chaque type de fiche acteur sera défini en collaboration avec l'agence web sélectionnée et en s'appuyant sur ses recommandations.</p> <p>Des hyperliens permettront de naviguer entre les fiches acteurs du site suivant les relations commerciales des acteurs (ex. une fiche producteur permettra d'accéder aux fiches des acteurs qui commercialisent ses produits, par exemple celle d'un artisan de bouche ou d'un commerce).</p> <p>Cas particulier : les fiches sur les marchés seront renseignées directement par l'administrateur (pas un acteur au sens strict)</p>	1

Fonctionnalité	Description	Remarques	Priorité
<u>Sujets mag / brèves</u>	<p>L'outil doit permettre à l'administrateur de publier sur le site des articles de type « sujets magazines » ou « brèves ».</p> <p>Ce type d'article doit pouvoir être promu en page d'accueil au gré de la politique éditoriale du site ou accessible facilement depuis la page d'accueil du site.</p>	<p>Ces articles auront une double finalité :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Améliorer le référencement naturel du site afin d'en développer l'audience</li> <li>- Orienter les internautes vers des fiches d'acteurs « ambassadeurs » des circuits courts pour augmenter leur visibilité commerciale</li> </ul>	1
<u>Agenda</u>	<p>L'outil doit permettre à l'administrateur, aux partenaires et aux acteurs des filières de publier des articles de type « agenda » sur des animations, manifestations ou événements sur les circuits courts.</p>	<p>Les articles de type « agenda » doivent être accessibles à deux niveaux : sur la page d'accueil pour l'ensemble de l'agenda, sur les fiches acteurs pour ce qui les concerne.</p> <p>Les articles de la rubrique « agenda » auront une date de fin pour dépublication et archivage.</p>	1
<u>Cartographie</u>	<p>L'outil doit permettre d'ajouter sur les articles et fiches du site des cartes <i>Open Street Map</i> pour géolocaliser différents types de points d'intérêt.</p>	<p>Proposer un code graphique permettant de distinguer facilement la nature des différents points d'intérêt (acteurs filières, produits, animations à l'agenda...).</p>	1
<u>Formulaire de contact</u>	<p>L'outil doit permettre de contacter l'administrateur du site par e-mail via un formulaire de contact.</p>		1
<u>Statistiques</u>	<p>L'outil doit intégrer un traceur de type « <i>Google Analytics</i> » sur les pages et liens externes du site.</p> <p>L'outil doit permettre de générer automatiquement des bilans mensuels de fréquentation du site et de ses différentes pages.</p>	<p>Ce traceur doit être répercuté sur chaque nouvelle page créée via le CMS et en particulier sur les fiches des acteurs qui rentrent dans le dispositif.</p> <p>Au-delà de la fréquentation globale du site, l'objectif est de mesurer l'audience des pages des acteurs et le cas échéant le trafic généré vers leurs propres sites.</p>	1



Fonctionnalité	Description	Remarques	Priorité
<u>Mobilité</u>	<p>L'outil doit proposer au démarrage une solution adaptée pour un usage de base en mobilité.</p> <p>Dans un second temps, il est envisagé de proposer une solution permettant une expérience utilisateur optimisée.</p>	<p>Le candidat précisera la solution technique « de base » qu'il préconise au démarrage (exemple responsive design).</p> <p>Le candidat pourra proposer en option une solution spécifique pour la mobilité à développer en phase 2, en précisant la plus-value apportée pour l'utilisateur (exemple notification push).</p>	2
<u>Newsletters</u>	<p>L'outil pourra permettre d'administrer deux types de newsletters :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Newsletter aux internautes : pour informer sur l'actualité du site (sujets mag, derniers acteurs inscrits, agenda...)</li> <li>- Newsletter aux acteurs filières : pour informer sur le fonctionnement et la montée en charge du site (rappel des fonctionnalités, fréquentation...)</li> </ul>	<p>Le candidat présentera les caractéristiques de la solution qu'il propose de mettre en œuvre pour répondre aux besoins suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestion de mailing listes</li> <li>- Création de newsletters (2 gabarits distincts)</li> <li>- Envoi optimisé des newsletters</li> <li>- Tracking délivrabilité : taux d'ouverture, clics, désinscriptions, etc.</li> </ul>	2
<u>Compte utilisateur</u>	<p>L'outil pourra permettre dans un second temps à l'internaute de se créer un compte utilisateur.</p> <p>Avec ce compte l'internaute pourrait par exemple suivre des acteurs et être alerté sur leur actualité ou publier des avis sur les fiches.</p>	<p>Le candidat pourra proposer en option la mise en place de fonctionnalités dédiées aux utilisateurs, en précisant la plus-value apportée pour l'utilisateur et le bénéfice pour les acteurs des filières.</p>	2
<u>Multilingue</u>	<p>L'outil pourra permettre dans un second temps une gestion multilingue des contenus et des menus sur le site.</p>	<p>Le prestataire candidat précisera la capacité du CMS à répondre à ce besoin et les conditions techniques et financières de mise en œuvre.</p>	2
<u>Référencement</u>	<p>Le candidat pourra proposer des recommandations ou des actions webmarketing visant à lancer le site, le faire connaître et générer des contacts clients pour les acteurs des filières parties prenantes.</p>	<p>Objectifs quantitatifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accroître l'audience</li> <li>- Augmenter le nombre de clients pour les acteurs</li> </ul> <p>Moyens attendus :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accompagnement et conseil pendant 1 an après lancement du site</li> <li>- Suivi en temps réel des résultats des actions</li> </ul>	2

## 6.3. WEBDESIGN ET ERGONOMIE

La création du webdesign devra commencer par une réflexion croisée avec le maître d'ouvrage et les partenaires, à partir des objectifs définis pour le site (cibles et contenus à valoriser) et de la perception de ce que peuvent être les attentes des internautes sur les circuits courts alimentaires.

Suivant les priorités qui auront été définies en concertation au démarrage du projet, l'ergonomie du site devra permettre aux internautes de passer spontanément à l'action (recherche de produits, de circuits de commercialisation, inscription à la newsletter, etc.). Définies au démarrage, ces actions prioritaires à appeler sur le site devront pouvoir être mesurées via le module statistique.

D'un point de vue visuel, le site devra mettre en application la charte graphique Brest terres océanes ; la qualité des visuels sur ce projet étant prépondérante, il est par ailleurs envisagé de faire appel à un photographe et/ou de procéder à de l'achat de photos.

➤ Cf. annexe 5 – Quelques sites qui nous inspirent

## 6.4. RESPECT DES STANDARDS DU WEB

### 6.4.1. Optimisation du référencement naturel

Le site devra être adapté en vue d'un référencement optimisé par les moteurs de recherche. Dans ce cadre, le prestataire exposera les mesures techniques mises en œuvre pour garantir une sensibilité maximale à l'indexation par les moteurs de recherche, tout particulièrement Google.

Le maître d'ouvrage attend notamment une solution qui renseigne automatiquement les méta-balises (titres, description, mots clés) et nomme correctement les autres éléments qui impactent le référencement naturel (URL, répertoires, liens, médias, etc.).

### 6.4.2. Compatibilité des navigateurs

Le site devra être compatible avec l'ensemble des navigateurs web actuels sur Windows et Mac et en particulier sans régression avec tous les navigateurs dans leur dernière version constatée à la livraison du site.

Le prestataire effectuera des tests de vérification avant la mise en production du site et il corrigera les éventuelles incompatibilités constatées afin d'assurer un affichage optimal sur les différents environnements testés.

### 6.4.3. Respect des normes d'accessibilité

Le site devra répondre aux normes d'accessibilité reconnues et se conformer aux préconisations de l'organisme de standardisation W3C. Le prestataire vérifiera également la conformité du site avec le référentiel général pour l'accessibilité des administrations (RGAA).

#### **6.4.4. Performances d’affichage et approche multi-supports**

Dans sa version de base, le site sera adapté pour une expérience utilisateur satisfaisante sur tous supports, avec en particulier la génération de pages adaptées à la lecture sur terminaux mobiles. Dans une version ultérieure, le site pourra éventuellement proposer des fonctionnalités étendues permettant une expérience utilisateur optimisée en mobilité (cf. §2.2 fonctionnalités souhaitées).

### **6.5. FORMATION ET DOCUMENTATION**

Le prestataire accompagnera le maître d’ouvrage et ses partenaires vers une autonomie complète dans la gestion du site en assurant les séances de formation nécessaires. Cette formation portera sur l’utilisation du back-office et des outils associés (newsletter, statistiques...).

Le prestataire fournira un manuel décrivant l’ensemble des fonctionnalités de la solution déployée ainsi que les supports utilisés lors des séances de formation. Cette documentation décrivant chaque fonctionnalité ou processus devra faciliter le transfert de compétences dans la durée.

### **6.6. HEBERGEMENT ET INFOGERANCE**

#### **6.6.1. Noms de domaine**

Le prestataire retenu dans le cadre du présent marché devra :

- Acquérir pour le compte du maître d’ouvrage le nom de domaine choisi pour héberger le site internet ;
- Eventuellement suggérer l’achat d’un ou plusieurs autres noms de domaines ;
- Soumettre le nom de domaine aux principaux moteurs de recherche.

#### **6.6.2. Hébergement**

Le prestataire devra proposer une solution d’hébergement du site. Cette prestation pourra être sous-traitée mais le prestataire sera en charge des échanges préalables nécessaires au dimensionnement de la plateforme.

Le prestataire devra dans son offre préciser les points suivants :

- Nom et coordonnées de l’hébergeur ;
- Coût du système d’hébergement ;
- Caractéristiques du système (type de serveur, OS, bande passante, trafic...) ;
- Sécurité des données (sauvegarde quotidienne, serveur de secours...) ;
- Garanties de disponibilités et délais de rétablissement en cas de panne.

#### **6.6.3. Mise en ligne**

Le prestataire devra organiser, planifier et mettre en œuvre la procédure de mise en production du site en relation avec l’hébergeur. Pour ce faire, il proposera au maître d’ouvrage un plan de mise en production qui permette un déploiement du site conforme au planning fourni.

Le prestataire sera le référent pour cette opération de mise en ligne du site puis pour l’ensemble des tâches de maintenance liées au fonctionnement régulier du site.

## **6.7. RECETTE, GARANTIE ET MAINTENANCE**

### **6.7.1. Recette fonctionnelle**

Le prestataire devra mettre en place une procédure de recette fonctionnelle et de détection des anomalies associant les moyens nécessaires à la bonne exécution de celle-ci.

Cette recette pourra consister en une ou plusieurs séries de tests, suivies d'une étape de correction des anomalies et de livraison, jusqu'à obtention d'une version acceptable et validée, prête à être déployée. Pour chaque anomalie identifiée, le prestataire s'engagera à trouver une solution constructive qui corresponde aux spécifications fonctionnelles validées pour le site.

Un procès-verbal de vérification d'aptitude clôturera la période de recette fonctionnelle et validera la mise en production du site.

### **6.7.2. Garantie de la prestation**

La période de garantie débutera à la signature du procès-verbal de vérification d'aptitude clôturant la période de test et de recette et validant la mise en production du site. Pendant la période de garantie du site, le prestataire effectuera la maintenance corrective portant sur tout vice, défaut de conception ou problème de fonctionnement du site.

Le prestataire devra dans son offre préciser la période de garantie du site et la nature des services associés à cette garantie ; la durée minimale de garantie souhaitée est de 12 mois.

### **6.7.3. Contrat d'assistance technique**

A l'issue de la période de garantie, un contrat d'assistance technique régira les conditions d'intervention du prestataire en cas de dysfonctionnement du site (maintenance corrective). Le prestataire devra dans son offre présenter les caractéristiques techniques et financières du contrat d'assistance technique.

Ce contrat de service entre le maître d'ouvrage et le prestataire précisera notamment :

- Horaires d'ouverture du service de support ;
- Modalités de déclaration d'un dysfonctionnement et procédure de résolution de l'incident ;
- Conditions de remise en marche si l'incident entraîne une coupure de service.

### **6.7.4. Evolutions fonctionnelles**

Le prestataire devra également proposer un cadre d'intervention clair pour accompagner le maître d'ouvrage dans les futures évolutions fonctionnelles, en précisant les modalités et coûts associés garantissant un accompagnement réactif et de qualité tout au long du cycle de vie du site.

## **6.8. ASPECTS JURIDIQUES**

### **6.8.1. Obligations légales**

Le prestataire devra, avant le lancement du site, mettre en œuvre pour le compte du maître d'ouvrage l'ensemble des mesures permettant de respecter les obligations légales en matière d'information et de protection des internautes.

Ces mesures comprennent en particulier l'affichage sur le site des mentions légales obligatoires, l'information sur le traitement des données personnelles et la déclaration du site à la CNIL.

### **6.8.2. Propriété intellectuelle**

Le titulaire du présent marché s'engagera à concéder au maître d'ouvrage, à titre non exclusif, le droit d'utiliser ou de faire utiliser les livrables qui résultent de l'exécution des prestations du présent marché, en l'état ou modifiés, de façon permanente ou temporaire, en tout ou partie, par tout moyen et sous toutes formes.

## 7. MISE EN ŒUVRE DU PROJET

### 7.1. CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT

Le maître d'ouvrage insiste sur son souhait de retenir un prestataire force de conseil et de proposition sur le projet, depuis la conception du site jusqu'à son maintien en condition opérationnelle. Dans cette logique partenariale, le prestataire pourra proposer dans sa candidature toute amélioration ou alternative à l'expression des besoins formulée dans le présent cahier des charges ; ces propositions seront appréciées et étudiées par le maître d'ouvrage et les partenaires du projet.

Remarque : dans les cas où il ne juge pas opportun ou s'il n'est pas en capacité de répondre à un besoin formulé dans le cadre du présent marché, le prestataire devra clairement l'indiquer ainsi que les éventuelles solutions de remplacement qu'il préconise de mettre en œuvre.

### 7.2. GESTION ET CALENDRIER DU PROJET

Le calendrier d'exécution est le suivant :

- La date limite de réception des offres est fixée au jeudi 11 septembre 2014 à 12 heures ;
- Le délai d'exécution du marché est fixé à 14 mois maximum à compter de sa notification : dans ce cadre, le candidat proposera un calendrier d'exécution de la prestation, la date de sortie du site étant envisagée au printemps 2015.

Un chef de projet web MOA sera désigné pour être l'interlocuteur principal du prestataire retenu dans le cadre du présent marché et assurer la livraison d'une solution conforme aux spécifications techniques et au rétroplanning établi en début de collaboration. Un comité technique réunissant les partenaires sera également étroitement associé à la mise en œuvre du projet.

## **8. ANNEXES TECHNIQUES**

**ANNEXE 1 : PROJET DE CHARTE D'ENGAGEMENT**

**ANNEXE 2 : SYNTHÈSE DE L'ENQUÊTE AUPRES DES PRODUCTEURS**

**ANNEXE 3 : CRITÈRES DE RECHERCHE PRODUIT / FILIÈRE / TERRITOIRE**

**ANNEXE 4 : CHARTE GRAPHIQUE ET CARTE BREST TERRES Océanes**

**ANNEXE 5 : QUELQUES SITES QUI NOUS INSPIRENT**

## ANNEXE 1 : PROJET DE CHARTE D'ENGAGEMENT

### **CHARTRE D'ENGAGEMENT**

#### **Pour le développement et la promotion des filières alimentaires de proximité en Pays de Brest**

### **POURQUOI UNE CHARTE**

Cette charte définit les conditions à remplir par les acteurs des filières alimentaires de proximité en Pays de Brest pour être présents sur le site internet [www.paysdebrest-produitslocaux.fr](http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr) (*Url provisoire*) et les engagements attendus de leur part dans le cadre de cette démarche de promotion.

### **POURQUOI UN SITE INTERNET**

Le site internet [www.paysdebrest-produitslocaux.fr](http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr) vise à promouvoir les filières alimentaires de proximité et à faciliter l'accès à l'information sur les produits issus des exploitations agricoles, de la pêche et de l'aquaculture (conchyliculture et récolte d'algues) en Pays de Brest commercialisés en circuits courts sur le territoire du Pays de Brest.

Pour de plus en plus de producteurs, les circuits courts sont l'opportunité de mieux maîtriser la commercialisation de leur production et d'en conserver la valeur ajoutée, tout en retrouvant une relation directe avec leurs clients. Avec des consommateurs en quête de qualité et de proximité, les filières alimentaires de proximité constituent un marché à fort potentiel de développement.

Dans ce contexte porteur, le Pays de Brest avec son bassin de vie de plus de 400 000 habitants apparaît comme un territoire particulièrement pertinent pour rapprocher l'offre et la demande en produits agricoles et alimentaires de proximité. C'est pourquoi le pôle métropolitain du Pays de Brest et ses partenaires\* mettent en œuvre un plan d'actions partagé pour développer et promouvoir les filières alimentaires de proximité auprès des habitants et visiteurs du Pays de Brest.

#### **\* Les partenaires initiateurs du projet**

- Pôle métropolitain du Pays de Brest
- Région Bretagne
- Chambre d'agriculture 29
- Maison de la Bio du Finistère
- Parc naturel régional d'Armorique
- Chambre de métiers et de l'artisanat 29
- CCI de Brest
- Communautés du Pays de Brest
  - Brest métropole océane
  - CC du Pays d'Iroise
  - CC du Pays des Abers
  - CC du Pays de Lesneven-Côte des légendes
  - CC du Pays de Landerneau-Daoulas
  - CC de l'Aulne Maritime
  - CC de la Presqu'île de Crozon



## QUELS ACTEURS SUR CE SITE INTERNET

Le site internet [www.paysdebrest-produitslocaux.fr](http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr) est ouvert aux acteurs des filières alimentaires de proximité qui commercialisent en circuits courts des produits issus des exploitations agricoles, de la filière pêche ou de la filière aquacole (conchyliculture et récolte d'algues) du Pays de Brest.

La notion de circuit court s'entend par la commercialisation sur le territoire du Pays de Brest, soit en vente directe du producteur au consommateur ou via un intermédiaire au maximum.

La vente directe du producteur au consommateur comprend la vente à la ferme (au détail, en paniers ou en caissettes), la vente sur les marchés, la vente sur internet, les points de vente collectifs, la vente en AMAP ou collectifs de consommateurs. La commercialisation de produits locaux via un intermédiaire s'appuie sur les acteurs de la restauration, du commerce et de l'artisanat de bouche.

## CONDITIONS ET ENGAGEMENTS ATTENDUS

Les acteurs des filières alimentaires de proximité en Pays de Brest qui souhaitent être présents sur le site internet [www.paysdebrest-produitslocaux.fr](http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr) doivent respecter plusieurs critères et engagements permettant de garantir aux consommateurs une qualité des produits et une traçabilité de la production à la commercialisation.

JE SUIS PRODUCTEUR	
Critères d'éligibilité	Engagements attendus
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Mon siège d'exploitation est situé sur une des 89 communes du Pays de Brest</li><li>✓ Mon activité principale est une activité de production agricole, de pêche ou de conchyliculture</li><li>✓ Je commercialise des produits issus de mon exploitation en circuits courts sur le Pays de Brest (en vente directe et/ou via un intermédiaire maximum)</li><li>✓ Je suis inscrit à la MSA (régime de protection sociale agricole) ou à l'ENIM (établissement national des invalides de la marine) et au CFE (centre de formalité des entreprises)</li><li>✓ Je respecte les réglementations en vigueur</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Je m'engage à proposer des produits de qualité respectant le rythme des saisons</li><li>✓ Je m'engage à mettre en avant les partenaires qui commercialisent mes produits en circuits courts, par une signalétique spécifique sur mon (mes) espace(s) de vente directe</li><li>✓ Je m'engage à renseigner et mettre à jour les informations relatives à mon activité en circuits courts sur le site internet <a href="http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr">www.paysdebrest-produitslocaux.fr</a></li></ul>

JE SUIS COMMERCANT	
Critères d'éligibilité	Engagements attendus
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Mon siège social est situé sur une des 89 communes du Pays de Brest</li><li>✓ Je commercialise dans mon magasin (point de vente physique) des produits en circuits courts en provenance directe (sans intermédiaire) d'au moins un producteur référencé sur le site internet <a href="http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr">www.paysdebrest-produitslocaux.fr</a></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Je m'engage à connaître le nom de la ferme et des producteurs du Pays de Brest qui sont mes fournisseurs en circuits courts</li><li>✓ Je m'engage à mettre en avant les produits que je commercialise en circuits courts, par un étiquetage sur l'origine des produits et/ou par une signalétique spécifique en magasin</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Les relations commerciales que j'ai établies avec le(s) producteur(s) référencé(s) sur le site internet <a href="http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr">www.paysdebrest-produitslocaux.fr</a> sont durables : je commercialise leurs produits tout au long de l'année ou suivant la saisonnalité et le(s) producteur(s) concerné(s) peuvent en attester</li> <li>✓ Je respecte les réglementations en vigueur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Je m'engage à renseigner et mettre à jour les informations relatives à mon activité en circuits courts sur le site internet <a href="http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr">www.paysdebrest-produitslocaux.fr</a></li> </ul>
--	--

<b>JE SUIS RESTAURATEUR</b>	
<b>Critères d'éligibilité</b>	<b>Engagements attendus</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mon siège social est situé sur une des 89 communes du Pays de Brest</li> <li>✓ Je propose à la carte de mon restaurant des produits en circuits courts en provenance directe (sans intermédiaire) d'au moins un producteur référencé sur le site internet <a href="http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr">www.paysdebrest-produitslocaux.fr</a></li> <li>✓ Les relations commerciales que j'ai établies avec le(s) producteur(s) référencé(s) sur le site internet <a href="http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr">www.paysdebrest-produitslocaux.fr</a> sont durables : je propose leurs produits tout au long de l'année ou suivant la saisonnalité et le(s) producteur(s) concerné(s) peuvent en attester</li> <li>✓ Je respecte les réglementations en vigueur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Je m'engage à connaître le nom de la ferme et des producteurs du Pays de Brest qui sont mes fournisseurs en circuits courts</li> <li>✓ Je m'engage à mettre en avant les produits en circuits courts que je propose dans mon restaurant, par des informations figurant sur la carte sur l'origine des produits et/ou par une signalétique spécifique dans mon restaurant</li> <li>✓ Je m'engage à renseigner et mettre à jour les informations relatives à mon activité en circuits courts sur le site internet <a href="http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr">www.paysdebrest-produitslocaux.fr</a></li> </ul>

<b>JE SUIS ARTISAN DE BOUCHE</b>	
<b>Critères d'éligibilité</b>	<b>Engagements attendus</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mon siège social est situé sur une des 89 communes du Pays de Brest</li> <li>✓ J'utilise des produits en circuits courts en provenance directe (sans intermédiaire) d'au moins un producteur référencé sur le site internet <a href="http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr">www.paysdebrest-produitslocaux.fr</a></li> <li>✓ Les relations commerciales que j'ai établies avec le(s) producteur(s) référencé(s) sur le site internet <a href="http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr">www.paysdebrest-produitslocaux.fr</a> sont durables : je transforme leurs produits tout au long de l'année ou suivant la saisonnalité et le(s) producteur(s) concerné(s) peuvent en attester</li> <li>✓ Je respecte les réglementations en vigueur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Je m'engage à connaître le nom de la ferme et des producteurs du Pays de Brest qui sont mes fournisseurs en circuits courts</li> <li>✓ Je m'engage à mettre en avant les produits en circuits courts que je transforme et commercialise, par un étiquetage sur l'origine des produits et/ou par une signalétique spécifique en magasin</li> <li>✓ Je m'engage à renseigner et mettre à jour les informations relatives à mon activité en circuits courts sur le site internet <a href="http://www.paysdebrest-produitslocaux.fr">www.paysdebrest-produitslocaux.fr</a></li> </ul>

## ANNEXE 2 : SYNTHÈSE DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES PRODUCTEURS



### Etude sur les filières alimentaires de proximité sur le Pays de Brest Inventaire des exploitations en circuits courts



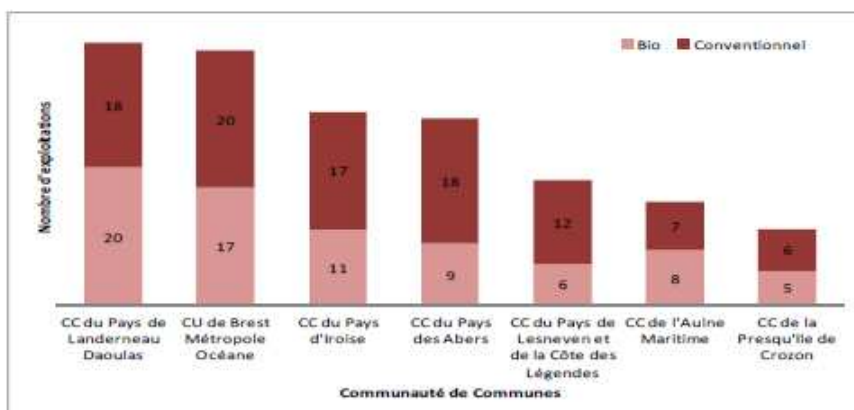
La Chambre d'agriculture et la Maison de la Bio du Finistère ont réalisé, en 2013, une enquête auprès des exploitants professionnels du Pays de Brest. Les principaux résultats sont présentés dans ce document. Cette enquête s'inscrit dans l'appel à projet sur les filières alimentaires de proximité. Ce projet piloté par le Pays de Brest en partenariat avec les acteurs des circuits courts et les collectivités territoriales.

- 172 exploitations réalisant une activité en circuits courts ont été recensées sur le Pays de Brest. Cela représente 9% des exploitations du territoire.
- 76 exploitations sont en agriculture biologique soit 44 % des exploitations en circuits courts du Pays de Brest.
- 66% des exploitations biologiques du Pays de Brest ont recours aux circuits courts.

#### Mémo :

Les circuits-courts regroupent 2 modes de commercialisation : la vente directe (sans intermédiaire) ou la vente indirecte (un intermédiaire).

### La répartition géographique des exploitations en circuits courts par communauté de communes



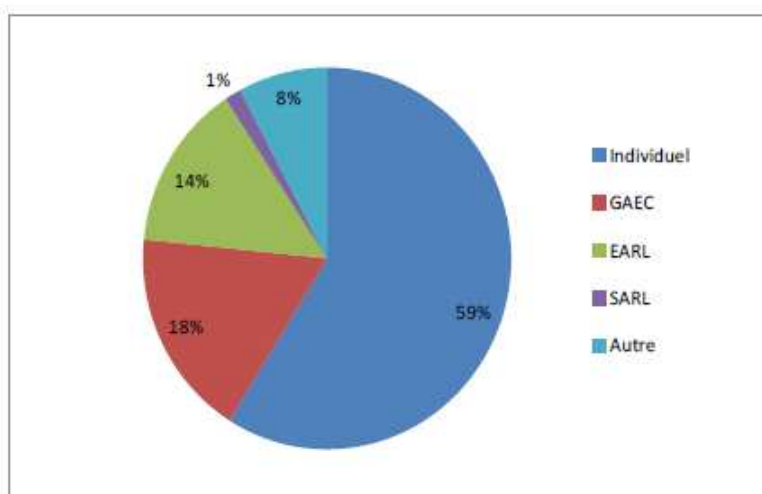
La part des exploitations en circuits courts est la plus importante sur les communautés de communes de l'Aulne Maritime, BMO et Landerneau Daoulas.

Communauté de communes	Part des exploitations en circuits courts (%)
Pays de Landerneau Daoulas	11 %
Brest Métropole Océane	17 %
Pays d'Iroise	6 %
Pays des Abers	6.5%
Pays de Lesneven et de la cote des Légendes	6 %
Aulne Maritime	18.5%
Presqu'île de Crozon	10 %

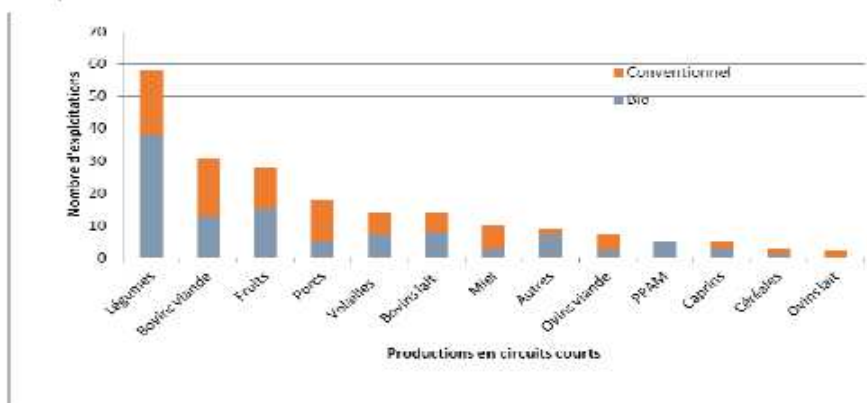
## Le statut juridique des exploitations en circuits courts

59 % des exploitations ont le statut d'exploitation individuelle, suivi par le statut de GAEC et d'EARL. Les statuts SCOP ou SCEA apparaissent dans les « autres » et sont rarement utilisés.

Statut juridique	Part des statuts sur l'ensemble des exploitations	Part des statuts Exploitations en circuits courts
Exploitation individuelle	38 %	59 %
EARL	34 %	14 %
GAEC	15 %	18 %
Autres	13 %	9 %



## Les productions commercialisées en circuits courts



Les productions vendues en circuits courts sont toutes représentées et l'offre est variée. Cependant, les légumes et la viande bovine arrivent en tête des ateliers. Ainsi, 32% des producteurs vendent des légumes en production principale et 16% de la viande bovine.

En production biologique, le maraîchage est la production dominante en circuits courts puis les bovins (lait et viande). A noter que le Finistère est le premier département en production légumière bio en France en termes de surface (Source Observatoire bio breton de la vente en circuits courts – FRAB, édition 2012).

Etude des circuits courts – Pays de Brest – Données 2013

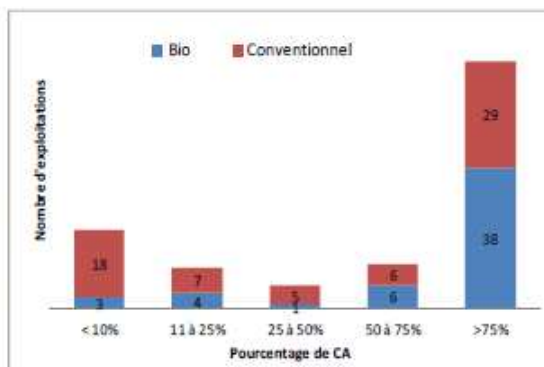
2

## 🔧 La part du chiffre d'affaires en circuits courts

57% de l'ensemble des exploitations réalisent plus de 75% de leur chiffre d'affaires en circuits courts. Pour 18% des exploitations, le chiffre d'affaires en circuits courts est inférieur à 10%.

En agriculture biologique, 73% des exploitations réalisent plus de 75% de leur chiffre d'affaires en circuits courts. A noter que pour la plupart d'entre elles c'est 100% du chiffre d'affaires qui est réalisé en circuits courts.

Pour les conventionnels, la part du chiffre d'affaires se répartit en 2 catégories : 45% réalisent plus de 75% de leur chiffre d'affaires en circuits courts et 28% réalisent moins de 10%.



## 🔧 La SAU

La SAU moyenne des exploitations est de **38 hectares**. Cependant, il y a des écarts importants en fonctions des productions, des systèmes d'exploitation et de la place des circuits courts.

Pour les exploitations bio, la SAU moyenne dédiée aux circuits courts est de 10,37 ha, avec des écarts très importants : de 0,2 à 50 ha. 25 exploitations ont une surface dédiée inférieure à 10 ha (principalement en légumes), seulement 3 ont une surface supérieure à 40 ha (en élevage)

## 🔧 L'emploi

34 % des exploitations en circuits courts font appel à de la main d'œuvre salariée.

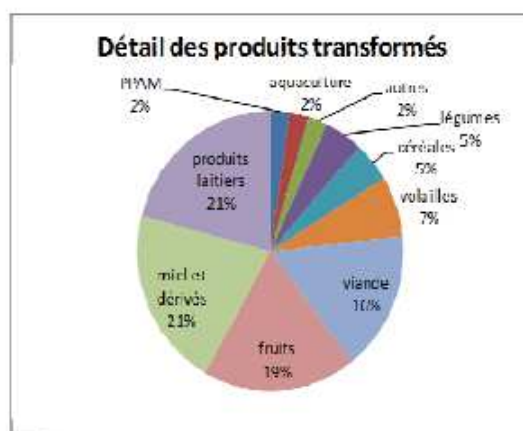
## 🔧 La transformation des produits

58 % des exploitations vendant en circuits courts transforment leurs produits.

51% des exploitations transforment leurs produits dans leur propre atelier et 49% le font en prestation.

Sur l'ensemble des produits transformés, les plus représentés sont les produits laitiers et les produits de la ruche.

A noter : Les produits laitiers sont majoritairement transformés sur l'exploitation. La viande est transformée chez des prestataires.



## 🔧 Les circuits de commercialisation

L'ensemble des modes de vente est bien exploité. En moyenne, une exploitation commercialise environ dans **3 circuits différents**.

La **vente à la ferme** et **sur les marchés** sont les 2 modes de vente privilégiés. Viennent ensuite la vente aux artisans/commerçants et la vente à la restauration privée.





Pour les exploitations biologiques, les 3 premiers circuits restent les mêmes, viennent ensuite les paniers individuels. On retrouve cette même répartition à l'échelle finistérienne (Source Observatoire bio breton de la vente en circuits courts – FRAB, édition 2012).

Certains systèmes de vente restent peu usités, voire délaissés par les producteurs : le dépôt vente, le panier collectif et le stand bord de route.

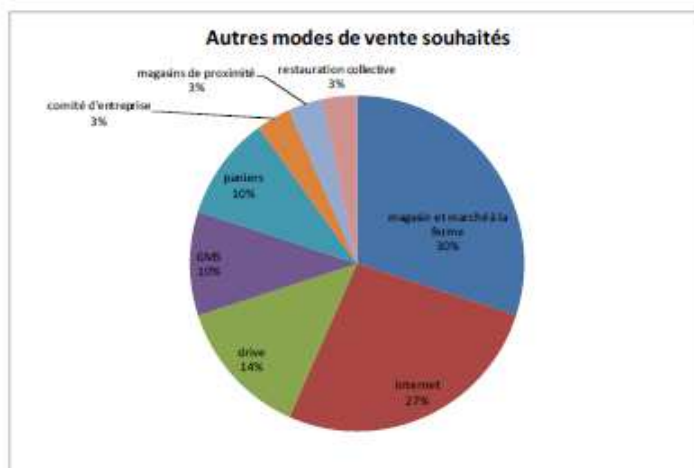
### Les motivations

**72 %** des exploitants vendent en circuits courts depuis leur installation, **85 %** pour les exploitants bio.

Les 2 principales motivations pour la vente en circuits courts sont :

- la communication et le contact avec le client,
- la recherche d'une meilleure valorisation économique des produits.

### Le développement de nouveaux débouchés



Près d'un quart des exploitants cherchent de nouveaux débouchés pour commercialiser leurs produits.

Les nouveaux modes de vente les plus cités sont la création d'un magasin ou marché à la ferme puis la vente par Internet.

Le Drive apparaît aussi dans les nouveaux débouchés.

### La communication

Les moyens de communication utilisés sont très variés. La distribution de flyers ou d'affiches apparaît comme le moyen privilégié.

Site internet : **¼ des exploitations** seulement ont un site internet. En revanche 39% sont présents sur d'autres sites internet (vitrine ou vente).

Etude des circuits courts – Pays de Brest – Données 2013

#### CONTACTS :

- Chambre d'agriculture : Joëlle PERON ☎ 02.98.41.33.07
- Maison de l'Agriculture Biologique : Cathy PICHON ☎ 02.98.25.16.79

## ANNEXE 3 : CRITERES DE RECHERCHE PAR PRODUIT / FILIERE / TERRITOIRE

### 3.1. Catégories et liste des produits identifiés sur le Pays de Brest (recherche par produit)

Catégories de produits	Liste des produits
Légumes	<p><u>Légumes-bulbes</u> : Ail ; Ciboulette ; Echalote ; Oignon ; Poireau</p> <p><u>Herbes aromatiques</u> : Basilic ; Coriandre ; Origan ; Thym</p> <p><u>Légumes-feuilles</u> : Blette ; Céleri-branche ; Chou ; Chou blanc ; Chou de Bruxelles ; Chou frisé ; Chou pommé ; Chou rouge ; Cresson ; Endive ; Epinard ; Fenouil ; Laitue ; Mâche ; Persil ; Pourpier ; Rhubarbe ; Roquette ; Salade ; Scarole</p> <p><u>Légumes-fleurs</u> : Artichaut ; Brocoli ; Chou-fleur</p> <p><u>Légumes-fruit</u> : Aubergine ; Concombre ; Courge ; Courgette ; Pâtisson ; Piment ; Poivron ; Potimarron ; Potiron ; Tomate</p> <p><u>Légumes-grains</u> : Fève ; Haricot ; Petit pois</p> <p><u>Légumes-Racines</u> : Betterave ; Carotte ; Céleri-Rave ; Chou-Rave ; Navet ; Panais ; Pomme de terre ; Radis ; Rutabaga ; Topinambour</p>
Fruits	Fraise ; Framboise ; Kiwi ; Melon ; Myrtille ; Pastèque ; Pomme ; Autres fruits
Produits laitiers	<p><u>Au lait de vache</u> : Beurre ; Crème fraîche ; Fromage ; Fromage blanc ; Lait ; Riz au lait ; Yaourt</p> <p><u>Au lait de brebis</u> : Beurre ; Crème fraîche ; Fromage ; Fromage blanc ; Lait ; Riz au lait ; Yaourt</p> <p><u>Au lait de chèvre</u> : Beurre ; Crème fraîche ; Fromage ; Fromage blanc ; Lait ; Riz au lait ; Yaourt</p>
Viandes	Agneau ; Bœuf et Veau ; Charcuterie ; Lapin ; Mouton ; Porc
Volailles	Canards ; Chaperons ; Charcuteries de volaille ; Coqs ; Œufs ; Oies ; Pintades ; Poulardes ; Poules ; Poulets
Miels et produits dérivés	Gelée royale ; Miel ; Pain d'épice ; Pollen ; Produits à base de propolis
Boissons	Chouchen ; Cidre ; Jus de pomme ; Lambig ; Limonade ; Pommeau ; Autres boissons
Produits céréaliers	Farine ; Maïs ; Autres produits céréaliers
Autres produits fermiers	Bonbons ; Confit cidre ; Confiture ; Coulis de tomate ; Plants ; Vinaigre ; Autres produits fermiers
Coquillages	Bigorneau ; Bulot ; Coque ; Coquille St Jacques ; Huître creuse ; Huître plate ; Moule ; Ormeau ; Palourde ; Pétoncle ; Praire
Crustacés	Araignée ; Etrille ; Homard ; Langouste ; Tourteau
Poissons plats	Barbue ; Dorade ; Plie ; Raie ; Saint-pierre ; Sole ; Turbot
Poissons ronds	Bar ; Cabillaud ; Congre ; Eglefin ; Lieu ; Lotte
Saumonettes	Emissole ; Roussette
Céphalopodes	Poulpe ; Seiche
Autres Poissons	Grondin ; Julienne (Lingue bleue) ; Mulet ; Tacaud ; Vieille
Algues	<p><u>Algues brunes</u> : Haricot de mer ; Kombu royal ; Pioca ; Wakamé</p> <p><u>Algues rouges</u> : Dulse ; Nori</p> <p><u>Algues vertes</u> : Laitue de mer</p>

### 3.2. Filières alimentaires de proximité identifiées sur le Pays de Brest (recherche par filière)

Filières	Acteurs des filières
Agriculteurs	Maraîchers ; Eleveurs ; Apiculteurs
Acteurs de la mer	Pêcheurs ; Conchyliculteurs ; Algoculteurs
Commerçants	Biscuiteries ; Cavistes ; Commerces d'alimentation ; Détaillants sur les marchés ; Epiceries ; GMS ; Magasins spécialisés ; Primeurs ; Supérettes
Artisans	Bouchers-charcutiers ; Boulangers-pâtisseries ; Fromagers ; Poissonniers ; Traiteurs
Restaurateurs	Bistrot ; Brasseries ; Crêperies ; Cuisine du monde ; Cuisine de terroir ; Pizzerias ; Restaurants gastronomiques ; Restauration rapide ; Restauration traditionnelle
Marchés	Halles ; Marchés de plein vent
Paniers	AMAP ; Collectifs de consommateurs ; Dépôts-vente ; Groupements d'achat ; Magasins de producteurs ; Vente sur internet

### 3.3. Intercommunalités et liste des communes du Pays de Brest (recherche par territoire)

Communautés	Liste des communes
Brest métropole océane	Bohars ; Brest ; Gouesnou ; Guilers ; Guipavas ; Plougastel-Daoulas ; Plouzané ; Le Relecq-Kerhuon
Pays d'Iroise	Brélès ; Le Conquet ; Guipronvel ; Île-Molène ; Lampaul-Plouarzel ; Lampaul-Ploudalmézeau ; Landunvez ; Lanildut ; Lanrivoaré ; Locmaria-Plouzané ; Milizac ; Plouarzel ; Ploudalmézeau ; Plougonvelin ; Ploumoguier ; Plourin ; Porspoder ; Saint-Renan ; Trébabu ; Tréouergat
Pays des Abers	Bourg-Blanc ; Coat-Méal ; Le Drennec ; Kersaint-Plabennec ; Landéda ; Lannilis ; Loc-Brévalaire ; Plabennec ; Plouguerneau ; Plouguin ; Plouvien ; Saint-Pabu ; Tréglonou
Pays de Lesneven – Côte des légendes	Brignogan-Plage ; Le Folgoët ; Goulven ; Guissény ; Kerlouan ; Kernilis ; Kernouës ; Lanarvily ; Lesneven ; Ploudaniel ; Plouider ; Plounéour-Trez ; Saint-Frégant ; Saint-Méen ; Trégarantec
Pays de Landerneau Daoulas	Daoulas ; Dirinon ; La Forest-Landerneau ; Hanvec ; Hôpital-Camfrout ; Irvillac ; Landerneau ; Lanneuffret ; Logonna-Daoulas ; Loperhet ; La Martyre ; Pencran ; Ploudiry ; Plouédern ; La Roche-Maurice ; Saint-Divy ; Saint-Eloy ; Saint-Thonan ; Saint-Urbain ; Tréflévenez ; Le Tréhou ; Trémaouézan
Aulne Maritime	Le Faou ; Pont-de-Buis lès Quimerch ; Rosnoën ; Saint-Ségal
Presqu'île de Crozon	Argol ; Camaret-sur-Mer ; Crozon ; Landévennec ; Lanvéoc ; Roscanvel ; Telgruc-sur-Mer

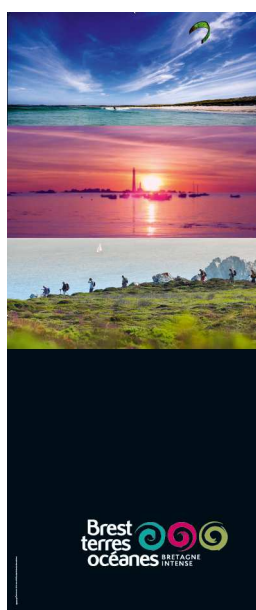
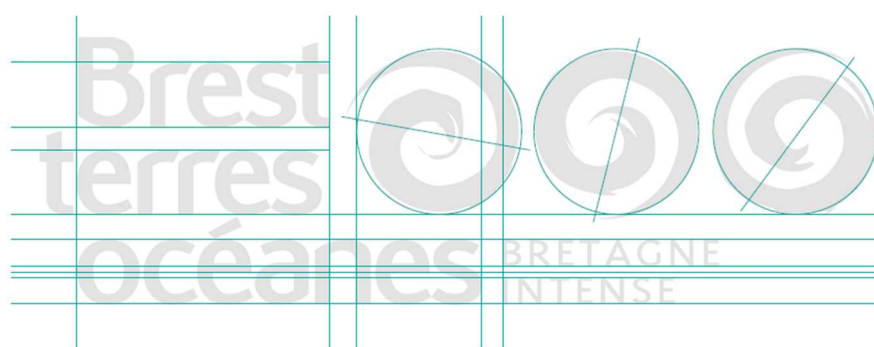


## ANNEXE 4 : CHARTE GRAPHIQUE DE BREST TERRES OCEANES

La charte graphique de Brest terres océanes a été conçue pour rassembler et fédérer les énergies et les acteurs, afin de développer la visibilité et l'attractivité de la destination touristique.

Cette charte graphique a vocation à être partagée et reprise par tous les acteurs touristiques locaux dans leur communication, pour que la promotion de la destination soit la plus efficace possible et pour apporter une réelle valeur ajoutée dans la fidélisation et la conquête de nouvelles clientèles.

Pour consulter la charte graphique : [www.pays-de-brest.fr/charte-graphique-brest-terres-oceanes](http://www.pays-de-brest.fr/charte-graphique-brest-terres-oceanes)



[mon espace](#)

[DÉCOUVRIR](#)
[VENIR & SE DÉPLACER](#)
[ORGANISER SON SÉJOUR](#)
[S'INSPIRER](#)

# Les Maldives bretonnes

Découvrez les plus belles plages de la Presqu'île de Crozon

[JE DÉCOUVRE](#)

**Alerte tempête** : Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor.

[+ D'INFOS](#)

## L'hébergement

## Les activités

Les séjours	Parcourez le territoire !
Nos hôtels	A vos papilles !
Nos chambres d'hôtes	Bougez-vous !
Nos résidences touristiques	Sensations nautiques
Nos campings	Embarquement pour la culture
Nos aires de camping-car	Pour vous les kids !
Nos hébergements insolites	Bulle de Bien-être
Autres hébergements	Côté boutique & marchés de terroir

## Nos coups de cœur

## Mon GPS

[Par thème](#)
[Par lieu](#)
[Par évènement](#)

Vous êtes ici

EXPLOREZ LA RÉGION

### Ça se passe ici

[<](#)
[Oct](#)
[Novembre](#)
[Déc](#)
[>](#)

			1	2	3
4	5	6	7	8	9 10
11	12	13	14	15	16 17
18	19	20	21	22	23 24
25	26	27	28	29 30	31

### Gardez le contact !

ne loupez aucun bon plan

À propos de Brest terres océanes | Mentions légales | plan du site | contact | partenaires | Espace pro/presse



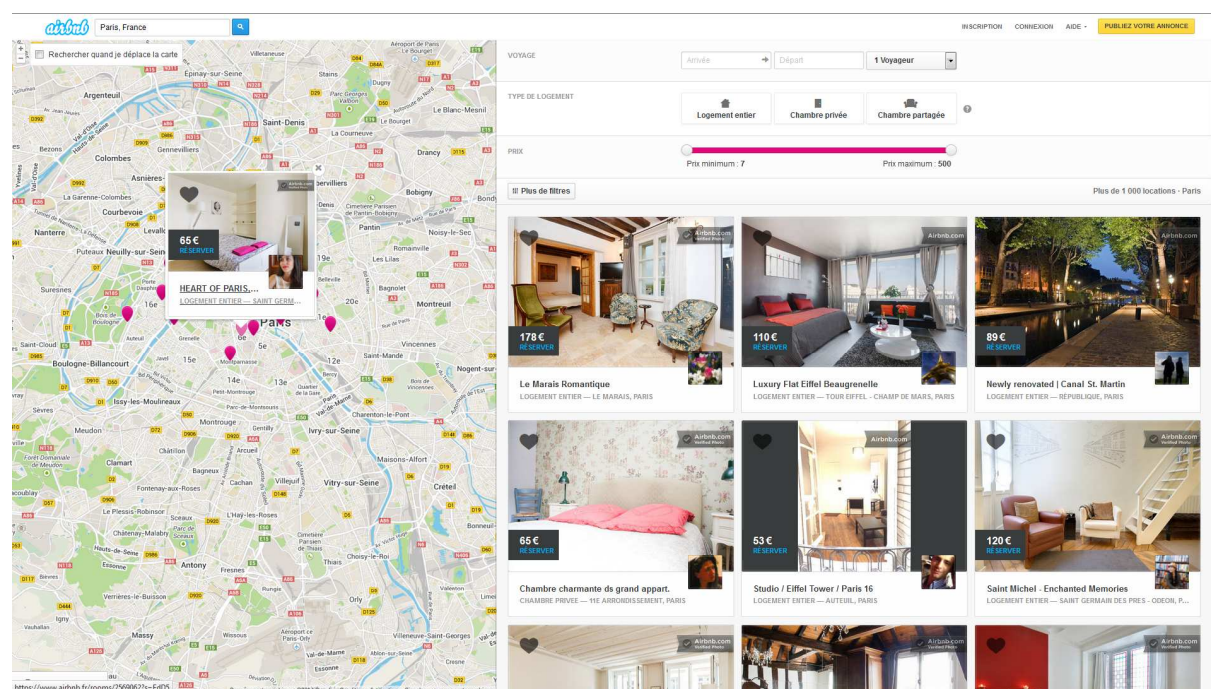
## ANNEXE 5 : QUELQUES SITES QUI NOUS INSPIRENT

[www.airbnb.fr](http://www.airbnb.fr)

Moteur de recherche par mots clés et recherche multicritères  
Carrousel pour pousser des offres présentes sur le site



Résultats de recherche (liste et carte interactive)



## Approche éditoriale et « inspirationnelle »

### OÙ VOULEZ-VOUS ALLER POUR VOTRE PROCHAIN SÉJOUR ?

Sélectionnez vite votre future destination

TOP DESTINATIONS INTERNATIONALES

ESPAGNE



ITALIE



DOM-TOM



AUTRES PAYS



FRANCE



### IDÉES POUR VOTRE PROCHAIN DÉPART



**Partir pas cher en Espagne**

Avec ses nombreuses formules à bas prix, l'Espagne détient le titre de championne mondiale des vacances pour tous. Plage de sable fin, criques secrètes, animations nautiques... Il y en aura pour tous les goûts.

[Vacances en Espagne pas chères](#)



**Villa avec piscine pour l'été**

Cet été, offrez-vous une location de villa avec piscine ! De la villa de luxe sur la Côte d'Azur à la maison de charme sur la Côte Atlantique, nous vous proposons la location de vacances idéale, quel que soit votre budget.

[Louez votre villa avec piscine](#)



**Les plus beaux sites naturels de France**

Si vous restez en France pour les beaux jours, vous pourrez partir à la découverte de paysages naturels d'une beauté exceptionnelle. Visite à pied ou à vélo, en barque ou à cheval, faites votre choix parmi nos 10 sélections.

[Top 10 des sites naturels français](#)

[www.abritel.fr/info/guide/touristique/destinations-monde/top-10-sites-naturels-france](http://www.abritel.fr/info/guide/touristique/destinations-monde/top-10-sites-naturels-france)

[Voir plus d'idées](#)