



PRÉSENTATION DES DONNÉES ET RECOMMANDATIONS DE SAISIE

ORGANISATION DES DONNÉES SIRTAQUI	6
Bordereaux et offres SIRTAQUI	6
Autres bordereaux.....	7
Contenu et nature des champs d'une offre	8
LES DONNÉES SIRTAQUI PAR BORDEREAU	12
Les hébergements.....	13
Aires de camping-car (ACC ou ACCAM).....	13
Hébergements collectifs (HCO ou HCOLL).....	13
Chambres d'hôtes (HLO)	16
Meublés de tourisme (HLO).....	16
Hôtellerie (HOT).....	19
Hôtellerie de plein air (HPA) renommé Campings	19
Résidences de Tourisme (RET ou RETOU).....	19
Villages de Vacances (VIL).....	20
Les activités et loisirs	20
Activités sportives (ASC).....	20
Activités culturelles (ASC).....	20
Prestataires de séjours itinérants (ASC)	20
Sites de dégustations (DEG).....	21
Équipements de loisirs (LOI).....	23
Thermalisme (TRMAL).....	24
Le patrimoine culturel	24
Artisans d'art (PCU).....	24
Musées (PCU)	25
Centres d'interprétations (PCU)	25
Parcs et jardins (PCU)	26

Petit patrimoine rural (PCU).....	26
Sites et monuments (PCU)	26
Visite d'entreprise (PCU).....	28
Visites guidées (PCU).....	28
Le patrimoine naturel (PNA).....	28
Les organismes (ORG).....	29
Les produits (OP031)	30
Les fêtes et manifestations (FMA)	30
Les itinéraires touristiques (ITI)	33
Les restaurants (RES).....	36
Les offres locales	37
Associations.....	37
Commerces et services	37
Les autres bordereaux.....	38
Accompagnement des socio-pros	38
Actualités	38
Brochures et Prospects.....	38
Contact pro	38
Élus	38
Formation	38
Journalistes et Médias	38
COLLECTE, CONSTITUTION ET CONTRÔLE DES DONNÉES SIRTAQUI	39
Les acteurs	39
La connexion	40
La création de fiches.....	40
Les aides à la saisie.....	42
L'accès aux offres hors de son territoire de compétence.....	42
La mise à jour des données	43
La validation.....	43
La suppression des offres	44
Le suivi qualité	44
Le respect du RGPD	45
Le principe de subsidiarité	46
Les règles de publication	46
L'open data.....	47
Les choix de publication.....	48
La qualification thématique des offres.....	48

Le SIRTAQUI et l'observation	49
Gestion de la Relation Client dans le SIRTAQUI.....	50
La documentation pour les utilisateurs de Tourinsoft	50
VOCABULAIRE SIRTAQUI,.....	52
RUBRIQUES DES BORDEREAUX ET CONSEILS DE SAISIE	52
Accès.....	53
Accessible aux personnes en situation de handicap	53
Activités sur place	53
Activités de proximité	53
Adhérents	53
Adresse	54
Animaux bienvenus.....	54
Borne de recharge pour véhicules électriques	54
Brochure en ligne.....	54
Capacité	55
Choix éditoriaux (gestion de)	56
Classement.....	56
Code Resa AGREGATEUR.....	56
Comment venir en transport en commun	56
Commune	57
Conditions Générales d'Utilisation du SIRTAQUI (CGU SIRTAQUI).....	57
Confort de l'hébergement.....	57
Contact et type de contact	57
Copies (voir aussi Duplication).....	58
DeepL (traductions)	58
Voir Descriptif commercial ci-dessous.....	58
Descriptif commercial.....	58
Diagnostic numérique	61
Diffusion vers des tiers et en open data	61
Données mutualisées	61
Double opt'in.....	62
Doublons	62
Duplication	63
Durée moyenne de l'expérience.....	63
Écomobilité	63
E-marketing	63
Enregistrement	63

Équipements.....	64
Extranet VIT.....	64
Fiche syndiquée vers.....	64
Fichiers.....	64
Géolocalisation.....	64
GoogleMap.....	65
Historique.....	65
Identifiant SIRTAQUI.....	65
Index SIRTAQUI.....	66
INSEE commune (voir Commune).....	66
Internet de séjour.....	66
Itinéraires associés.....	66
Itinéraires à proximité.....	66
Langues parlées.....	66
Listes (Gestion des).....	67
Localisation.....	67
Marques et labels.....	68
Mesures sanitaires (pour mémoire !).....	68
Mise à jour.....	68
Mise à jour des conditions d'ouverture et des tarifs.....	68
Moyens de communication grand public.....	69
MP3.....	69
Ne pas diffuser.....	69
Niveau (voir Offre locale).....	69
Nom de l'offre (voir Raison sociale).....	70
œnotourisme.....	70
Offres associées.....	70
Offre locale ou offre créée pour un usage local (« Niveau »).....	70
Ouverture accueil.....	70
Photos.....	71
Pictos.....	73
Planning.....	73
Présentation des offreurs.....	73
Qualification régionale.....	73
Qui contacter ? (voir Contact et type de contact).....	73
Raison sociale.....	73
Réception de groupes.....	74

Récompense(s) Concours Best Of Wine.....	74
Récompense(s) Trophées du tourisme	75
Référencement naturel	75
Réseaux sociaux	75
Réservation.....	75
Salle de réunions d'affaires.....	76
Tarifs.....	76
Taxe de séjour	76
Thèmes.....	76
Tourisme d'affaires	76
Tourisme et Handicaps	77
Tronc commun SIRTAQUI	77
Tronc commun des données GRC.....	77
Type/typologie d'offres.....	78
Vélo (à propos des informations pratiques pour les cyclistes)	79
Vidéo	79
Visites	79
Visite virtuelle.....	80
WEB 2.0 – Avis.....	80
Zone	80
CONTACTS DU RÉSEAU SIRTAQUI.....	81
Comité Régional de Tourisme de Nouvelle-Aquitaine	81
Corrèze Tourisme	81
Creuse Tourisme	81
Comité Départemental du Tourisme de la Dordogne	81
Gironde Tourisme	82
Landes Attractivité	82
Lot-et-Garonne Tourisme.....	82
ADT Béarn - Pays Basque.....	82
Conseil Départemental des Deux Sèvres.....	83
Comité Départemental du Tourisme de la Vienne	83
Conseil Départemental de la Vienne	83
Terres de Limousin	83

ORGANISATION DES DONNÉES SIRTAQUI

Les données du Tronc commun SIRTAQUI s'organisent essentiellement sur le format TourinFrance, notamment pour les découpages par type d'objet. Même si cela ne semble pas toujours pertinent – voire un peu complexe, **il faut absolument respecter au mieux le tronc commun et les règles de saisie**. Cela permet à tous et à chacun de bien exploiter les données.

Pour les hébergements, c'est la nature de leur déclaration (code APE/NAF notamment) et de leur classement Atout-France qui définit leur place.

Exemples : un grand gîte déclaré et classé en tant que meublé sera saisi en HLO ; plusieurs habitations légères de loisirs formant ce qui pourrait ressembler à campings mais classées en tant que meublés trouveront également leur place en HLO.

Un offreur avec plusieurs identités peut tout à fait apparaître dans plusieurs bordereaux.

Exemple : un producteur faisant visiter son exploitation, disposant d'une chambre d'hôtes et d'une aire de camping-car.

Un offreur peut tout à fait avoir plusieurs fiches dans un même bordereau.

Exemple : un prestataire d'activités sportives détaillant chaque activité avec un descriptif, des conditions d'ouverture, des tarifs et des photos dédiées.

À chacun de juger ce qui est le plus pertinent, et le plus gérable, car ensuite, il faut mettre toutes les fiches à jour...

>>> **Lors de l'exploitation des données à destination du grand public, il est possible de s'affranchir de la classification exigée par la base de données : les objets peuvent être gérés ensemble par votre prestataire web**, comme les grands gîtes (HLO) et les gîtes de séjour (HCO), les aires de camping-car (ACC) et les campings (HPA), les sites de dégustations (DEG) et les boutiques de produits du terroir (Commerces et services), ou encore les activités sportives (ASC) et les équipements de loisirs (LOI). Votre contact départemental SIRTAQUI vous accompagne pour organiser vos playlists, de manière totalement transparente pour le visiteur.

>>> **À propos de la modification de la structure des données** (ex : utiliser la rubrique « Ouverture accueil au lieu des « Dates de la manifestation » en FMA) : elle se révèle une option complexe, qui entraînerait le changement de toutes les extractions de la base, y compris des quelques 10000 flux qui alimentent des sites internet et autres supports numériques. Elle peut être réalisée après une étude complète de toutes ses conséquences.

BORDEREAUX ET OFFRES SIRTAQUI

Différents objets touristiques sont répertoriés dans la base de Données SIRTAQUI :

- des hébergements,
- des restaurants,
- des prestataires d'activités et de loisirs,
- des sites de visite, que ce soit un lieu de dégustation, du patrimoine culturel ou naturel,
- des itinéraires,
- des offres thermalisme (stations et établissements),
- des organismes, dont les institutionnels du tourisme (OT, CDT/ADT et CRT),
- des produits touristiques (au moins deux prestations vendues ensemble),
- des fêtes et manifestations.

Chaque objet entre dans un bordereau (ou répertoire) résumé en quelques lettres :

- ACCAM pour Aires de Camping-Car,
- HCOLL pour Hébergements collectifs (gîte d'enfants, gîte d'étape, auberge de jeunesse, ...),
- HLO pour Hébergements locatifs (meublés et chambres d'hôtes),
- HOT pour Hôtel,
- HPA pour Hôtellerie de Plein Air, aujourd'hui renommé Campings,
- RETOU pour Résidences de Tourisme,
- VIL pour Villages de Vacances,
- ASC pour Activités sportives, Activités culturelles, et prestataires de séjours itinérants,
- DEG pour sites de Dégustation (tous produits du terroir),
- LOI pour Équipements de Loisirs,
- ITI pour Itinéraires
- TRMAL pour Thermalisme,
- PCU pour Patrimoine Culturel (musées, parcs et jardins, sites et monuments historiques, ...),
- PNA pour Patrimoine Naturel,
- RES pour Restaurants,
- ORG pour Organismes,
- OP031 pour Produits (de la ½ journée au séjour, les pass),
- FMA pour Fêtes et manifestations.

Parfois, une offre peut entrer dans plusieurs bordereaux. Exemple : une exploitation viticole avec hébergement, visite, dégustation et animations. On ne décrit alors de l'offre que ce qui concerne le bordereau.

Si saisir un même prestataire dans différents bordereaux afin de promouvoir toutes ses activités peut donc être nécessaire, utile et/ou pertinent - suivant les cas, il est conseillé de le faire avec discernement, il y a déjà pas mal de travail sans s'ajouter la gestion de ces fiches en « doublon ».

>>> À noter : une offre peut être taguée pour apparaître sur différentes pages, dans différentes rubriques d'un site internet, sans qu'il soit nécessaire de la dupliquer.

>>> Si la fiche est dupliquée, il faut qu'elle apporte une vraie plus-value : présentation de chaque partie de l'activité avec descriptif, tarifs et photos dédiés.

>>> Il n'est pas possible de transférer une offre d'un bordereau à l'autre, il faut donc vérifier avant tout ajout le répertoire le plus pertinent pour l'offre.

Penser à regarder l'index (voir mot *Index*).

Les offres (ou fiches) ont un identifiant TourinFrance sur le modèle suivant :

« Type + AQU + numéro du département précédé d'un zéro + lettres et chiffres »

Le type correspond aux quelques lettres du bordereau.

Les chiffres et les lettres qui suivent assurent un identifiant unique à chaque fiche.

AUTRES BORDEREAUX

Deux bordereaux sont réservés aux offres non directement touristiques, utiles à de nombreux membres du Réseau SIRTAQUI :

- Associations (code : A0014),
- Commerces et services (code : A0013).

Lié à la gestion accueil de Tourinsoft, deux bordereaux permettent le suivi de la relation client : « Prospects » et « Brochures ». Leur contenu peut être partagé, il est **privé par défaut** (aucune structure ne voit vos données).

Même chose pour ces deux bordereaux, communs à tous dans la région mais aux données privées, sauf à en souhaiter le partage :

- Médias (code : OP008),
- Journalistes (code : OP007).

Un bordereau a été créé pour les « Élus » (son code : OP003). Le CRT y tient à jour ceux de la Région, les ADT/CDT ceux du département et parfois également, les maires.

>>> À noter : une personne assurant plusieurs mandats (ex : député et maire) dispose d'**une fiche par mandat** afin de gérer plus facilement les données ; après une élection, on supprime tout et on importe la nouvelle liste et cela permet d'avoir les bons contacts à qui écrire en copie, qui souvent différent (ex : attaché parlementaire et secrétaire de mairie).

Un bordereau permet de gérer accompagnement et suivi des sociopros et porteurs de projets, « Accompagnement des socio-pros » (code : SUIVI).

Un bordereau recense les « Formations » (code : A6418) liées au tourisme organisées dans la région.

Enfin, le bordereau « Actualités » permet de gérer les articles qui apparaissent dans la page d'accueil de l'extranet Votre Information Touristique.

CONTENU ET NATURE DES CHAMPS D'UNE OFFRE

Chaque offre (ou fiche) est renseignée par :

- la définition, en une ou plusieurs rubriques, du type d'offre concerné,
- l'adresse,
- les personnes à contacter pour travailler avec l'offreur,
- les moyens de communication grand public et le cas échéant, le lien de réservation directe,
- des descriptions commerciales (pour tous, pour le département ou la région, textes classiques, rédigés pour les éditions ou les supports mobiles, texte avec wysiwyg),
- les informations légales (dont RCS et SIRET),
- des marques, labels et autres signes de reconnaissance,
- des tags web-éditoriaux pour une bonne exploitation des données sur supports numériques,
- les éléments de localisation (site et situation),
- les moyens d'accès, beaucoup moins importants à renseigner aujourd'hui car l'affichage des données sur carte, les smartphones et les GPS simplifient le déplacement,
- les coordonnées Googlemap (toujours à vérifier !),
- les textes « Comment venir » et « Comment venir en transport en commun »,
- la position de l'offre par rapport aux itinéraires de randonnée à proximité (il existe une autre rubrique plus détaillée avec la distance par rapport aux itinéraires vélo),
- les dates d'ouverture, avec jours et horaires quand cela s'impose,
- les langues parlées,
- l'accessibilité (personnes en situation de handicap, groupes, animaux),

- le label Tourisme et Handicaps et, pour les plages, Handiplage,
- les tarifs et les moyens de paiement acceptés,
- les équipements, services, activités proposées sur place, voire à proximité,
- des photos, vidéos et autres supports multimédia dont les réseaux sociaux,
- une présentation plus personnelle de l'offreur (en bas de l'onglet Multimédias).

S'ajoutent, suivant le type d'objet touristique :

- des adresses complémentaires, comme celle du gestionnaire ou du propriétaire, de l'organisateur pour les évènements,
- les classements Atout-France,
- les chaînes,
- le descriptif des hébergements, dont la capacité et les éléments de confort,
- le descriptif des salles de réunion d'affaires,
- le planning de réservation et la déclaration de plusieurs plannings Ical à agréger,
- des liens et informations de plateformes de réservation,
- le montant de la taxe de séjour,
- les conditions de visites des sites de découverte.

Des informations attribuées par le système sont disponibles à l'export pour chaque offre :

- la date de création,
- la date de dernière modification,
- le code INSEE de la commune où se situe l'offre et, par conséquent, la liste des zones (géographiques, touristiques, le long d'un itinéraire, ..., paramétrables à volonté) dont cette commune fait partie.

La rubrique « Qui contacter ? » liste les personnes référentes de l'offre : propriétaire, direction, gérant, service accueil, commercial, etc. Y figurent leurs nom, prénom et coordonnées directes (mèl, téléphone fixe et mobile). Ce sont **des données à caractère personnel soumises au RGPD**, il est important de respecter leurs règles d'usage (voir mot *Contact*).

>>> **Les données de cette rubrique sont réservées à l'usage interne des membres du Réseau SIRTAQUI.** Pour toute transmission externe, consulter le document d'application concernant le RGPD et se rapprocher de son référent RGPD.

Il est possible de lier des offres entre elles (« Offres associées »), comme un hôtel et son restaurant, un site et les manifestations qu'ils organisent, ... Les données de ces deux fiches peuvent ensuite être exploitées ensemble par un prestataire web.

Plusieurs champs concernent la gestion et la diffusion de l'offre (voir *Les règles de publication* où se trouve aussi des infos sur les CGU, les mots *Conditions Générales d'Utilisation du SIRTAQUI* et *Offre locale* dans la partie « Rubriques des bordereaux et conseils de saisie »).

D'autres champs, souvent différents dans chaque département, permettent enfin de gérer :

- le suivi des mises à jour de l'offre ;
- des adhésions ;
- des choix éditoriaux,
- l'envoi de newsletters.

Des onglets, très proches pour chaque objet, structurent le tout :

- **Identification**, qui comprend notamment l'adresse, les contacts, les descriptions commerciales, les informations sur l'appartenance à une chaîne, à un label ou une marque, ainsi que toutes les informations permettant de gérer la diffusion de la fiche vers le grand public ;
- **Accès-Localisation**, avec les accès (autoroute, gare, aéroport, ...), la localisation (ville, campagne, bord de plage, ...), comment venir et comment venir en transports en commun, la géolocalisation GoogleMap et la position de l'offre par rapport aux itinéraires rando et vélo ;
- **Infos/résa**, qui présente les moyens de communication grand public, une adresse directe de réservation le cas échéant, les informations sur les plateformes où l'offre peut être réservée, ainsi que des calendriers de disponibilités ;
- **Accueil**, avec les conditions d'ouverture, l'accueil des personnes handicapées, la réception des groupes, les langues parlées, l'information sur les animaux bienvenus et, pour les activités et sites de visite, la présentation de la ou des salles de réunions ;
- **Tarifs**, avec les tarifs (intitulé, min, max et complément) et les moyens de paiement acceptés, la taxe de séjour pour les hébergements ;
- **Descriptif**, spécialement pour les hébergements, les capacités, les éléments de confort et la présentation de la ou des salles de réunions ;
- **Visites**, spécialement pour tous les lieux à visiter, les conditions de visite, les langues de la visite, les supports audio/vidéo ou autres informations liées à ces visites ;
- **Multimédias**, pour photos, vidéos, sons, visites virtuelles, coordonnées sur les réseaux sociaux, données pour afficher des avis d'internautes, présentation de l'offreur (nom, descriptif et photo) ;
- **E-marketing**, lié au module du même nom de Tourinsoft ;
- **Extranet V.I.T.**, où sont enregistrées les coordonnées de connexion à l'extranet propriétaires Votre Information Touristique.

Des onglets créés par le Réseau SIRTAQUI complètent la description de chaque offre. Certains sont communs, comme :

- **Nouvelle-Aquitaine**, avec un descriptif commercial adapté à la région, la qualification thématique selon le référentiel SIRTAQUI (voir *La qualification thématique*), une liste de sites où l'offre peut être diffusée (choix éditorial) ;
- **Tourisme d'affaires**, comme son nom l'indique pour décrire les équipements, tarifs et services qui lui sont propres et ajouter photos, vidéos et fichiers dédiés ;
- **Internet de séjour**, dédié à la description fine de l'ambiance et des atouts de l'offre pour une réponse par envies à nos visiteurs ;
- **Commun**, pour la gestion des labels Accueil vélo et Tourisme et Handicaps ;
- **Observation**, pour la gestion des données par les Observatoires ;
- **Diagnostic numérique**, pour faire le point sur les pratiques/besoins de chaque offreur.

D'autres onglets permettent à chaque organisme de gérer les informations qui lui sont propres. Ils portent en général le nom de l'organisme qui les gère (ex : CRT, LPO, PNRLG) et sont privés.

Pour plus de lisibilité, des **rubriques**, encore appelées « granules », rassemblent les champs comme ceux liés à l'adresse, à la capacité d'un hébergement ou encore tous les moyens de communication grand public d'un offreur.

Enfin, voici les différents types de champs qui recueillent ces informations :

- **des champs texte** (caractères alphanumériques) comme les champs d'adresse (raison sociale, adresse1, adresse2, commune, etc.), le descriptif commercial (avec éditeur wysiwyg possible), les informations ouverture, les informations sur les visites, etc.,
- **des champs avec une URL**,
- **des champs avec liste de plusieurs valeurs** (marques et labels, modes de paiement acceptés, confort, équipements, etc.),
- **des coordonnées GoogleMap**,
- **des champs numériques** comprenant des chiffres et pour lesquels le séparateur décimal est une virgule (prix, nombre d'emplacement, distance, ...), dans lesquels comme leur nom l'indique on ne met que des chiffres (pas de sigle euro, pas km ou h),
- **des champs oui/non** comme accessible aux personnes à mobilité réduite, groupe accepté ou animaux bienvenus,
- **des champs dates** au format jj/mm/aaaa et **des champs horaires** au format hh:mm,
- **des champs qui invite à télécharger une photo, un fichier, une vidéo...**

Il y a souvent des info-bulles qui indiquent quoi et comment saisir, voire des masques de saisie pour guider le format de la donnée. Il est bien sûr primordial de respecter ces règles communes.

>>> Ces règles sont disponibles dans le tableau Excel « Tronc commun SIRTAQUI », mis à jour autant que de besoin (voir *Tronc commun SIRTAQUI*).

>>> Pour bien « ranger » les offres et savoir où les trouver, **un index des entrées SIRTAQUI** (objets touristiques, marques et labels, équipements, ...) est disponible.

<https://www.sirtaqui-aquitaine.com/faq/index-sirtaqui/>

LES DONNÉES SIRTAQUI PAR BORDEREAU

À NOTER

Ranger ses données différemment dans le SIT et sur ses supports de com', c'est possible !
Il y a des exigences d'organisation et des règles dans la gestion d'un SIT comme il y en a dans la communication, la promotion et le marketing auprès de nos clientèles. **Il faut absolument respecter au mieux le tronc commun et les règles de saisie.**

Ensuite, lors de l'exploitation des données à destination du grand public, on filtre, on découpe, on associe, de manière totalement transparente pour le visiteur. Demandez, **vous pouvez lors des exports de données vous affranchir de la norme SIRTAQUI !**

Les hébergements

Aires de camping-car (ACC ou ACCAM)

Type d'aires :

- Aires de services
- Aires de stationnement
- Aires de camping-cars (stationnement et services)

Les données sont utilisées aux échelons départemental, régional et national (et même internationale aujourd'hui avec l'open data). Lorsqu'elles sont affichées toutes ensemble dans une liste, il est important d'identifier facilement chaque offre, d'où l'importance de la raison sociale. Elle doit indiquer de quoi il s'agit et se distinguer avec le lieu ou tout autre dénomination propre :

- Aire de services de Morcenx
- Aire de camping-car La Pinède
- Aire de stationnement de Cubzac-les-Ponts

Les aires sont publiques ou privées. Dans ce dernier cas, elles portent simplement le nom du site où elles se trouvent (ex : Château Cazaux-Normand, Domaine de Grand Homme) et le type précise leur(s) prestation(s).

Sont saisies ici les aires qui ne font pas partie d'un camping. Il est possible d'exploiter ensemble en sortie de SIT ces aires et les campings qui accueillent les camping-caristes.

Hébergements collectifs (HCO ou HCOLL)

Les types d'hébergements collectifs :

- Accueil pèlerins
- Auberge collective
- Auberge de jeunesse
- Centre d'accueil de groupes
- Centre international de séjour
- Centre de vacances (colonies, centres réservés à une entreprise)
- Centre international de séjour
- Gîte de groupe / séjour
- Gîte d'enfants
- Gîte d'étape
- Maison familiale de vacances
- Refuge classé gardé

Une auberge collective est un établissement commercial d'hébergement qui offre des lits à la journée dans des chambres partagées ainsi que dans des chambres individuelles à des personnes qui n'y élisent pas domicile (Code du tourisme : article L 312-1). Elle poursuit une activité lucrative ou non. Elle est exploitée, par une personne physique ou morale, de manière permanente ou saisonnière. Elle est dotée d'espaces collectifs dont au moins un espace de restauration. Les sanitaires sont communs ou privatifs dans les chambres. Elle peut comprendre un ou plusieurs bâtiments collectifs.

L'auberge collective est une catégorie d'hébergement touristique marchand qui regroupe depuis 2020 les auberges de jeunesse (ancien article L325-2 du code du tourisme), les « hostels », les centres internationaux de séjour, voire certains refuges de montagne.

La création de ce statut d'auberge collective a emporté corrélativement l'abrogation de la catégorie des auberges de jeunesse. Le nouveau texte (article L 312-1 du code du tourisme) est d'application directe et est entré en vigueur le 30 décembre 2019.

Voir les modalités de cette décision :

<https://www.entreprises.gouv.fr/fr/tourisme/conseils-strategie/hotellerie-hotels-de-tourisme-et-auberges-collectives>

Une auberge collective peut maintenant demander le classement.

<https://www.atout-france.fr/actualites/desormais-les-auberges-collectives-pourront-etre-classees>

NB : Les auberges de jeunesse sont encore largement connues du grand public ; cette dénomination a donc été conservée dans le SIT.

Les « Accueils pèlerin » sont des hébergements qui déclarent recevoir les personnes en route (à pied, à vélo, voire à cheval) vers Compostelle. Ce peut être des gîtes d'étape, des gîtes ou centre d'accueil de groupe, quelques auberges de jeunesse ou centres internationaux de séjour placés sur l'un des itinéraires jacquaires ou à proximité immédiate. Ce sont aussi des hébergements spécifiquement, uniquement parfois, dédiés aux pèlerins de Compostelle tenus par une municipalité ou un privé.

Renommée « Auberge collective », une **auberge de jeunesse** est un établissement régi par une association à but non lucratif. Elle offre aux usagers un hébergement et un service de restauration limité et/ou une cuisine individuelle de même que d'autres prestations, programmes et activités. Ces derniers sont principalement destinés aux jeunes dans un objectif éducatif et récréatif. Elle possède un double agrément Ministère de la Jeunesse et des Sports et Ministère de l'Éducation Nationale.

Les « centres d'accueil de groupes » sont des lieux d'accueil privés ou municipaux pouvant recevoir des groupes : groupes d'enfants ou d'adultes, colonies de vacances, groupes du troisième âge, voyages de fin d'année, groupes de randonneurs, de cyclos, de vélos, de motocyclistes, organisation de séminaires, de rencontres d'amis, cousinade, copains d'avant, pour célébrer un mariage, un évènement familial, un rassemblement thématique, club de voitures anciennes, groupes à partir de 10 personnes, avec ou sans prestation de restauration.

Certains centres proposent de la gestion libre, c'est à dire de la location de chambres sans prestation de restauration. Le groupe prend en charge l'organisation de la restauration, généralement à l'extérieur de du centre. Généralement, en plus du petit-déjeuner, la plupart centre d'accueil proposent une prestation de restauration, en demi-pension ou en pension complète.

Renommé « Auberge collective », un **centre international de séjour** a double vocation : lieu d'hébergement et de restauration, c'est aussi un lieu culturel. Son concept repose sur la convivialité, la rencontre et les échanges internationaux. Il dispose donc d'importants espaces collectifs favorisant la découverte et la rencontre.

Il possède un double agrément Ministère de la Jeunesse et des Sports et Ministère de l'Éducation Nationale.

Les **centres de vacances (ou colonies de vacances)** sont des accueils collectifs avec hébergement pour les jeunes âgés de 4 à 17 ans lors de leurs congés scolaires, professionnels ou de leurs loisirs. Les groupes accueillis sont composés d'au minimum 12 enfants et/ou adolescents pour une durée supérieure à 5 nuits.

Les organisateurs, associations ou collectivités locales qui proposent de tels accueils collectifs de mineurs avec hébergement sont tenus de les déclarer auprès des services déconcentrés du ministère chargé de la jeunesse.

Les centres de vacances réservés à une entreprise sont saisis en base pour les besoins de l'Observatoire régional de tourisme et de l'INSEE. Ils ne sont pas accessibles au grand public, donc non diffusés (Stopper la diffusion = Oui).

Les **gîtes de groupes / séjour** sont des gîtes de grande capacité (de 12 à 50 personnes) proposant un séjour d'une semaine ou d'un week-end. **CE NE SONT PAS DES MEUBLES DE TOURISME**, qui eux seront saisis en HLO.

Ils sont équipés de cuisine, d'espaces de vie modulables pour que différents groupes puissent s'isoler, de couchages en chambre ou en dortoir avec une literie confortable (les draps peuvent parfois être fournis), de sanitaires collectifs ou privatifs et d'un terrain attenant aménagé (mobilier de jardin, barbecue, terrain de jeux...).

Ils se situent à proximité immédiate de lieux d'activités de loisirs et de découverte. L'accès est carrossable et le stationnement situé à proximité immédiate est adapté à la capacité du gîte.

Un gîte de groupe peut se présenter à la fois comme gîte d'étape et gîte de séjour, sous réserve qu'il garde un nombre suffisant de places disponibles pour la clientèle en étape. Il doit respecter l'ensemble des conditions du gîte d'étape et du gîte de séjour. L'aménagement du gîte nécessite donc de pouvoir réserver des espaces distincts les uns des autres, qu'il s'agisse des unités de couchage, des sanitaires ou des espaces de détente, et ce afin que puissent cohabiter la clientèle en étape et la clientèle en séjour.

Les **gîtes d'étape** sont conçus pour un accueil en chambre individuelle et/ou en dortoir de randonneurs (pédestres, cyclistes, équestres...) et privilégient l'accueil à la nuitée. Ils se situent à proximité d'un itinéraire de randonnée reconnu (GR, Tour de Pays...). Ils sont équipés d'une cuisine équipée, d'une salle à manger, de sanitaires et de couchages. Un service de repas peut être proposé mais ne doit pas être obligatoire (formule unique en ½ pension ou pension complète interdite). L'aménagement du gîte doit permettre la pratique d'activités à proximité (rangements chaussures de marche, vélos, cordes d'escalade, ...).

Les **gîtes d'enfants** sont des gîtes spécialisés dans ce type d'accueil **tous labellisés par les Gîtes de France**. Il faudrait **EVITER DE COCHER CET ITEM SANS LE LABEL**.

Les **maisons familiales de vacances** sont des établissements sans but lucratif, à caractère social, familial et culturel qui ont pour principale vocation l'accueil des familles pendant leurs vacances et leurs loisirs. Elles sont, en priorité, ouvertes aux familles ayant des revenus modestes.

Une maison familiale de vacances peut être composée de natures d'hébergement variées : appartement, gîte, chambre, emplacement (type camping). Les locaux dans lesquels elle fonctionne peuvent être utilisés pour une autre activité en dehors des vacances scolaires.

Elles sont agréées par la DDASS.

Un **refuge** est un hébergement recevant du public, gardé ou non, situé en altitude dans un site isolé. Cette notion d'isolement se caractérise par l'absence d'accès - par voie carrossable et par remontée mécanique téléportée ouvertes au public - et par l'inaccessibilité du lieu, pendant au moins une partie de l'année, aux véhicules et engins de secours.

Sa vocation est d'offrir un hébergement à caractère collectif à des personnes de passage. Le décret du 23 mars 2007 limite sa capacité à 150 personnes et autorise l'accueil de mineurs, malgré la promiscuité de l'hébergement. Il prévoit aussi que le refuge peut disposer d'aménagements permettant de dispenser un service de restauration. Compte tenu de sa fonction d'intérêt général d'abri, le refuge dispose en permanence, à l'intérieur, d'un espace ouvert au public. Lorsque le refuge est gardé, cet espace comprend au moins une salle permettant de consommer ses propres provisions. Dans le cas contraire, cet espace doit également offrir un hébergement sommaire. La majorité des refuges de montagne sont aujourd'hui gérés par le Club alpin français (Fédération française des clubs alpins et de montagne).

Chambres d'hôtes (HLO)

Le SIRTAQUI recense toutes les chambres d'hôtes, déclarées en Mairie ou non.

IL Y A UNE FICHE PAR ETABLISSEMENT, QUEL QUE SOIT LE NOMBRE DE CHAMBRES.

Les établissements de plus de 5 chambres ne sont pas des chambres d'hôtes et doivent être saisis en tant qu'hôtel.

Ceux qui ne proposent pas de petit-déjeuner pourront être saisis en tant que « Chambre chez l'habitant » (voir avec votre référent SIRTAQUI départemental).

<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/appellations-chambres-dhotes-chambres-chez-lhabitant-et-gites>

Un nom pour se vendre : Beaucoup d'établissements prennent le nom des hôtes, cela peut-être aussi celui de la maison, du lieu-dit. Une belle raison sociale retient l'attention alors n'hésitez pas à demander au propriétaire ou au gestionnaire de proposer un nom commercial à ses chambres lors de la mise à jour. À défaut, indiquer « Chez M. et Mme ... », plus personnel et chaleureux.

Meublés de tourisme (HLO)

Le SIRTAQUI recense toutes les locations de vacances :

- les meublés classés Tourisme,
- les meublés labellisés (Accueil Paysan, Clévacances, Fleurs de Soleil, Gîtes de France, ...), classés ou non,
- les meublés déclarés en Mairie ou non,
- les meublés ni classés ni labellisés.

Il est rappelé qu'il doit y avoir **une fiche par meublé**, par exemple dans le cas d'un village de gîtes, chaque fiche donnant sa capacité précise.

Lorsque **tous les hébergements d'un village de gîtes sont identiques** (notamment avec la même capacité), une fiche générique peut remplacer les fiches individuelles. Elle indiquera :

- la capacité d'un hébergement dans « Capacité maximum »,
- le nombre total d'hébergements similaires dans le village dans « Nombre d'unités de logement ».

Un nom pour se vendre : Il y a en base autour de 39 000 meublés. Même à l'échelon d'une destination hors des grands circuits touristiques, cela peut représenter pas mal d'offres. Pour se démarquer dans une longue liste d'hébergements, quoi de mieux qu'une belle raison sociale ? Ça vaut le coup de demander au propriétaire ou gestionnaire de proposer un nom commercial à sa location ou à ses chambres lors de la mise à jour. C'est un argument de vente qui peut être entendu !

Voici quelques suggestions que vous pouvez leur faire, inspirées des raisons sociales des hébergements locatifs de Sarlat :

- un nom avec le prénom de la propriétaire ou d'une personne comptant pour elle : Appartement Christine, Chez Dominique, Gîte Lucie, La Ferme d'Olivia, La Maison de Colette, Le Jardin de Célia ;
- un nom construit avec celui de la rue ou du lieu-dit : Appartement Le Rousseau, Domaine du Breuil, La Boétie, Pont de Campagnac ;
- un nom qui évoque des particularités de la localisation, de l'orientation de la location, de la végétation du jardin ou alentours, voire de l'ambiance de l'hébergement : Au cœur de Sarlat, Au soleil couchant, Au soleil levant, Cocon Bohême, Gîte des trois ruisseaux, Appartement Côté Sud Vert, Villa les Lilas ;
- un nom reprenant celui de la maison, de la résidence ou de la SCI propriétaire : Clos de l'Endrevie, Excellent Sarlat, Immeuble La Salamandre - Appartement 12 (on pourrait même enlever « Immeuble », qui a une image différente selon les sensibilités des clients), Villa les Clarisses ;
- une déclinaison sur un thème, comme de grands peintres (Appartement Cézanne, Appartement Gauguin) ou bien des éléments végétaux (Studio Anémones, Studio Tulipes) ;
- des noms qui parlent traditions locales, histoire, gastronomie, ... : les Troubadours, La Truffière, La Vieille Treille, La Villa des Consuls, ... ;
- et tout nom qui touche le propriétaire : Bayaou, Ejoki, Eole, Gîte Beau Ciel, Gîte du Coq, ou encore Manoir fontaine de l'amour (pour les romantiques invétérés !).

Un joli nom trouvé ? On peut alors aussi utiliser une numérotation des locations de vacances pour le décliner autant que possible.

Location de meublés, annonce d'un particulier ou d'un professionnel : Depuis le 1er janvier 2021, chaque opérateur qui publie sur son site internet une offre de location meublée touristique et la commercialise doit préciser si elle émane d'un particulier (Annonce d'un particulier) ou d'un professionnel (Annonce d'un professionnel) – une information à renseigner dans « Infos légales/Statut du loueur de meublé ».

Une note du cabinet juridique d'ADN Tourisme précise/cadre cette obligation : elle ne concerne que les sites internet sur lesquels il y a commercialisation de meublés de tourisme (le décret touche uniquement ce type de HLO), et non les sites d'information.

<https://aquitaine.media.tourinsoft.eu/upload/Decret-2020-1585-du-14-decembre-2020---Proprietaires-professionnels.pdf>

Elle s'adresse donc aux intermédiaires sur internet entre les loueurs et les clients, par exemple une centrale de réservation d'un OT ou d'un CDT/ADT, une agence immobilière, une plateforme du type AirBnB, une plateforme de commercialisation de Gîtes de France, ...

Il faut donc collecter cette information dans le SIRTAQUI, dans les informations légales ("Statut du loueur de meublé") ; elle sera basée sur du déclaratif du propriétaire du meublé, vous devinerez aisément pourquoi dans la note d'ADN Tourisme.

Tous les membres du Réseau SIRTAQUI concernés (intermédiaires de vente) doivent ensuite faire le nécessaire pour afficher cette information sur leur site internet.

Un meublé reste un meublé, saisi en HLO : À plusieurs reprises, des propriétaires de meublés de tourisme ont demandé à être vendus sous différents formats, différentes identités :

- chaque gîte à part mais en stipulant que la location mutualisée est possible,
- en tant que gîte de grande capacité, gîte de groupe / séjour, voire en résidence de tourisme,
- avec un ou plusieurs équipements accessibles à tous les gîtes,
- réservable en tant que chambres d'hôtes à certains moments de l'année, ...

Tout cela soulève toujours de nombreuses questions de rangement dans nos bordereaux, notamment afin d'éviter des doubles comptes pour l'observation, des doubles saisies pour le propriétaire comme l'office de tourisme, et, surtout, de rester en règle avec la législation !

La réponse apportée par notre experte au sein du Réseau est simple : on "range" en fonction de la qualité de l'hébergement (ici par rapport à la déclaration en Mairie), et il y a différentes manières de le commercialiser ensuite (attention à ne pas induire la clientèle en erreur cependant). Un meublé se saisit donc en HLO et on renseigne quelques informations (voir ci-dessous) pour bien mettre en valeur ses spécificités.

Si le site propose une salle commune à tous, celle-ci peut être qualifiée d'ERP ; elle ne change en rien le statut de l'hébergement.

Si les meublés peuvent être loués ensemble, ils seront aussi loués individuellement à un moment ou à un autre, on garde donc toutes les fiches en HLO.

- « Descriptif de l'habitation » :

« **Dans village de gîtes** » indique qu'il y a d'autres gîtes voisins, au moins 5 au total pour mériter ce terme ; toutefois, un hameau où il n'y aurait que des gîtes à louer (même moins de 5) pourrait porter ce critère.

Ces gîtes peuvent être au même propriétaire ou non, mais ils doivent être réservables ensemble (ex : un site internet commun). Ce qui fait l'intérêt du village, c'est justement la possibilité de réserver plusieurs gîtes dans un même site.

Il peut y avoir un ou plusieurs équipements communs à ces gîtes, mais leur présence n'est pas indispensable pour cocher la case.

« **Gîte associable** » signifie qu'un gîte peut être loué avec un ou plusieurs autres pour bénéficier d'une plus large capacité (dans un village de gîtes ou non). Leurs critères :

- Il faut que les gîtes appartiennent au même propriétaire (sauf si, comme pour le village de gîtes, les réservations se font au même endroit).
- Il faut qu'ils soient mitoyens ou vraiment très proches (même domaine/propriété).
- Il faut autant que possible que la raison sociale ou le code hébergement indique lesquels sont « associables » (ex : Les gîtes du hameau – le chêne et Les gîtes du hameau – le châtaignier ; La cordée 1 et la cordée 2...). Ainsi, le touriste voit facilement les liens entre gîtes dans un listing et l'utilisateur SIT fait lui aussi le lien pour faciliter le suivi et la mise à jour de l'information.

Le descriptif commercial peut mentionner cet atout : « Sous réserve de disponibilité, ce gîte peut être loué avec un/deux/trois/... gîtes voisins pour une capacité de ... ».

- « Type d'habitation » :

« **Grand gîte** » peut être coché dès que la capacité atteint 10 personnes et plus ; à noter, un meublé de plus de 15 personnes peut être un HLO s'il a été déclaré comme tel ; quelques fiches ont été saisies en HCO pour ces établissements, elles peuvent rester classées ainsi pour faire simple.

« **Gîte à capacité modulable** » : ce sont grands gîtes qui adaptent capacité et tarifs selon la saison, louant une partie seulement de l'hébergement.

- « Services » : la rubrique permet de lister ce qui est proposé ; un meublé peut avoir un accueil et/ou proposer **des services para-hôtelières**, c'est une question de TVA pour lui mais il reste un HLO.

Hôtellerie (HOT)

Le SIRTAQUI recense tous les hôtels, classés ou non, y compris des établissements qui veulent être considérés comme des chambres d'hôtes mais ne répondent pas aux critères (plus de 5 chambres et de 20 personnes).

NB : Attention pour ces hôtels qui se veulent « maisons d'hôtes », leur nom peut induire le consommateur en erreur et cela peut leur être reproché.

<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/appellations-chambres-dhotes-chambres-chez-lhabitant-et-gites>

Quelques hôtels louent des chambres dans des hébergements individuels (cabanes perchées, chalets ou autres constructions souvent insolites). Ces chambres ne doivent pas faire l'objet d'une nouvelle fiche. Elles doivent être valorisées dans le descriptif commercial et via des photos.

Hôtellerie de plein air (HPA) renommé Campings

Le SIRTAQUI recense tous les campings, classés ou non. La définition de chaque type de camping est disponible en ligne sur le site de la DGE.

Type de camping et capacités doivent correspondre (ex : les aires naturelles comprennent un nombre maximum de 30 emplacements).

Les campings à la ferme : L'appellation « camping à la ferme » ne constitue pas un terme réglementaire et le camping à la ferme ne fait l'objet d'aucun classement réglementaire spécifique. Ce sont en général des terrains déclarés ou des aires naturelles qui peuvent être identifiés en tant que « camping à la ferme » par leur raison sociale ou bien leur localisation (« Dans une exploitation viticole », « Sur une exploitation agricole »).

Un PRL est un type de camping ; à ce titre, comme tout hébergement, son classement est volontaire et non obligatoire. Il peut donc être non classé.

L'aire naturelle est aussi un type de camping, et en l'occurrence pas un terrain de camping classé. L'item dans « Type de structure » est donc « Aire naturelle ».

Résidences de Tourisme (RET ou RETOU)

Le SIRTAQUI recense toutes les résidences, classées ou non.

<https://www.entreprises.gouv.fr/fr/tourisme/conseils-strategie/residences-de-tourisme>

Villages de Vacances (VIL)

Le SIRTAQUI recense tous les villages de vacances, classés ou non.

<https://www.entreprises.gouv.fr/fr/tourisme/conseils-strategie/villages-de-vacances>

Les activités et loisirs

Activités sportives (ASC)

Sont saisis ici les prestataires proposant une activité sportive, en règle générale dépendant d'une fédération sportive. Il y a des exceptions, comme l'accrobranche, la location de vélos ou de matériel de surf, les gyropodes, les jeux de laser, ...

Certains sports sont plutôt réservés à une pratique locale (ex : athlétisme, football, basket). Dans cette base de données à vocation touristique, les offres de ces disciplines seront de préférence saisies dans le bordereau Associations.

Besoin de tout exploiter ensemble sur votre site web ? Les données activités sportives d'ASC et les associations sportives, ou bien les activités sportives et les équipements de loisirs de LOI peuvent être associées sur une page.

Activité sportive et équipement : Plusieurs offres sont tout autant des équipements que des prestataires d'activités. Le réseau a fait des choix pour éviter les doubles saisies et, surtout, retrouver tous les offreurs d'une même catégorie dans le même bordereau.

Les **golfs** doivent être obligatoirement saisis en tant qu'équipements de loisirs (LOI), qu'ils soient mini, swin, naturel ou encore 9 ou 18 trous ; ce n'est pas indispensable en tant qu'activité sportive (ASC), où vous pouvez vous contenter de référencer les prestataires y assurant des cours.

Les **centres équestres** sont saisis en ASC.

Les **murs d'escalade** doivent être saisis en LOI en priorité, en ASC pour ceux qui le souhaitent.

Activités culturelles (ASC)

Sont saisis ici les prestataires proposant une prestation où le visiteur est « actif » (ex : cours de cuisine, chantiers de fouilles ou de restauration, rallye pédestre à visée pédagogique, visites accompagnées avec ateliers, ...).

Les galeries d'art, les musées, les artisans d'art ne proposant pas de cours ou de stage sont référencés dans d'autres bordereaux (LOI pour les premières, PCU pour les deux autres).

Prestataires de séjours itinérants (ASC)

Un prestataire de séjours itinérants doit proposer au moins un produit avec **au moins une nuitée**.

Sites de dégustations (DEG)

Deux rubriques vont permettre de bien qualifier le site :

- le(s) type(s) de produit(s) alimentaire(s) proposé(s),
- le statut de l'exploitant du site, car il n'y a pas que des exploitations agricoles ou viticoles.

Pour le type de produit alimentaire

Quand un producteur a une boutique avec des produits extérieurs (produit ailleurs que chez lui et sans lien avec sa production), il est demandé de **cocher seulement ce qui est produit sur place** afin de donner l'information essentielle, à savoir ce qui est produit sur place ; le reste sera listé dans le descriptif commercial.

Pour le statut de l'exploitant

Les prestataires enregistrés sont essentiellement des producteurs de produits du terroir qui proposent une visite de leur exploitation et, souvent, la dégustation de leurs produits. S'ILS ONT UNE BOUTIQUE, ELLE SERA COCHÉE DANS LES SERVICES.

D'autres types de sites de dégustations trouvent leur place dans ce répertoire :

- des établissements artisanaux ou industriels proposant visite et dégustation (chocolaterie...),
- des « Cafés de pays » ne proposant pas de restauration,
- les « Goûters à la ferme » de Bienvenue à la Ferme,
- des boutiques de producteurs rassemblés, où la très grande majorité des produits provient des environs (du département, voire des départements voisins),
- des artisans de bouche, adresses reconnues pour leur excellence et pour des produits emblématiques (et c'est encore mieux s'il y a découverte d'un savoir-faire).

Voici les définitions des items de « Statut de l'exploitant » pour un bon usage.

Boutique de produits locaux emblématiques

C'est une boutique d'office de tourisme, de producteurs locaux HORS EXPLOITATION, PROPRIÉTÉ, DOMAINE, FERME, ... ou encore une épicerie fine vraiment à conseiller à nos visiteurs.

À NOTER : Le producteur qui a une boutique est saisi seulement en tant que "Producteur" et "Boutique" est cochée en "Services", ainsi que "Vente à la propriété = Oui".

Producteur

Ce sont toutes les exploitations agricoles (quel que soit le produit, y compris les maraîchers, les éleveurs, les ostréiculteurs, ...) et propriétés viticoles.

Si le producteur vend son produit brut, il est simple "producteur".

S'il transforme son produit (lait, fruits, viandes, ...), il devient alors aussi "Producteur artisanal" (voir la définition ci-dessous).

Quand les produits initiaux ne sont pas produits sur place, alors la fiche est aussi celle d'un "Producteur artisanal" (et non simple « Producteur »).

À NOTER : Pour la bière, le vin, les spiritueux et les eaux-de-vie, on considèrera que c'est un producteur, le produit initial (le houblon, le raisin, les vins) n'étant pas destiné à être consommé tel quel.

Producteur artisanal

Tout producteur qui transforme son produit et toute personne ou entreprise qui transforme des produits qu'elle n'a pas produit elle-même (mais qui, de préférence, viennent de la région, sauf quelques exceptions comme le café ou le chocolat) est un "Producteur artisanal".

Si le producteur transforme lui-même son produit (lait, fruits, viandes, ...), il devient alors aussi "Producteur artisanal".

Ex : chocolaterie, confiserie, confitureries, conserveries, fromageries, huileries, fabricants de jus de fruits, de pains (celui qui a fait aussi sa farine et ne tient pas une boulangerie au sens du commerce), de produits de canards gras ou d'oies grasses, de spécialités à base de noisettes ou de pruneaux, producteurs de pruneaux ou de salaisons

Producteur en commerce de bouche

Ce sont des commerces alimentaires, plutôt en ville ou en bourg. Ceux qui vont nous intéresser sont les boulangeries, pâtisseries, charcuteries, boucheries, triperies, volaillers, chocolateries (de plus petite taille que les artisans cités ci-dessus) et glaciers, qui vont fabriquer leurs produits.

Il est bien sûr demandé de sélectionner les meilleurs d'entre eux, les adresses à recommander, éventuellement avec spécialités locales connues et réputées. Les autres restent promus dans "Commerces et services" (et peuvent être exploités ensemble si besoin).

Brasseur

Il y a de plus en plus de demandes et de plus en plus de production de bière.

Cet item peut être coché avec celui de « producteur » ; les produits de base (le houblon, l'orge) n'étant pas destinés à être consommés tel quel, le produit final est la bière.

Éleveur

Désigne toutes les exploitations avec élevage animal, bovin, ovin, porcin, volailles, ...

Groupement de producteurs

Quand plusieurs producteurs travaillent ensemble (notamment pour une boutique), il suffit de cocher ce statut, "Producteur" serait une répétition et peut induire en erreur.

Il n'y a qu'une boutique à voir ? On coche "Shopping", le statut de l'exploitant et le descriptif commercial diront le reste.

Les autres offres – autres artisans alimentaires, épicerie fines, boutiques de produits du terroir, trouvent place dans Commerces et services. Il est possible d'associer les données des deux bordereaux pour l'affichage grand public.

Nous vous demandons de rester vigilant et de saisir des sites vraiment intéressants pour nos visiteurs, avec visite et/ou présentation des produits autant que possible, bonnes adresses à recommander toujours en tête.

Pass et formule dégustation : Vous êtes nombreux à proposer et/ou mettre en valeur des produits touristiques autour de la découverte et de la dégustation des produits du terroir dans le bordereau Dégustations. Un item permet dans "Statut de l'exploitant" d'identifier ces offres : "Pass/formule dégustation".

Accueil de camping-cars : ce champ peut être renseigné quand il y a au moins une aire de stationnement pour camping-cars.

Le CDT 33 dispose d'informations supplémentaires, principalement dédiées à l'œnotourisme. Le CRT les visualise ; la structure peut être mutualisée.

Équipements de loisirs (LOI)

Certains équipements sont plutôt réservés à un usage local (ex : jeux pour enfants, salle à louer). Dans cette base de données à vocation touristique, ces types d'offres ne sont donc pas exhaustifs.

Équipement et activité sportive : Plusieurs offres sont tout autant des équipements que des prestataires d'activités. Le réseau a fait des choix pour éviter les doubles saisies et surtout, retrouver tous les offreurs d'une même catégorie dans le même bordereau.

Les **golfs** doivent être obligatoirement saisis en tant qu'équipements de loisirs (LOI), qu'ils soient mini, swin, naturel ou encore 9 ou 18 trous ; une rubrique permet de saisir le nombre de trous et l'appartenance à un golf-pass. La saisie n'est pas indispensable en tant qu'activité sportive (ASC), où vous pouvez vous contenter de référencer les prestataires y assurant des cours.

Les **centres équestres** sont saisis en ASC.

Les **murs d'escalade** doivent être saisis en LOI en priorité, en ASC pour ceux qui le souhaitent.

Jeux pour enfants : Dans les équipements de loisirs, « Jeux pour enfants » a été renommé « Aire de jeux pour enfants ». Rappelons qu'il s'agit d'aires de jeux de plein air regroupant un ou plusieurs jeux pour enfants, comme des toboggans, tourniquets, tape-culs, balançoires, ..., accessibles à tous, en permanence.

Ce dernier critère est important : si l'aire de jeux se trouve dans un site de loisirs non accessible sans ticket d'entrée, on parle alors d'un équipement, à cocher dans la rubrique du même nom, puisque c'est une prestation du site en question.

Quid des **parcs couverts de jeux pour enfants** ? Cochez-les en « Parc à thème ».

Balnéothérapie : Toutes les offres (hammams, saunas, spa, ...) peuvent être saisies, mêmes si elles ne s'adressent pas particulièrement aux touristes.

À noter : les hammams, saunas ou jacuzzi présents en tant qu'équipement complémentaire d'une piscine doivent simplement être mentionnés dans le descriptif commercial (l'offre n'est pas cochée « Balnéothérapie »).

Bien-être : Cet item qualifie toutes les prestations autour de la relaxation et du soin du corps, telles que la sophrologie, la méditation, des massages, une séance de bols tibétains, ...

Galerie d'art : Elles sont saisies en équipement, et non en patrimoine culturel. Les salles dédiées à des expositions, y compris celles des offices de tourisme, peuvent être saisies en LOI également.

Micro-folie : Une Micro-Folie est un espace modulable offrant un accès ludique aux œuvres des plus grands musées nationaux grâce au Musée numérique qui présente plus de 3 200 œuvres numérisées, issues du réseau de 205 établissements culturels partenaires qu'ils soient nationaux, régionaux et internationaux.

La Micro-Folie propose également des activités complémentaires au Musée numérique, comme un FabLab, un espace de Réalité Virtuelle, une scène ou un Café Folie (café, bibliothèque, ludothèque). Elle est conçue comme une structure culturelle de proximité, largement ouverte pour soutenir et rendre visible les initiatives locales.

Ces micro-folies peuvent être temporaires, événements organisés par une médiathèque, une collectivité territoriale. Elles seront alors saisies en FMA.

Les micro-folies disponibles dans les musées seront qualifiées dans « Classement du musée », dans PCU.

Enfin, lorsque c'est un équipement installé de manière pérenne dans une médiathèque ou ailleurs, alors il s'agit d'un équipement et il y a création de fiche « Micro-folie » dans LOI.

Plages surveillées : Les dates d'ouverture sont celles des dates de surveillance. Une information primordiale pour nos visiteurs, notamment quand des QR codes sur les panneaux d'infos renvoient vers cette donnée SIRTAQUI.

Celles de la Côte Atlantique sont tenues à jour avec le GIP littoral et une notice de saisie présente les données attendues.

<https://aquitaine.media.tourinsoft.eu/upload/SIRTAQUI-Saisie-donnees-plages-surveillees-littorales-2024.pdf>

Point de vue : Vous pouvez saisir tous les sites offrant un panorama, qu'ils soient à 360, 180 ou 90° pourvu qu'ils soient intéressants, voire spectaculaires ! Autre condition, que le lieu soit aménagé, accessible en voiture ou avec parking à proximité et sentier d'approche. Une table d'orientation ou des jumelles sont un plus (l'item s'intitule d'ailleurs "Point de vue/table d'orientation"), mais pas indispensable pour référencer une offre.

Nom des offres : Les données sont utilisées aux échelons départemental, régional et national (voire même internationale aujourd'hui avec l'open data). Lorsqu'elles sont affichées toutes ensemble dans une liste, il est important d'identifier facilement chaque offre, d'où l'importance de la raison sociale. Elle doit indiquer de quoi il s'agit et se distinguer avec le lieu ou tout autre dénomination propre afin d'éviter une longue liste de titres identiques :

- Aire de pique-nique de Bombannes
- Aire de pique-nique du Montaut à Maubuisson
- Jeux pour enfants de l'Arborétum de Moré
- Terrain de jeux pour enfants de Targon

Thermalisme (TRMAL)

Type d'offres :

- Établissement thermal
- Station thermale

Les fiches de stations thermales (ex : Dax, Eaux-Bonnes) présentent les caractéristiques et les atouts de la source et du cadre touristique locaux.

Le patrimoine culturel

Ce bordereau recense tout ce qui est de la main de l'homme, dont :

- les parcs et jardins, même botaniques,
- les grottes avec art pariétal.

Artisans d'art (PCU)

Tous les artisans d'art s'enregistrent ici ; s'ils proposent des cours et/ou des stages, ils sont alors AUSSI SAISIS EN TANT QU'ACTIVITE CULTURELLE EN ASC.

Les artisans d'art répondent à une définition légale. Pour en savoir plus :

<https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/trouver-protéger-tester-son-idee/verifier-tester-son-idee/artisanat-dart-liste-metiers>

https://www.institut-savoirfaire.fr/sites/default/files/livret-definitions-metiers-dart_0.pdf

Musées (PCU)

Les **musées** couvrent des établissements très différents, tous avec présentation de collections d'objets d'intérêt historique, technique, scientifique, artistique, en vue de leur conservation et de leur présentation au grand public.

Parmi eux, se trouvent des micro-folie (« Classement du musée »).

Définition : Une Micro-Folie est un espace modulable offrant un accès ludique aux œuvres des plus grands musées nationaux grâce au Musée numérique qui présente plus de 3 200 œuvres numérisées, issues du réseau de 205 établissements culturels partenaires qu'ils soient nationaux, régionaux et internationaux.

La Micro-Folie propose également des activités complémentaires au Musée numérique, comme un FabLab, un espace de Réalité Virtuelle, une scène ou un Café Folie (café, bibliothèque, ludothèque). Elle est conçue comme une structure culturelle de proximité, largement ouverte pour soutenir et rendre visible les initiatives locales.

Ces micro-folies peuvent être temporaires, événements organisés par une médiathèque, une collectivité territoriale. Elles seront alors saisies en FMA.

Lorsque c'est un équipement installé de manière pérenne dans une médiathèque ou ailleurs, alors créer une fiche « Micro-folie » dans LOI.

REPLIR LES CHAMPS « CLASSEMENT DU MUSEE » ET « THEME(S) DU MUSEE » SEULEMENT LORSQUE LE TYPE D'EQUIPEMENT PRINCIPAL OU SECONDAIRE EST « MUSEE ».

Centres d'interprétations (PCU)

Les centres d'interprétations sont des écomusées*, des maisons thématiques autour d'un personnage, d'un métier, d'un artisanat, d'un produit (alimentaire, objet de la vie quotidienne), d'un animal, d'un site naturel, ...

Ce sont des espaces d'exposition sans collection, qui utilisent des processus de médiation immersif (aujourd'hui souvent avec des technologies de l'image et du son) pour mettre en valeur et faire découvrir un patrimoine, matériel ou non, à un large public.

* Les écomusées seront souvent saisies en tant que musée, puisque ces établissements possèdent en général une collection.

REPLIR LES CHAMPS « THEME DU CENTRE D'INTERPRETATION » SEULEMENT LORSQUE LE TYPE D'EQUIPEMENT PRINCIPAL OU SECONDAIRE EST « CENTRE D'INTERPRETATION ».

Parcs et jardins (PCU)

Les parc / jardin sont dessinés par la main de l'homme, présentent une collection de végétaux plus ou moins large et thématique, parfois des serres ; à ce titre, ils entrent dans le patrimoine culturel. Un site mettant en valeur la botanique peut donc être saisi ici, même s'il a aussi sa place dans le patrimoine naturel, qu'il contribue à mettre en valeur et faire connaître.

Privés ou publics, ils sont situés en ville, liés à un château voire un musée, ou bien chez des particuliers (exploitations agricoles, pépinières, maisons particulières, ...).

REmplir LES CHAMPS « TYPE DE PARC / JARDIN » ET « CLASSEMENT DU PARC / JARDIN » SEULEMENT LORSQUE LE TYPE D'EQUIPEMENT PRINCIPAL OU SECONDAIRE EST « PARC / JARDIN ».

Petit patrimoine rural (PCU)

Il s'agit du patrimoine « utilitaire » ou vernaculaire. Très varié, cela recouvre, outre les items ci-dessous, des écluses, fours à pains, monuments officiels comme les monuments aux morts, certains bâtiments comme des corps de ferme, des cabanes de berger ou de vigneron, certains sites archéologiques ou sites industriels comme des ateliers d'artisans, ...

Type de petit patrimoine rural : Arène, Calvaire et enclos paroissiaux, Carrière, Chapelle, Cimetière civil, Cimetière militaire et mémorial, Croix, Fontaine, Forges, Grotte/Rocaille, Lavoir, Maison et bâtiment, Mégalithe, Moulin, Phare, Pigeonnier, Pont, Puits, Ruines et vestiges, Séchoir à tabac, Site archéologique, Site industriel, Statue, Stèle, Tour

Sites et monuments (PCU)

Afin de faciliter le tri des données, les sites/monuments se distinguent du petit patrimoine rural. Sont concernés ici des villes ou villages (voir ci-dessous), la description de certains de leurs quartiers remarquables, les monuments dans la liste ci-dessous, certains de moindre importance pouvant entrer dans le petit patrimoine rural.

Type de sites ou monuments : Abbaye, Aqueduc, Arc de triomphe, Baptistère, Basilique, Bastide, Cathédrale, Chartreuse, Château, Château fort, Citadelle, Cloître, Collégiale, Commanderie, Couvent, Donjon, Église, Élément d'un monument, Ensemble fortifié et remparts, Évêché, Ferme, Fort, Grotte et gouffre avec art pariétal, Halle, Jetée, Maison et bâtiment, Mine, Monastère, Mosquée, Palais, Pont, Port, Prieuré, Ruines et vestiges, Séchoir à tabac, Site archéologique, Site d'un événement historique, Site archéologique, Site industriel, Souterrain, Synagogue, Temple, Temple bouddhique, Théâtre, Tour, Village, site troglodytique, Ville, village et quartier, Voie romaine

LORSQUE LE TYPE D'EQUIPEMENT PRINCIPAL OU SECONDAIRE EST « SITE / MONUMENT », REMPLIR LES CHAMPS :

- « Type de site / monument / petit patrimoine »,
- « Classement du site / monument / ville / petit patrimoine ».

Classement de ville, village et quartier : Certains classements de la rubrique « Classement du site / monument / ville / petit patrimoine » RECOMPENSENT SEULEMENT LES OFFRES DE VILLES ET VILLAGES (« Type de site / monument / petit patrimoine »/« Ville, village et quartier ») : AVAP, Petites cités de caractère, Plus beaux villages de France, Secteur sauvegardé, Ville d'art et d'histoire, Villes et Villages Fleuris.

Pourquoi ? Quand vous lancez une recherche sur les plus beaux villages de France ou les villes d'art et d'histoire, seuls des villages et villes doivent apparaître, et non des monuments de ces communes.

« **Patrimoine mondial UNESCO** » doit récompenser seulement le monument (ex : une abbaye ou église) ou le site concerné (la fiche de la Ville de Bordeaux). Vous pouvez mentionner la présence du site du monument classé dans le descriptif des fiches ville/village qui lui sont liées.

Les fiches ville ou village : C'est une information très demandée, tant par le CRT que les partenaires. Il faut pour bien faire :

- une fiche pour présenter la ville ou le village, ses points forts, son histoire et sa géographie, illustrée de quelques photos ; C'EST ELLE QUI PORTERA LES LABELS tels que Petites cités de caractère, Plus beaux villages de France, Ville d'art et d'histoire ou Villes et Villages Fleuris.

- une ou plusieurs fiches pour décrire les visites guidées qui y sont proposées, en pensant à mettre le mot « visite » en raison sociale et à remplir le champ qui décrit le "Type de visite guidée".

Élément d'un monument : Cela permet de créer une fiche pour décrire un portail roman, un retable classé, une sculpture ou un tableau renommé, tout élément d'un monument qui peut mériter un descriptif commercial et des photos en propre.

Les grottes et gouffres avec art pariétal : L'art pariétal est œuvre humaine, le SIRTAQUI le considère donc comme du patrimoine culturel et les grottes et gouffres qui en sont ornés se saisissent en PCU.

Site d'un évènement historique : Sont ainsi qualifiés les monuments mais aussi les lieux où il y a par exemple seulement une plaque commémorative (et pas de monument) liés à un évènement historique, c'est-à-dire UN FAIT MARQUANT L'HISTOIRE DE LA REGION.

Définition d'un évènement historique : un ensemble de faits remarquables, jugé comme digne d'être retenu et consigné par écrit, en raison de son impact sur le cours de l'histoire. Un évènement historique constitue donc typiquement un point de rupture, doté d'un avant et d'un après.

Exemples : site de la bataille de 732, lieu d'un épisode de la Guerre de cent ans, mémorial ou site lié aux grandes guerres mondiales, ...

Tous les lieux fortifiés ont connu des histoires mais il s'agit ici de ceux qu'a retenus l'Histoire !

Les sites de foires, de fêtes ou autres rassemblements traditionnels peuvent exister depuis des temps immémoriaux, cela reste des sites, plus que des évènements.

Un son et lumière ? : Dans "Activités sur place", il y a "Son et Lumière". Définition : Un spectacle son et lumière est un spectacle présenté de nuit, principalement dans des lieux historiques. Des effets spéciaux lumineux sont projetés, synchronisés avec une bande enregistrée.

Un bel éclairage - parfois indispensable comme dans les grottes ou les églises ! - avec de la musique -mais pas synchrone avec une mise en lumière fixe - n'est donc pas tout à fait suffisant pour mériter ce nom. À vérifier pour ne pas décevoir le visiteur !

Visite d'entreprise (PCU)

Les visites d'entreprise concernent tous secteurs d'activité (artisanat, alimentaire, textile, cosmétiques, énergie renouvelables, spiritueux, ...).

Les visites proposées doivent être régulières (plus de 30 jours/an), guidées par une personne de l'entreprise ou un intermédiaire (office de tourisme, association...) OU libres avec vue sur les processus de fabrication, les coulisses de l'entreprise (parcours découverte, espace muséographique...).

Les espaces de ventes seuls ne constituent une offre de tourisme de savoir-faire. Le site doit obligatoirement proposer une visite du lieu de production, des échanges sur leur savoir-faire.

Il est possible de saisir des visites réservées à des groupes (« Visites/Informations sur les visites/La visite de ce site n'est assurée que pour les groupes constitués »). Attention alors à la diffusion grand public, car elle touche des individuels.

Visites guidées (PCU)

Il s'agit de visites de ville, de village, de quartier de ces villes ou villages, générales et thématiques, accompagnées ou guidées par d'autres moyens (audioguide, panneaux, applis, ...), qui ne sont pas ponctuelles - ce sont alors des événements saisis en fêtes et manifestations - mais répétées à un même rythme toute l'année ou pendant une période, organisées à la demande toute l'année ou pendant une période.

Peuvent donc y apparaître aussi les sentiers d'interprétation, itinéraires urbains avec panneaux explicatifs, audio-guide, réalité augmentée, ... situés dans des villes ou villages.

REEMPLIR LE CHAMP « TYPE DE VISITE GUIDEE VILLE / VILLAGE » SEULEMENT LORSQUE LE TYPE D'EQUIPEMENT PRINCIPAL OU SECONDAIRE EST « VISITE GUIDEE DE VILLE, VILLAGE ».

Le patrimoine naturel (PNA)

Sont enregistrés les lieux qui offrent un intérêt particulier par leur faune, leur flore, leur géologie ou leur paysage. Sont inclus exclusivement les SITES OUVERTS/ACCESSIBLES AU PUBLIC.

Des jardins ou parcs présentant une collection comme des jardins botaniques ou des arboretums peuvent être saisis dans ce bordereau, en plus de PCU.

Ce peut être aussi des sentiers botaniques ou mettant en valeur la faune, des points d'observation des oiseaux (bâti ou non), des arbres remarquables, des canaux, anciennes carrières ou autres friches industrielles revenus à l'état naturel.

Enfin, il est possible de faire une fiche pour décrire un grand ensemble géologique (baie, estuaire, delta, rivière, fleuve ou vallée, ...), un phénomène naturel comme le mascaret ou la Belharra.

Le descriptif commercial doit mettre en avant la découverte de la nature possible sur le site.

S'y trouvent les sites d'accueil des Parcs naturel nationaux et régionaux, les sites classés au Patrimoine mondial (UNESCO), les réserves naturelles, les sites classés ou inscrits, Natura 2000 ou encore les ZNIEFF.

Les grottes et gouffres : Les grottes et gouffres naturels se trouvent dans ce répertoire.

Les organismes (ORG)

Type d'organisme institutionnel

Atout-France, Bureaux d'informations touristiques, Comités départementaux du tourisme, Comités régionaux du tourisme, Offices de tourisme et Syndicats d'initiative, Parcs nationaux, Parcs naturels régionaux, Pays d'accueil touristiques, Représentations étrangères (consulats), Services de l'État/Institutions, Services tourisme des villes/Services information des mairies, UDOTSI, Autres

Type d'organisme privé

Associations d'information touristique, Centrales de réservation, Centres d'information jeunesse, Chambre d'Agriculture, Chambre de Commerce et d'Industrie, Chambre des Métiers et de l'Artisanat, Fédérations dans le domaine culturel, Fédérations dans le domaine des sports et loisirs, Groupements professionnels, Logis, Organismes consulaires, Organismes de défense et de gestion viticole, Autres organismes

Type d'organisme réceptif

Agences réceptives, Excursionnistes (dont tour de ville), Greeters, Guides, Promotion du tourisme d'affaires, Raconteurs de Pays, Relais Départemental des Gîtes de France, Salles de congrès, Séjours linguistiques, Services de réservation loisirs accueil, Transporteurs/Autocaristes et loueurs de véhicule

Type de transporteur

Autocaristes, Compagnies aériennes, Loueurs de véhicules, Transporteur pour itinérance, Voitures avec chauffeur/guide

Type d'infrastructure de transport

Aéroports, Autoroutes, Gares, Gares routières, Arrêts de car TER, Ports fluviaux, Ports maritimes

Type d'entreprise

Agence de communication, Agence événementielle, Agence immobilière, Conciergerie, Gestionnaires de site d'information / réservation, Prestataire tourisme d'affaires, Prestataire web

Type de collectivité territoriale et autre intercommunalité

Communauté d'agglomération, Communauté de communes, Communautés urbaine, Métropole, Conseil départemental, Conseil régional, Instances internationales, Instances nationales, Mairie, Pays Leader, Pays Loi Voynet, Autre intercommunalité

À noter : Un office de tourisme travaillant pour le compte d'une communauté de communes n'est pas une Communauté de communes.

À propos de la saisie des OT après Loi NOTRe : Des offices de tourisme et des bureaux d'informations touristiques maillent le territoire. Il faut ainsi officiellement les qualifier dans « Type d'organisme institutionnel », même si leur raison sociale est différente, en particulier pour les seconds (antenne, point d'information ou PIT, ...). Pour ceux-ci, citez de préférence l'OT principal de rattachement dans la raison sociale, c'est mieux pour la com' !

Type de structures : Un office de tourisme ou un bureau d'information touristique N'EST PAS une collectivité territoriale. Si vous êtes liés à une communauté de communes/d'agglomération ou une autre intercommunalité, indiquez-le dans « Organisme contact - Collectivité territoriale » mais pas dans la rubrique « Type de structures » ; quand la recherche porte sur des communautés de communes/d'agglomération, ne sont pas attendus des OTSI dans les résultats.

OTSI de la Nouvelle-Aquitaine : Notez que tous les OTSI de la Nouvelle-Aquitaine sont saisis dans le SIRTAQUI.

À propos des salles de congrès : Les salles de congrès peuvent être saisies de préférence en équipements de loisirs, où elles bénéficient d'une bien meilleure promotion, avec les espaces et salles de réunions (espaces pour des lieux peu conventionnels pouvant néanmoins accueillir des réunions, comme une grotte par exemple) et les salles de séminaires.

Les produits (OP031)

Un produit touristique comprend **au moins deux prestations vendues ensemble**, alliant par exemple hébergement, transport, restauration, activités de loisirs, ...

Le produit doit être en cours de validité (dates renseignées) pour être diffusé.

Le nom du produit se trouve dans la « Raison sociale » de « Adresse ».

Les infos légales correspondent à celles de l'organisme qui vend le produit.

Les fêtes et manifestations (FMA)

Plusieurs champs permettent de qualifier la fête et manifestations.

INDISPENSABLES à bien renseigner, un seul est obligatoire : la catégorie.

Contactez le référent SIRTAQUI s'il manque un qualificatif.

Catégories de fêtes et manifestations :

Animation Jeune Public, Animation patrimoine, Animations locales, Atelier/Stage, Brocante, Carnaval, Commémoration, Compétition sportive, Concert, Conférence, Congrès, Défilé Cortège Parade, Dégustations / Repas, Divertissement, Évènement religieux, Exposition, Festival, Fête de ville, village, quartier, Foire ou salon, Loisir culturel, Loisir nature, Loisir sportif, Marché, Meeting, Opéra, Opérette, Pèlerinage et procession, Portes ouvertes, Projection/retransmission, Rallye, Récital, Rendez-vous numérique, Spectacle, Théâtre, Vide greniers Braderie, Visite

Il est également important de renseigner les thèmes de l'évènement. Contactez le référent SIRTAQUI s'il manque un qualificatif.

Thèmes des fêtes et manifestations

Agriculture, Animaux, Apéro-concert, Archéologie, Architecture / Urbanisme, Art contemporain, Art lyrique, Artisanat, Arts créatifs/Arts plastiques, Arts de la rue, Arts martiaux, Arts vivants, Astronomie, Athlétisme gymnastique, Automobile, Bal, Bande dessinée, Biathlon, Bien-être / Santé, Caritatif, Carte postale, Cerf-volant, Chant / Chorale, Cinéma, Cirque, Conte, Course à pied, Danse, Développement durable, Évènement PNR, Fanfares bandas, Feux d'artifice, Fleurs plantes, Force basque, Gastronomie, Golf, Greeters, Halloween, Hippisme, Historique, Humour, Jazz et blues, Jeux / Jeux de société, Langue(s) régionale(s), Littérature, Magie, Marionnette, Médiéval, Mode / Vêtements, Modélisme, Montgolfière, Musique baroque, Musique classique, Musique contemporaine, Musique de variété, Musique du monde, Musique folklorique (country), Musique pop (rock, pop, rap, ...), Musique sacrée, Musique traditionnelle, Nature, Noël, Nouvel An, Pâques, Patrimoine culturel, Patrimoine industriel, Pêche, Peinture, Pelote basque, Pétanque, Peu énergétivore / Peu de GES, Photographie, Poésie, Préhistoire, Quille de 6, Quille de 9, Randonnée, Recyclage / Réemploi, Rugby, Saint-Valentin, Science et technologie, Sculpture, Son et lumière, Sport collectif, Sport équestre, Sports aériens, Sports d'hiver, Sports mécaniques, Sports nautiques, Street art, Surf, Tauromachie, Tennis, Théâtre de rue, Trail, Triathlon, Vélo, Vendanges, Vidéo, Vin / œnologie / spiritueux, VTT

Évènement PNR : Cet item permet aux Parcs naturels régionaux de qualifier les fêtes et manifestations qu'ils organisent ou coorganisent et de les identifier rapidement pour leur page « Agenda du Parc ».

De plus en plus d'items qualifient des événements liés au tourisme durable : Développement durable, Peu énergétivore / Peu de GES, Recyclage / Réemploi. Être vigilant lors de leur coche !

Une rubrique permet de distinguer les **types de marchés** : Marché au gras, Marché aux truffes, Marché estival, Marché nocturne, Marché traditionnel.

Une autre détaille les **manifestations de tauromachie** : Corrida, Course landaise, Jeux taurins / toro piscine.

Penser à **expliquer dans le descriptif commercial les thèmes cités**, surtout quand le nom de la manifestation fait référence à une tradition locale (voir à un mot occitan, basque, gascon, ...).

Les visites dans FMA : L'item est fait pour les visites ponctuelles, « inhabituelles », comme une balade aux flambeaux organisées deux fois dans l'été, un rallye découverte qui ne sera pas organisé toute l'année ni tous les ans, une porte ouverte de sites, ...

Tout ce qui est proposé durablement a sa fiche en PCU, tout ce qui ne dure qu'une période (et ne sera pas forcément renouvelé l'année suivante) a sa place en FMA. Les visites proposées par un OT doivent donc être saisies en PCU dès lors qu'elles sont dans leur catalogue de produits.

Mise à jour des fêtes et manifestations

Il est demandé à tous de **CONSERVER D'ANNÉE EN ANNÉE LES FICHES DES GRANDS RENDEZ-VOUS** qui ont lieu tous les ans ou à intervalles réguliers. Cela permet de :

- disposer des dates des événements sur l'année suivante dès que possible, la fiche étant remise à jour parfois dès la fin de l'évènement quand les dates de l'édition suivante sont annoncées,
- garder des textes si la présentation est générique, même en donnant quelques détails du programme,

- préserver les informations que d'autres utilisateurs, comme le CRT, ont pu saisir dans leurs propres onglets,
- améliorer le référencement sur internet, phénomène constaté par le CDT du Lot, équipé comme nous de Tourinsoft.

Comment faciliter la conservation de ces évènements récurrents ?

L'onglet Identification comprend une rubrique « Fiche pérenne » qui comme son nom l'indique, permet d'identifier les fiches qui ont vocation à être conservée en base et à bénéficier simplement d'une mise à jour annuelle. Vous pouvez appeler celles qui sont cochées « Oui » au moment de vos mises à jour pour retrouver vous-aussi votre « calendrier perpétuel ».

ATTENTION : un nouvel évènement = une nouvelle fiche

On pourrait croire que ça n'a pas d'importance pour une FMA, hé bien si ! Transformer une fiche existante pour un autre évènement pose des problèmes, notamment aux réutilisateurs. C'est une bonne pratique de gestion de bases de données : l'identifiant doit correspondre à une seule et même manifestation. Si c'est autre chose, il faut créer une fiche (voire dupliquer) et donc, disposer d'un nouvel identifiant.

Gestion des manifestations récurrentes dans l'année

Pour les manifestations récurrentes comme les marchés, il était préconisé de faire une fiche par date : la manifestation apparaît ainsi au fil du calendrier (export papier, syndication html) à chacune de ses dates, affichant une seule date – celle du jour, et non plusieurs – parfois très nombreuses, ce qui améliore sa lisibilité, donc sa promotion.

Cette règle de saisie peut disparaître au profit du nouveau système de gestion des dates récurrentes dans Tourinsoft et des flux de données qui permettent de les reprendre très facilement. Mais comme l'affichage en e-brochures n'est pas parfait, l'utilisation de cette fonctionnalité n'est pas obligatoire.

Gestion des manifestations sur plusieurs jours

Si le programme est le même sur tous les jours de la manifestation, il suffit de saisir une seule fiche avec en « Date de début », le premier jour de l'évènement et en « Date de fin », le dernier (une gestion de cas de figure par votre prestataire web permet un bon affichage dans l'agenda).

Si le programme est différent et mérite chaque jour une mise en valeur dans le descriptif commercial, alors la fiche peut être dupliquée et adaptée à chaque journée. Cela n'empêche pas de garder une fiche générique, en cochant alors « Fiche générique manifestation = Oui », dont l'utilisation pourra être privilégiée sur certains supports ou par certains membres du Réseau SIRTAQUI.

De même, une fiche générique peut suffire pour certains évènements, pour présenter tous les lieux si l'on dispose de peu d'informations détaillées. Ex : journées De Ferme en Ferme sur plusieurs sites (un pays, un département) ; un lien vers un site internet permet en général au public de télécharger un programme détaillé. Le correspondant reste alors, adresse et moyens de communication, l'organisateur principal.

Soyez vigilant dans les mises à jour : parfois se contenter de modifier la date sur l'année suivante ne suffit pas, il y a changement dans les tarifs ou les photos. Essayez d'envoyer aux organisateurs un petit mël avec l'essentiel des infos ([voir comment le faire facilement !](#)) en leur demandant de les vérifier et de vous contacter pour les mettre à jour si besoin.

Gestion de la promotion des FMA

Pas simple de dire sur quel périmètre promouvoir un évènement... Comment être juste ? En vérifiant bien le public fréquentant l'évènement (local, du département et des départements voisins, de différentes régions ?), sans hésiter à promouvoir sur la région une manifestation qui met bien en valeur le territoire et ses richesses. Et en regardant avec attention la note sur le critère intérêt.

Si la "promotion locale" désigne un évènement qui va attirer des personnes de la commune où il est organisé, voire des communes voisines mais guère plus largement, cela n'empêche pas, bien au contraire – beaucoup de médias étant très friands de ce genre d'infos -, que la fiche soit largement diffusée vers le grand public.

Ne pas confondre « Offre locale » en « Niveau » et « Promotion locale » en « Intérêt »

La première donnée est là pour identifier les doublons (Cf. le mot *Doublon*), la seconde pour qualifier le périmètre géographique d'attraction d'un évènement Il faut veiller à cette distinction car la rubrique "Niveau = Offre créée pour un usage local" stoppe la diffusion de l'offre quand « Intérêt » permet juste de filtrer cette diffusion pour trouver facilement les plus grands évènements.

Dans le cas précis des FMA, « Offre créée à usage local » peut être utilisé pour limiter la diffusion d'une offre au seul usage de l'organisme qui la saisit, par exemple parce que vous n'êtes pas encore autorisé à communiquer son contenu.

Une notice dédiée revient sur ces règles de saisie, la qualité des données attendue et la gestion du critère intérêt.

<https://aquitaine.media.tourinsoft.eu/upload/FMA-Gestion-critere-interet-2023.pdf>

Les itinéraires touristiques (ITI)

Les itinéraires saisis ici sont ceux que l'on peut pratiquer seul, avec une fiche, un tracé pour GPS. Ce sont aussi des sentiers d'interprétation, des parcours botaniques, des circuits avec panneaux, même courts (moins d'un kilomètre).

Ce ne sont ni des produits, ni des visites guidées.

Les itinéraires doivent être de qualité, il faut s'assurer un minimum de leur intérêt et de leur fiabilité :

- identifier le statut des chemins (attention aux conventions avec des privés, qui peuvent être dénoncées sans préavis),
- privilégier le maximum de chemins inscrits au PDIPR, donc protégés,
- rester à moins de 30% de routes goudronnées pour les parcours pédestres,
- s'assurer de la garantie d'entretien des chemins,
- s'assurer de la présence et de l'entretien de signalisation et/ou de balisage,
- vérifier et signaler les points de dangers éventuels (responsabilité de celui qui conseille un parcours),
- identifier les points d'intérêts (paysages et panoramas, patrimoine bâti, sites naturels, lieux à visiter, toponymes, ...).

Les itinéraires sont des boucles ou des linéaires, souvent ouverts à différents types de pratique. S'ils sont pédestres, ils peuvent être pratiqués en marchant, en courant ou, si cela est possible, avec une poussette ou un fauteuil roulant. C'est le mode de locomotion qui le précise.

Itinéraire adapté

Désigne les itinéraires accessibles aux personnes à mobilité réduite, à sélectionner pour les balades à roulettes labellisées et les itinéraires parfaitement carrossables.

À saisir avec :

- dans « Public », « Personnes à mobilité réduite »,
- dans le descriptif commercial, une phrase pour confirmer cette bonne accessibilité (en précisant autant que possible le revêtement de sol et le peu de pente), phrase qui peut être copiée, voire développée dans « Accueil/Accessible aux personnes en situation de handicap/Descriptif des conditions d'accès pour personnes handicapées ».

Si le parcours est ouvert à plusieurs modes de locomotion, comme pédestre, équestre et VTT, la description différenciée pour chaque pratique peut être justifiée : la difficulté, les points d'intérêt, le descriptif, et évidemment les photos des pratiquants ne sont pas les mêmes.

Il est donc proposé, si cela représente une vraie plus-value, de dupliquer la fiche d'un itinéraire et de la modifier sur certains champs pour décrire plus précisément les caractéristiques du parcours en fonction du mode de locomotion.

Le temps et la difficulté de parcours diffèrent selon le mode de locomotion ; les 3 informations sont donc liées. Le guide de saisie des itinéraires reprend les référentiels des Fédérations pour établir les niveaux de difficulté.

Mode de locomotion

à cheval, à cyclomoteur, à moto, à pied, à roller, à VAE, à vélo, avec des roulettes, en 4x4 et quad, en bateau, en camping-car, en canoë, en course à pied, en gravel, en marche nordique, en raquette, en ski, en transports en commun, en voiture, en VTT

Contactez le référent SIRTAQUI s'il manque un item.

Gestion des grands itinéraires

Les grands itinéraires sont des parcours d'intérêt régional, national ou international. Ce sont des GR, Véloroute, Voie Verte, ... ainsi que des itinéraires départementaux offrant à minima une itinérance de 7 jours.

Une liste a été dressée, elle n'est pas limitative, contactez votre référent SIRTAQUI, qui gère ces infos, pour ajouter un autre item.

Ces grands itinéraires peuvent avoir une fiche générique (souvent gérée par le CRT), qui présente l'itinéraire dans la région.

Ils disposent surtout d'une fiche par étape, de préférence par jour d'itinérance. Chacune fait apparaître le nom de l'itinéraire et la référence de l'étape. Ex : GR 10 - De Sainte-Engrâce à la Pierre-Saint-Martin.

Ces itinéraires doivent être gérés en concertation avec tous les territoires concernés. C'est la raison pour laquelle ce sont les départements qui saisissent les données de la rubrique « Grand itinéraire ». Ceux-ci établissent ensemble le sens et la numérotation des étapes (ex : sens de description choisi pour édition, prise en compte de l'itinéraire hors région, ...).

Un parcours emprunte un grand itinéraire ?

Vous pouvez indiquer dans « Typologie » le type de grand itinéraire emprunté.

Il peut être indiqué dans le descriptif commercial.

Attention à l'utilisation de « Marques et labels » : quelqu'un qui cherche un GR, un GRP ou une EuroVélo-routes s'attend a priori à trouver des étapes de ces parcours, pas une boucle les empruntant sur quelques kilomètres.

Pour tout autre besoin, contacter le référent SIRTAQUI.

Parcours écomobilité

Un partenariat avec le Service Transport de la Région Nouvelle-Aquitaine et le Comité Régional de Randonnée Pédestre vise à créer des itinéraires au départ d'une gare ou d'un arrêt TER routier, boucles ou linéaires vers une autre gare ou un autre arrêt de car TER.

Tout membre du Réseau SIRTAQUI peut continuer et produire ce qui est qualifié de « Parcours écomobilité » dans « Typologie ».

Ces itinéraires doivent être relativement proches d'un arrêt, avec un cheminement de cet arrêt au départ du parcours sécurisé et aussi agréable que possible à suivre. Attention à ne pas doubler le kilométrage à faire sans plus-value pour le parcours (seulement de la route, traversée de zones commerciales ou artisanales, ...).

Si vous en avez identifié un, il faut d'abord vérifier si l'itinéraire existe déjà dans la base de données, en faisant une recherche sur la commune et/ou son nom.

S'il a une fiche : soit la dupliquer, soit l'adapter selon ce qui vous semble le plus judicieux. Il est important d'indiquer comment se rendre de la gare au début de l'itinéraire, ce qui signifie ajouter une étape (sauf si son départ est déjà la gare !).

S'il n'en a pas : créer la fiche !

Pour le choix de la ou des *thématiques de l'itinéraire* :

- culturel et/ou historique en particulier pour tous les sentiers botanique ou d'interprétation, s'il y a beaucoup de patrimoine bâti,
- gastronomique et/ou œnologique s'il y a au moins deux sites de dégustation en POI,
- Compostelle exclusivement si le circuit emprunte une section d'un itinéraire ou s'il y a un monument important lié au pèlerinage,
- insolite s'il y a au fil de l'itinéraire une curiosité naturelle, une découverte ludique façon jeu de piste ou rallye, un monument original, ...

Dans la mesure du possible, le descriptif commercial doit mettre en valeur ce choix de thème(s).

Bien rédiger le nom de l'itinéraire

La raison sociale de « Adresse » est le nom de l'itinéraire (1ère lettre en majuscule et majuscule où cela s'impose). Pour des raisons éditoriales, il doit faire plus 20 caractères et moins de 100.

Exemple pour une boucle : La ville d'Agen, vue du coteau de l'Ermitage.

Exemple pour une véloroute : Véloroute de la Vallée du Lot.

Exemple pour un GR : GR 10 - De Sainte-Engrâce à La Pierre-Saint-Martin

La rubrique « Étapes » permet de reprendre le descriptif en toutes lettres d'un topoguide. Il doit être rédigé de manière à donner des repères parfois invisibles sur carte et en complément du balisage sur le terrain. S'il est possible d'y citer un point d'intérêt, celui-ci pourra aussi être décrit en détail si nécessaire dans la rubrique suivante.

Il est demandé de saisir au moins deux étapes, et non une seule avec toutes les infos ou au contraire très peu, comme « suivre le balisage jaune ».

Les « Points d'intérêt » ou POI doivent être au moins 3 par fiche. Il est recommandé de ne pas en mettre plus de 10.

Toutes les informations de la rubrique comptent pour la mise en ligne de l'itinéraire, comme sur IGN rando ou Outdooractive, qui se servent d'un système de points basé sur la richesse des données pour leurs choix éditoriaux.

« **Alerte** » permet de signaler un problème sur l'itinéraire, à tenir à jour dès règlement dudit problème
Si l'alerte est à « Oui » alors le champ « Information » doit impérativement être renseigné : lieu ou portion de l'itinéraire concerné, description en quelques mots du problème, cause éventuelle d'interruption du parcours (travaux, effondrement, inondation, embroussaillement, ...).

« **PDF et tracés** » : Il est vivement recommandé de proposer une fiche PDF à minima en français. Plusieurs outils permettent d'en créer, se renseigner auprès de son référent SIRTAQUI.

La trace GPX est obligatoire pour la quasi-totalité des sites partenaires alimentés (IGN Rando, Cirkwi, Outdooractive, ...). Des tutoriels existent pour en garantir la qualité.

Diffusion sur supports tiers (Cirkwi, IGN Rando, Outdooractive, ...)

Mieux les fiches sont remplies, mieux elles sont diffusées. Voici les champs obligatoires pour la diffusion des itinéraires :

- le type d'itinéraire,
- les trois champs de "Mode et temps de parcours" (Mode de locomotion, Durée, Difficulté),
- au moins trois POI, en veillant à bien remplir le type de POI et son nom,
- le fichier GPX.

Plusieurs champs apportent des points importants, comme le revêtement ou le paysage du chemin, la longueur de la raison sociale et du descriptif.

Une notice dédiée donne toutes les règles de saisie :

<https://aquitaine.media.tourinsoft.eu/upload/SIRTAQUI-Saisie-Itineraires-V10.pdf>

Les restaurants (RES)

Sont référencés :

- les restaurants et les hôtels-restaurants,
- les fermes-auberges (si enregistrées auprès de la Chambre de Commerce),
- les bars et les salons de thé car ce sont aussi souvent des points de restauration,
- les traiteurs sans restaurant (sinon, c'est un service du restaurant),
- la restauration ambulante et points de vente à emporter.

A noter : Trois bordereaux recensent les bars.

- bar à thème et bar à vins en équipements de loisirs (théoriquement lieux sans restauration),
- bistrot / bar à vin en restauration (théoriquement pour ceux qui proposent des repas),
- bar – snack en Commerces et services, pour les sites qui n'ont pas d'intérêt touristique.

Spécialités culinaires : Fromagerie, glaces, poissons/fruits de mer, salades, sandwiches, tapas, tartes, triperies, viandes, il y a dans la liste des spécialités culinaires des items qui doivent être cochés avec discernement.

Comme le Larousse l'indique, UNE SPECIALITE EST UNE « ACTIVITE A LAQUELLE ON S'ADONNE D'UNE FAÇON PARTICULIERE ET DANS LAQUELLE ON REUSSIT TRES BIEN ». Il faut donc que le chef du restaurant

excelle dans le choix des fromages ou la réalisation de plats aux fromages, qu'il soit réputé pour sa belle carte de salades, de viande ou ses tripes.

Par ailleurs, si le client cherche des glaces ou des tapas, il veut bien souvent un lieu où il ne trouvera que ça, ou presque ; en tout cas, il doit savoir qu'il y a des glaces dans la plupart des restaurants traditionnels du coin, comme de la viande d'ailleurs ! La coche cache alors les véritables glaciers et ceux qui sont vraiment spécialistes de plats de viande comme des rôtisseries par exemple.

Restaurant gastronomique : Même attention à porter au choix des tables dites gastronomiques. La plupart sont fort honorables, elles entrent dans ce que le format TourinFrance nomme les "restaurants traditionnels". Celles qui sont récompensées dans les guides (Michelin ou Gault-et-Millau pour les plus fameux), celles qui mettent les petits plats dans les grands, à la cuisine subtile et raffinée (voir ici la définition de Wikipédia : https://fr.wikipedia.org/wiki/Restaurant_gastronomique) méritent d'être distinguées.

Les offres locales

Associations

Ce bordereau recense tous types d'associations loi 1901.

Les associations sportives et culturelles accueillant un public local doivent être saisies dans ce bordereau.

Commerces et services

Ce bordereau recense des commerces et des services, qu'il est d'emblée possible de distinguer dans « Type d'offre commerces ou services ».

La rubrique « Type de commerces et services » permet d'entrer dans le détail.

Un champ dépendant liste tous les type de professionnels de santé et de bien-être.

Enfin, « Type de produits » se destine à la recherche rapide de : Cadeaux et souvenirs, Produits biologiques, Produits végan, Produits vintage.

Figurent ici de nombreuses informations pratiques pour les visiteurs, comme les commerces dont ils peuvent avoir besoin, les points d'eau, les parkings, les bornes de recharge de véhicules ou de vélo électriques, etc.

Ces données peuvent être sourcées, voir affichées, via OSM. Plusieurs démarches vont dans ce sens. C'est aussi un projet de NAdata, la plateforme régionale de données touristiques.

Il est rappelé que toutes les offres sans intérêt touristique particulier, comme des artisans de bouche et des épiceries fines, doivent de préférence être saisis dans ce bordereau.

Y apparaissent aussi les grandes surfaces de sport proposant la location de matériel, sauf les loueurs de vélos, saisis en ASC.

Les autres bordereaux

Accompagnement des socio-pros

Données concernant l'accompagnement et le suivi des socioprofessionnels et porteurs de projets. Si le socioprofessionnel est déjà dans le SIRTAQUI, il est recommandé de suivre ici tous les liens avec lui. S'il a plusieurs fiches car plusieurs activités, c'est plus simple. S'il porte des projets, c'est plus adapté. Il n'y a pas beaucoup de données à ressaisir pour avoir une fiche opérationnelle.

Actualités

Gestion des articles qui apparaissent dans la page d'accueil de l'extranet Votre Information Touristique, pour les prestataires d'un OT, pour ceux de tous un département (gestion réservée à l'ADT/CDT) ou pour tous ceux de la région (gestion réservée a priori au CRT).

Brochures et Prospects

Lié à la gestion accueil de Tourinsoft, ces deux bordereaux permettent le suivi de la relation client. Leur contenu peut être partagé, il est privé par défaut (aucune structure ne voit vos données).

Contact pro

Bordereau permettant de lier tous les contacts saisis dans « Qui contacter ? ». Ainsi, la mise à jour d'un contact sur une offre entraînera la mise à jour de ce contact sur toutes les offres où il figure.

Élus

Le CRT y tient à jour ceux de la Région, les ADT/CDT ceux du département et parfois également, les maires.

>>> À noter : une personne assurant plusieurs mandats (ex : député et maire) dispose d'une fiche par mandat afin de gérer plus facilement les données ; après une élection, on supprime tout et on importe la nouvelle liste et cela permet d'avoir les bons contacts à qui écrire en copie, qui souvent différent (ex : attaché parlementaire et secrétaire de mairie).

Formation

Liste des formations liées au tourisme organisées dans la région.

Journalistes et Médias

Bordereaux communs à tous dans la région mais aux données privées, sauf à en souhaiter le partage avec d'autres membres du Réseau SIRTAQUI.

Les journalistes peuvent être liés à un ou plusieurs médias pour lesquels ils travaillent.

COLLECTE, CONSTITUTION ET CONTRÔLE DES DONNÉES SIRTAQUI

Les acteurs

Chaque membre du Réseau SIRTAQUI contribue à son échelle à la collecte et à la qualité des données (Cf. Charte du Réseau SIRTAQUI).

Le CRT anime le Comité de Pilotage et le Comité Technique qui pilotent le dispositif SIRTAQUI. Dans ce cadre, il coordonne le maintien et l'évolution du tronc commun d'informations, la mise en place de règles communes de saisie, de contrôles et de diffusion des données, l'harmonisation des procédures et des calendriers, les échanges de bonnes pratiques. Il assure la traduction de certaines données, la diffusion des données régionales vers des partenaires du Réseau et en open data. Il effectue des contrôles qualité, notamment via les retours de l'intégration des données dans la plateforme DATAtourisme.

Chaque CDT/ADT/CD organise le travail de l'ensemble des acteurs du tourisme de son territoire pour collecter et saisir les données : offices de tourisme, syndicats d'initiative, CCI, communes, communautés de communes et pays, réseaux départementaux Gîtes de France, Clévacances, Logis, Bienvenue à la Ferme, ...

Outre l'administration générale du système, l'animation et la formation du réseau, le CDT/ADT/CD peut saisir les informations réglementaires (classement, labels), certaines traductions et assurer le suivi des offres des zones blanches (non prises en charge par un OT).

Les CDT/ADT/CD effectuent de fréquents contrôles de la qualité des données.

Les offices de tourisme (OT), qui disposent des connaissances les meilleures et les plus actualisées de l'offre (géolocalisation, conditions d'ouverture, tarifs, ...), s'engagent, en concertation avec leur CDT/ADT/CD et selon leurs ressources internes, à **gérer les données de leur territoire de compétence dans le SIRTAQUI de la manière la plus exhaustive et la plus qualitative possible.**

Toujours en concertation avec le CDT/ADT/CD et selon les choix des départements, certaines structures interviennent pour gérer les données qui les concernent, prenant en charge tout ou partie de l'offre, par exemple les organismes têtes de réseaux, tels que les relais départementaux Clévacances, Gîtes de France, Bienvenue à la Ferme, Logis, ...

L'outil permet de gérer finement les droits d'accès de chaque membre du Réseau, en simple consultation, en tant que contributeur ou encore réutilisateur des données collectées. Plusieurs profils peuvent être définis à la carte, en visualisation, modification, ajout/suppression, traduction et/ou validation.

Chaque personne ayant accès aux données est invitée à rester attentive à la **qualité des données** et peut, à défaut d'avoir la main, signaler une erreur ou un complément d'information, notamment par le biais de l'historique (Cf. le mot *Historique*).

La confiance entre l'ensemble des acteurs conditionne le bon fonctionnement du dispositif.

Chacun accepte que chaque échelon ou un autre membre du Réseau SIRTAQUI autorisé puisse contribuer à la mise à jour et à l'enrichissement des données.

Chacun respecte les règles de saisie (dans le bon bordereau, dans le bon champ et au format demandé).

Chacun tient à jour les offres de la base dont il a la responsabilité, ces offres étant susceptibles d'être réutilisées à minima par les échelons départemental et régional. Chacun signale tout problème qu'il rencontre dans cette tâche afin d'en être déchargé si nécessaire.

Chacun doit pouvoir trouver et exploiter facilement les données dont il a besoin, à jour, les plus complètes possibles, de manière à pouvoir conduire sa stratégie et sa politique de communication et de promotion touristique.

Tous travaillent pour un même objectif, la mise en valeur et le développement économique de la destination ; tous ont intérêt aux meilleures qualité et véracité des données.

La connexion

Chaque utilisateur dispose de codes d'accès à Tourinsoft qui lui sont propres (adresse mail en login et mot de passe personnel). Il doit se connecter uniquement avec ces codes, qui sont strictement confidentiels (et ne doivent pas être affichés sur un post-it en bas de son écran d'ordinateur !).

Cela est valable pour les sociopros ayant accès à l'extranet propriétaires V.I.T. (Votre Information Touristique).

Ouverture des accès à Tourinsoft (Saisie et gestion des informations et Module Accueil) : votre référent SIRTAQUI

Ouverture des accès à l'extranet V.I.T. : votre référent SIRTAQUI avec l'intervention de faire-Savoir, la société éditrice de Tourinsoft

La création de fiches

Ranger ses données différemment dans le SIT et sur ses supports de com', c'est possible !

Il y a des exigences d'organisation et des règles dans la gestion d'un SIT comme il y en a dans la communication, la promotion et le marketing auprès de nos clientèles.

Il faut absolument respecter au mieux le tronc commun et les règles de saisie. Ensuite, lors de l'exploitation des données à destination du grand public, on filtre, on découpe, on associe, de manière totalement transparente pour le visiteur (voir *Les choix de publication*).

Pour bien « ranger » les offres (puis savoir où les trouver !), un index des entrées SIRTAQUI est disponible. Ce tableau Excel dans lequel la recherche se fait sur la 1^{ère} colonne via Contrôle-F permet de retrouver les objets touristiques, les typologies de ces objets mais aussi les marques et labels, les équipements, les services, ...

<https://www.sirtaqui-aquitaine.com/faq/index-sirtaqui/>

Il y a dans le SIRTAQUI en général **une fiche pour une offre** (un hôtel, un camping, un meublé, un restaurant, un monument, un évènement, ...). Des exceptions existent, quand l'activité se déploie sur plusieurs sites, quand chaque activité mérite une présentation distincte ou au contraire quand on fait une seule fiche pour un village de 18 meublés identiques.

Dans le cas de présentation sur plusieurs fiches, choisir en connaissance de cause car plusieurs fiches à mettre à jour, c'est plus de travail. Pour une vraie plus-value, il faut que le descriptif, les tarifs et les photos soient propres à l'activité décrite afin de mieux renseigner le visiteur et valoriser le lieu. Dans tous les cas, penser à remplir le champ référence-offre « Offres associées » afin de lier toutes les activités de ce prestataire.

Exemples de fiches différenciées :

- Sur un complexe de loisirs, il est souvent préférable de faire une fiche pour la salle à louer, une pour la piscine, une pour le terrain de tennis clos, une pour l'aire de jeux et de pique-nique accessible en permanence (si elle est liée à la piscine et accessible seulement avec une entrée pour celle-ci, alors c'est un équipement de la fiche piscine et non un « Type d'équipement »).
- Un prestataire propose différentes activités sportives dont les conditions d'accès et les tarifs différent ; si les données sont dispos ou faciles à collecter (avec texte et photos), alors créer une fiche par prestation présente un intérêt.
- Si le parc d'un château mérite vraiment le détour à lui tout seul, le mettre en valeur en créant une fiche dédiée, avec descriptif et photos.

Quand la fiche unique est à privilégier :

- Un hôtel dispose d'un hébergement insolite (chambre ou suite) ; celui-ci est décrit dans le descriptif commerciale et via des photos mais ne fait pas l'objet d'une fiche à part.
- Un village de gîtes possédant des meublés strictement identiques peut être géré en une seule fiche. Il faut alors, en plus de la capacité d'un gîte, indiquer le nombre d'unités de logement, c'est-à-dire le nombre total de gîtes.
- Le camping accueille les camping-cars. Ne refait pas une fiche en ACC, il peut tout à fait être affiché avec les aires de camping-cars si on veut une liste exhaustive des sites accueillant ces itinérants.

Cas particulier des chambres d'hôtes : toutes les chambres d'une chambre d'hôtes sont gérées en une seule fiche (duplication possible et sous conditions à voir avec votre référent SIRTAQUI).

Un identifiant = un même site, une même activité, un même évènement.

Comme cela a été dit plus haut pour les FMA, un identifiant doit toujours correspondre à la même chose : même évènement, même activité (même si le site change de propriétaire), même hébergement (même s'il change de raison sociale), ... par souci de transparence et de suivi.
(voir Identifiant SIRTAQUI)

Vous reprenez du texte, une adresse mail sur internet, un document Word ou open office ? Ayez l'excellent réflexe de **coller ce que vous copiez dans un éditeur de texte** (ex : bloc-notes dans la liste des Accessoires) pour supprimer ce que vous ne voyez pas, formatage et styles, mais qui devient très embêtant à la réutilisation des données.

Attention aux caractères spéciaux, comme le sigle du copyright par exemple. Cela peut être mal géré lors d'une extraction de données et entraîner par exemple la mise en erreur de flux de syndication.

Attention aussi aux textes repris sur des PDF et aux retours à la ligne qui coupent les phrases une fois le texte collé dans le descriptif commercial.

Veillez aussi à supprimer les nombreux espaces entre deux paragraphes de texte, qui eux aussi peuvent nuire à un bon affichage des données.

Tendre vers l'exhaustivité est demandée (voir SIRTAQUI et observation) mais il est dit également dans les documents de gouvernance que chacun fait au mieux de ses possibilités. Personne n'est tenu d'aller chercher l'offre vendue sur AirBnB ou l'ensemble des restaurants de son territoire.

Le large recensement concerne en particulier les hébergements marchands, les offres emblématiques et celles bien représentatives d'une destination (patrimoine, sites de visite, activités, tables, évènements, ...). Cela inclut la mise à jour des offres, une offre importante, très réputée, a parfois un historique vide depuis plus de deux ans et cela nuit à tous, des échelons local à national.

Les aides à la saisie

Plusieurs champs disposent de masques de saisie afin d'homogénéiser le format des données (commune, numéro de téléphone, URL, ...) et leur cohérence (ex : date de fin postérieure à la date de début). En cas de doute, lire l'info-bulle, vérifier les autres offres et regarder la règle générale de saisie (ex : pas de raison sociale toute en majuscules), ou encore consulter le tableau du tronc commun qui reprend toutes ces informations.

>>> **La saisie des communes** (Adresse, Adresse gestionnaire, Adresse de l'évènement, mais aussi Commune de départ et d'arrivée) se fait sur liste. Taper les 1ères lettre puis sélectionner le nom de la commune qui apparaît afin de bien orthographier celle-ci et de permettre les recherches.

Le nom de la commune officielle se trouve dans Commune.

Son nom touristique se sélectionne dans « Commune touristique ». Voir votre référent SIRTAQUI s'il y a des manques.

Dans chaque bordereau, plusieurs champs sont obligatoires afin de disposer d'informations essentielles. Voici la liste régionale :

- Type d'hébergement, de catégorie, d'équipement ou d'activité, ...
- Classement des hébergements
- Intérêt (FMA)
- Raison sociale
- Code Postal, Commune, Commune touristique et INSEE Commune
- Raison sociale du gestionnaire ou du propriétaire (pour certains objets seulement)
- Marques et labels en HLO (« Non labellisé » pour ceux qui n'ont aucun label)
- Géolocalisation et Modification de cette géolocalisation (manuelle ou non)
- Capacité de l'hébergement
- Crédits des médias

Pour info :

- D'autres champs peuvent être obligatoires sur votre département.
- Si l'un des champs obligatoires n'est pas renseigné, il n'est pas possible d'enregistrer la fiche (même en enregistrement partiel). La liste de ceux à renseigner se trouve en haut de la fiche, à gauche des boutons d'enregistrement dans un « I » rouge d'information afin d'identifier rapidement ce qui manque.

L'accès aux offres hors de son territoire de compétence

Vous avez tous besoin d'avoir accès à des fiches qui ne sont pas sur votre territoire de compétence. Un seul mot d'ordre : éviter de créer des doublons.

Sur un territoire de la région couvert par le SIRTAQUI, entendez-vous avec l'office de tourisme concerné pour la mise à jour des informations du tronc commun, voyez avec votre ADT/CDT/CD si vous souhaitez disposer d'infos supplémentaires, personnalisées, dans un champ ou un onglet privé.

Une offre sur un département hors SIRTAQUI ? Saisissez là avec la commune où elle se trouve et le code INSEE de cette commune et demandez à votre ADT/CDT/CD de rattacher cette commune à vos zones de travail.

C'est ainsi moins de travail pour tous avec une contribution de chacun à la qualité des données, dans le respect de vos besoins.

La mise à jour des données

(Cf. Procédure de collecte, de saisie, de mise à jour et de contrôle des données)

Les données SIRTAQUI font l'objet d'une mise à jour annuelle entre août et décembre.

Différents moyens de collecte peuvent s'articuler, avec tout ou partie des données :

- l'envoi de questionnaires (papier ou web) par le CDT/ADT, l'OT ou le partenaire concerné,
- l'ouverture de l'extranet V.I.T. (Votre Information Touristique) accessible en permanence tout au long de l'année à tout offreur saisi en base,
- la saisie directe suite à des contacts quotidiens avec les professionnels ou tout interlocuteur faisant remonter une demande de correction ou de modification,
- la saisie suite à des recherches sur le site internet ou les réseaux sociaux du prestataire quand il ne répond pas et que l'offre exige pourtant une mise à jour.

Adresse d'accès à l'extranet Votre Information touristique (V.I.T.)

<https://na.espacepro.tourinsoft.com/>

Toute donnée saisie fait l'objet d'une vérification/validation par un institutionnel du tourisme (OT, CDT/ADT/CD ou CRT).

Qu'est-ce qu'une bonne mise à jour ? C'est vérifier :

- à minima son existence, même si l'offreur ne répond pas ;
- ses données principales, l'adresse et les moyens de communication ;
- un maximum d'informations, afin d'en garantir la fraîcheur donc la fiabilité.

Des rubriques pour le suivi annuel des mises à jour de l'offre sont proposées.

Penser à renseigner « Ne pas diffuser » pour toute suspension de diffusion si défaut de mise à jour.

Un offreur ne vous répond jamais, vous n'avez pas ou très peu d'infos sur lui ? Merci de vérifier son existence. S'il n'existe plus, supprimer la fiche en indiquant la fin d'activité dans « Informations complémentaires » de « Ne pas diffuser ». S'il poursuit son activité, conserver la fiche et bloquer sa diffusion en indiquant « Pas de mise à jour » dans « Ne pas diffuser ».

Un offreur n'adhère plus ? Ne videz pas l'offre de son contenu, il peut adhérer ailleurs et il a le droit de rester en base, comme vous avez le devoir de saisir ses informations s'il vous les apporte. Si cela représente une charge de travail, c'est toutefois dans le cadre de la mission de service public des institutionnels du tourisme.

La validation

Des systèmes de validation peuvent être mises en place pour que toute donnée saisie par un socio-pro soit vérifiée par un OT, voire un CDT/ADT/CD.

Il est préconisé de procéder à la relecture et à la validation de ces données dans un délai maximum de 10 jours ouvrables, par respect pour le socio-professionnel comme pour le grand public qui dispose ainsi des meilleures informations.

NB : Toutes les offres doivent être validées avant le 31 décembre de l'année en cours afin que la moulinette de mises à jour des ouvertures et des tarifs puisse fonctionner (que vous utilisiez un questionnaire web ou le VIT).

La suppression des offres

Les seules raisons de supprimer une offre dans le SIRTAQUI sont :

- la disparition de l'activité,
- la fermeture définitive ou le changement d'affectation du lieu,
- et l'existence d'un doublon (attention alors à voir qui partage cette fiche et s'il n'y a pas d'informations d'une autre structure, de votre département ou de la région).

Si la fiche doit vraiment disparaître, merci d'inscrire dans le texte de « Ne pas diffuser » les raisons de cette disparition (par exemple fermeture définitive ou offre qui n'a rien à faire là !). Ainsi ceux qui sont loin du terrain (!) sont au courant. Merci pour eux !

Si l'activité existe toujours, elle doit a priori rester en base ; en limiter ou stopper la diffusion vers le grand public est possible (voir « Ne pas diffuser » ci-dessous). Des règles différentes peuvent s'appliquer suivant le type d'offres :

- tous les hébergements existants doivent être conservés à des fins d'observation ;
- tous les grands sites d'activité et de visite restent référencés ;
- pour les autres offres (activités diverses, restaurants notamment), les fiches peuvent être supprimées si elles sont vides et que personne ne les utilise depuis plus de 2 ans.

Si la suppression n'est pas un acte non intentionnel (un accident, quoi !) ou si l'activité redémarre plus ou moins longtemps après la suppression de la fiche, réactiver la même fiche depuis la corbeille. Cela permet aux Observatoires d'identifier la fiche et de faire le lien avec son activité passée.

Cette corbeille est accessible dans le formulaire de recherche via une coche à activer dans les filtres (« Offres supprimées » dans « Système ») ; on peut y mener les mêmes recherches que sur les fiches actives.

>>> D'autres membres du Réseau SIRTAQUI peuvent avoir des données sur les fiches, même non visibles. **Supprimer une offre peut donc impacter plusieurs structures**, dont votre département et la région.

Le suivi qualité

Les données SIRTAQUI diffusées répondent à des règles de qualité.

Certaines sont partagées par tous, comme l'obligation d'être à jour (à minima les dates d'ouverture et, autant que faire se peut, les tarifs). D'autres varient selon les exigences du réseau concerné.

Dans tous les cas, il est demandé à tous les membres du réseau SIRTAQUI d'apporter une attention particulière à la complétude des données, l'orthographe, la rédaction des descriptifs commerciaux et la traduction.

La qualité est un enjeu primordial.

Les données SIRTAQUI servent notamment pour l'observation au CRT mais aussi à l'INSEE et à l'IGN pour ses cartes touristiques. Pour ces usages, il faut veiller :

- à gérer une fiche par établissement (et non par prestation, sauf si cela se justifie vraiment – voir *La création des fiches* et à voir avec son référent SIRTAQUI),
- à renseigner la bonne commune et le bon code INSEE Commune (le champ « Commune touristique » permet d'afficher le nom le plus connu de la commune),
- à mettre au moins une adresse mèl, des capacités et des dates d'ouverture renseignées.

Les données SIRTAQUI servent aussi à la collecte de la taxe de séjour. Mêmes requêtes de la part des sociétés qui les exploitent à cette fin : une adresse, un mèl, des capacités et des dates d'ouverture renseignées.

Les données SIRTAQUI alimentent un nombre croissant de supports, des applications mobiles et de l'internet de séjour où une erreur ou un défaut de mise à jour saute tout de suite aux yeux et entraîne un discrédit des contributeurs.

Les ADT/CDT/CD et le CRTNA procèdent régulièrement à des contrôles qualité. Autant que possible, ils contactent le producteur de l'information pour toute demande de modification, notamment la correction de la géolocalisation ou d'un moyen de communication, la mise à jour des dates d'ouverture ou des tarifs, la suppression d'un contact, la gestion de la diffusion de l'offre.

Ils s'autorisent cependant un certain nombre d'interventions sur les données, si cela est urgent, si cela touche à la forme plus qu'au fond des données, sans jamais les altérer ni les dénaturer : correction de l'orthographe, reformulation d'une phrase, ... Tout ce qu'ils font s'enregistre dans l'historique ; ils restent donc responsables de cette saisie en cas de litige.

Le respect du RGPD

Les membres du Réseau SIRTAQUI collectent et utilisent des données à caractère personnel dans le SIRTAQUI et ont l'obligation de gérer leurs fichiers dans le respect :

- de la loi n° 78-17 du 6 Janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiée par l'Ordonnance n°2018-1125 du 12 décembre 2018 ;
- du Règlement Général de Protection des Données dit RGPD (Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016).

Deux types de données à caractère personnel sont collectées et saisies dans le SIRTAQUI :

- des données prospects et/ou clients, issues notamment de la Gestion de la Relation Client (GRC), pour une communication BtoC, dites données GRC ;
- des données sur les sociopros et autres acteurs du tourisme (journalistes, agences réceptives, commerces, ...), pour une communication BtoB, dites informations administratives.

Un document d'application s'adresse à tous les membres du Réseau SIRTAQUI, liste les obligations et explicite les modalités de gestion de ces deux types de données.

<https://aquitaine.media.tourinsoft.eu/upload/SIRTAQUI-Modalites-mise-en-conformite-RGPD-Membres-Reseau.pdf>

Il s'adosse à l'**Accord de responsabilité conjointe de traitement SIRTAQUI, concernant tous les membres du Réseau SIRTAQUI**, qui a été signé par chaque département, représentant son réseau, avec le CRTNA, pilote du dispositif.

Il complète le fascicule sur la mise en conformité RGPD à l'attention des institutionnels du tourisme édité par le CRT Nouvelle-Aquitaine et vise à donner à chaque membre du Réseau SIRTAQUI des éléments pour la mise en place de son registre des activités de traitement de données à caractère personnel liées au SIRTAQUI.

Des rubriques concernant la gestion des abonnements vous sont proposées, pour le consentement pour les prospects, pour la demande de retrait des listes de diffusion pour les contacts BtoB.

Le principe de subsidiarité

Le SIRTAQUI est utilisé par plus de 300 organismes contributeurs. Chacun collecte les données dont il a besoin et organise leur utilisation. Chacun reste maître de sa politique de communication et de promotion touristique.

Un contributeur ne peut plus assurer sa charge de saisie ? Il en informe son ADT/CDT/CD et ensemble, avec les autres membres du Réseau potentiellement concerné, il trouve les solutions pour pallier cette situation, temporairement ou durablement.

Un office de tourisme a besoin de données non collectées par son voisin ? Il peut les communiquer à cet office, à charge pour ce dernier de les saisir, ou bien, en concertation avec lui, contribuer à la sa saisie (voire à la validation avec l'extranet pro).

Il peut aussi demander à son ADT/CDT/CD la création d'un onglet réservé à son seul usage où il gèrera les données privées qui lui sont nécessaires pour mener sa stratégie et ses actions.

Ce principe de subsidiarité explique et justifie également l'ajout de données par les ADT/CDT/CD et le CRTNA, données qui ne seraient pas collectées et dont ils ont besoin pour leur fonctionnement propre. L'exemple type concerne l'ajout de noms dans « Qui contacter ? », pour disposer des coordonnées des personnes avec lesquelles ils travaillent.

Il est possible à tout moment de discuter de ces interventions avec les ADT/CDT/CD et le CRTNA.

Bien sûr, le bon fonctionnement de ce dispositif nécessite de faire des compromis (comme le respect scrupuleux des règles de saisie) mais il faut retenir que la personnalisation reste largement possible. Cela demande d'avoir confiance dans les autres producteurs puisqu'on cède la main sur une partie des données dont on a besoin. Tout bien considéré, a priori tous répondent aux mêmes exigences de qualité et tendent vers le même objectif, le profit du territoire.

C'est une question d'équilibre, d'adaptation et de communication : il est toujours possible de trouver accords et solutions !

Pour en savoir plus :

<https://www.sirtaqui-aquitaine.com/faq/question-subsidiarite/>

Voir aussi *L'accès aux offres hors de son territoire de compétence.*

Les règles de publication

(Cf. Modalités de diffusion des offres SIRTAQUI vers le grand public)

La publication des données SIRTAQUI se gère via différents champs.

Le premier et le plus important concerne la position de l'offreur sur les CGU SIRTAQUI (Conditions Générales d'Utilisation SIRTAQUI).

Il est vivement recommandé de présenter régulièrement les CGU (Conditions Générales d'Utilisation du SIRTAQUI) afin que tous les sociopros en prennent connaissance, se positionnent et comprennent les choix de diffusion de leurs informations.

Les autres, avec impact sur la diffusion vers le grand public, s'attachent à la gestion des choix de l'offreur et au contrôle des doublons et offres mal rangées :

- « Ne pas diffuser » (pour stopper la diffusion d'une offre à la demande de son propriétaire ou parce qu'elle n'a pas la qualité requise et en informer tous les utilisateurs du SIRTAQUI) ;

- « Diffusion à des partenaires SIRTAQUI et en open data » (un offreur peut la refuser) ;
- « Niveau » (Offre créée pour un usage local pour tout doublon et offre mal rangée).

RESPECTER LES CGU : si un offreur refuse l'utilisation des données de son offre, celle-ci reste toutefois en base pour l'observation mais ne doit pas être diffusée :

- Champ « Conditions Générales d'Utilisation = Non » ;
- Champ « Diffusion à des partenaires SIRTAQUI et en open data = Non » ;
- Champ « Stopper la diffusion = Oui » avec « Motifs de non-diffusion = Pas de diffusion commerciale ».

Un offreur dispose de 3 options de publication au choix :

- pas de diffusion commerciale, c'est-à-dire pas de diffusion vers le grand public (« Stopper la diffusion = Oui » et « Motifs de non-diffusion = Pas de diffusion commerciale »),
- diffusion limitée aux supports institutionnels (« Diffusion à des partenaires SIRTAQUI et en open data = Non »),
- diffusion tous supports et en open data (il n'est pas nécessaire alors de renseigner à « Oui » les champs « Stopper la diffusion » et « Diffusion à des partenaires SIRTAQUI et en open data »).

L'open data

Le Réseau SIRTAQUI pratique l'open data depuis 2014. Les données sont notamment disponibles sur PIGMA (Plateforme d'Information, géographique Mutualisée de Nouvelle-Aquitaine), pour les collectivités territoriales et de nombreux organismes publics et parapublics, et la plateforme nationale data.gouv.fr.

Le Réseau SIRTAQUI propose également un accès direct aux données via des fichiers aux formats différents (csv et xml) et des flux webservices : environ 90 jeux de données sont disponibles.

<https://www.sirtaqui-aquitaine.com/vous-souhaitez-reutiliser-des-donnees/>

Toutes les offres y sont diffusées par défaut. Le prestataire qui souhaite limiter la promotion de son offre peut en faire la demande à tout moment. Cocher « Non » dans « Diffusion vers des tiers et en open data » cessera immédiatement la diffusion de la fiche pour tout support hors institutionnels.

Présence sur le portail open data DATAtourisme

Depuis le premier semestre 2018, les données SIRTAQUI sont en ligne sur le portail national DATAtourisme, aux côtés de celles des destinations de France. Tout porteur d'un projet dépassant le cadre régional est donc invité à se tourner vers cette source.

Pour en savoir plus sur le dispositif :

<https://info.datatourisme.fr/>

<https://aquitaine.media.tourinsoft.eu/upload/Carousel-DATAtourisme---juin-2023.pdf>

DATAtourisme diffuse entre 70 et 85000 POI issus du SIRTAQUI (chiffres 2024) :

- hébergements,
- activités et visites à voir et à faire,
- fêtes et manifestations (ce sont elles qui font varier le volume d'offres),
- institutionnels du tourisme et organismes réceptifs,
- quelques commerces et services (boulangeries, hôpitaux ou cliniques, professionnels de santé, pharmacies, équipements tels que points d'eau, borne de recharge, ...).

Ces fiches sont téléchargées environ 2,5 à 3,5 millions de fois tous les mois (le maximum étant atteint de juin à septembre, notamment avec les évènements plus nombreux de la belle saison).

Tous les réutilisateurs ne sont pas connus (c'est le principe de la libération en open data) mais ils sont aujourd'hui près de 4000 à mettre à jour régulièrement leurs données via la plateforme.

Les choix de publication

Comme cela est évoqué ci-dessus, chaque membre du Réseau reste maître de sa politique de communication et de promotion touristique. Il est donc entièrement libre de ses choix éditoriaux sur ses divers supports grand public. Cela est valable pour les ADT/CDT/CD et le CRTNA.

Pour ces derniers, si vous devez répondre aux questions des sociopros, il est possible de demander les critères de choix, voire d'en discuter et de faire des propositions.

Il est primordial de rappeler que vos supports de com' peuvent exploiter les données complètement différemment du rangement des données dans le SIT.

Il y a des exigences d'organisation et des règles dans la gestion d'un SIT comme il y en a dans la communication, la promotion et le marketing auprès de nos clientèles.

Il faut absolument respecter au mieux le tronc commun et les règles de saisie. Ensuite, lors de l'exploitation des données à destination du grand public, on filtre, on découpe, on associe, de manière totalement transparente pour le visiteur.

Demandez à votre ADT/CDT/CD ou simplement à votre prestataire web, vous pouvez lors des exports de données vous affranchir de la norme SIRTAQUI !

Vous avez ou réfléchissez à un projet de changement pour votre site internet, votre borne ou votre application ? La meilleure procédure à suivre pour gérer l'alimentation d'une partie de vos pages par les données de votre SIT SIRTAQUI :

- Prenez contact avec votre référent SIRTAQUI départemental dès la rédaction de votre cahier des charges ; il pourra vous aider à bien encadrer ce qui concerne la récupération des données.
- Une fois choisie l'entreprise avec laquelle vous allez travailler (à qui vous pouvez demander en amont un test de reprise des données), prévoyez un temps de calage en amont de la réalisation de votre support : décidez des données à afficher, en concertation avec votre département (parce qu'il ouvre les flux) et votre prestataire qui va assurer leur bonne reprise. Cela permet à tous de guider la réflexion et de fixer les choix pour gagner en efficacité.

À consulter :

<https://aquitaine.media.tourinsoft.eu/upload/SIRTAQUI-Tourinsoft-Alimentation-support-numerique-V2.pdf>

La qualification thématique des offres

Tous les utilisateurs de SIT souhaitent pouvoir identifier et sélectionner rapidement toutes les offres concernées par une thématique, qu'il s'agisse d'hébergements, d'activités et de loisirs, de sites touristiques ou encore de restaurants.

Le Réseau SIRTAQUI a choisi 18 thématiques et pour chacune d'entre elles, a élaboré un référentiel commun, appuyé sur :

- des marques et labels, de portée nationale, régionale ou locale,
- des guides qui font référence sur le thème,
- des listes établies par des organismes représentatifs de la thématique, ainsi qu'un ensemble de critères.

Obligatoires ou optionnels, ces critères se veulent objectifs dans la mesure du possible (basés sur des faits, voire un faisceau de faits, comme la situation de l'offre, la présence de certains équipements et services, une politique tarifaire particulière, etc.). Lorsqu'ils sont subjectifs, une très bonne connaissance des offres est nécessaire.

Les thématiques opérationnelles :

- Bien-être - Détente
- Cheval
- Compostelle
- Engagement environnemental
- Famille
- Gastronomie
- Golf
- Œnotourisme
- Pêche
- Rando (tous niveaux, pédestre)
- Tourisme social et solidaire
- Vélo
- VTT

Pour en savoir plus :

<https://www.sirtaqui-aquitaine.com/vous-appartenez-au-reseau-sirtaqui/la-qualification-sirtaqui/>

Le SIRTAQUI et l'observation

Notre première mission consiste à promouvoir nos destinations en France et à l'étranger. Il y en a une autre tout aussi importante pour chacun d'entre nous, observer l'activité touristique afin de :

- mesurer son poids dans l'économie régionale, notamment à destination des pouvoirs publics,
- disposer d'analyses pour affiner nos stratégies et améliorer l'efficacité des actions.

Pour cela, il faut entre autres connaître le mieux possible l'offre de son territoire, toute l'offre !

C'est la raison pour laquelle nous devons tous tendre vers la saisie exhaustive et rigoureuse des hébergements marchands et des principaux prestataires d'activités dans le SIRTAQUI.

Les sites réservés à une clientèle particulière (colonies de vacances, centres réservés à une entreprise ou à des personnes en situation de handicap, ...) ont aussi toute leur place en tant qu'organismes participants à l'économie touristique.

Les observatoires régional et départementaux, qui travaillent notamment avec l'INSEE, disposent ainsi des données indispensables à leurs enquêtes.

Ils demandent de bien remplir les champs suivants :

- a minima une adresse mèl valide parce qu'elles permettent d'interroger les prestataires,
- les dates d'ouverture pour connaître le parc offert à tout moment de l'année,
- les capacités des hébergements, en respectant bien les unités demandées.

Pour les offres saisies uniquement pour l'observation (et la taxe de séjour) qui n'ont pas vocation à être diffusées commercialement : la rubrique « Ne pas diffuser » permet de stopper la diffusion d'une offre en la gardant dans la base. Merci d'en spécifier la raison (coche ou texte).

Dernier point à noter, les observatoires doivent pouvoir identifier l'offre régionale de ses copies (quand des fiches sont dupliquées pour une utilisation locale). Toutes les fiches en doublon de la fiche originelle (dite aussi officielle) renseignent alors le champ « Niveau » avec « Offre créée pour un usage local ».

Pour en savoir plus : contactez l'Observatoire de votre département.
Regarder aussi « Ne pas diffuser » et « Niveau » ci-dessous.

Gestion de la Relation Client dans le SIRTAQUI

Le module Accueil permet de saisir votre fréquentation en temps réel et en différé, de saisir les coordonnées de vos prospects et de vos visiteurs pour vous constituer une base de contacts, si possible qualifiée, de répondre à leur demande, y compris par l'édition de brochures ou la génération d'un site personnalisé.

Il prévoit la consolidation de statistiques à tous les échelons et l'obtention de chiffres significatifs, d'où la construction de la qualification des demandes avec des champs communs. Les champs dépendants peuvent, dans une certaine limite, être personnalisés (voir *Tronc commun de la GRC*).

Les données des prospects et des clients sont des données à caractère personnel. Elles doivent être traitées dans le respect du RGPD. Un document d'application dédié à ce règlement permet de guider la mise en conformité (voir « Le respect du RGP » ci-dessus).

La documentation pour les utilisateurs de Tourinsoft

Gérer et faire évoluer un outil partagé par 10 départements et le CRT, près de 400 structures qui ont chacune leurs attentes, 1500 personnes chacune leur niveau et leurs besoins, c'est complexe et ça demande de l'organisation.

C'est la raison pour laquelle ont été rédigés des documents d'application qui présentent les règles et les procédures autour du SIRTAQUI. Indispensables à l'homogénéité des données et à leur qualité, ils se veulent faciles et légers à consulter. Leur liste :

- Modalités d'interventions et d'évolutions de l'outil de gestion des données
- Procédure de collecte, de saisie, de mise à jour et de contrôle des données
- Modalités de mise en conformité RGPD à destination des Membres du Réseau SIRTAQUI
- Modalités de diffusion des offres SIRTAQUI vers le grand public
- Les formations SIRTAQUI
- Procédure d'instruction des demandes de réutilisation de données par des tiers au réseau SIRTAQUI

Des documents techniques complètent les informations nécessaires à des pratiques communes :

- Tronc commun SIRTAQUI (avec règles de saisies communes)
- Tronc commun des données GRC
- Charte éditoriale SIRTAQUI
- Référentiel de qualification SIRTAQUI
- Guide juridique SIRTAQUI

Enfin, il faut citer les documents de gouvernance qui encadre tout le dispositif et la chaîne de production de la donnée :

- Charte du Réseau SIRTAQUI,
- Conventions départementales,
- CGU SIRTAQUI.

Pour en savoir plus et trouver les dernières versions à jour :

www.sirtaqui-aquitaine.com

**VOCABULAIRE SIRTAQUI,
RUBRIQUES DES BORDEREAUX ET CONSEILS DE SAISIE**

**La saisie n'est pas un acte automatique. Elle demande de la réflexion.
Merci de prêter attention aux conseils ici diffusés.**

Accès

Cette rubrique est beaucoup moins importante à renseigner aujourd'hui car l'affichage des données sur carte, les smartphones et les GPS simplifient les déplacements.

Accessible aux personnes en situation de handicap

À l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite (oui ou non), s'ajoute un champ texte pour préciser autant que possible les conditions d'accessibilité pour toute personne en situation de handicap, depuis le stationnement du véhicule jusqu'à l'hébergement, le restaurant ou au site d'activités ou de visite puis sur le site lui-même (ex : revêtement des sols jusqu'à l'entrée, présence de pente ou de marches, largeurs des portes d'entrée, salle de restaurant, chambres, sanitaires, ...).

Des informations peuvent être ajoutées pour d'autres types de handicaps dans ce même champ texte (visibilité et lisibilité de la signalisation pour les malvoyants, adaptations visuelles pour les malentendants, services aux personnes en handicap mental, ...).

Récupéré via DATAtourisme, l'identifiant AccesLibre permet de générer un widget donnant accès à toutes les informations collectées sur cette plateforme collaborative nationale, qui a vocation à rassembler progressivement des données très complètes pour tout type de handicap.

Exemple d'affichage en Normandie (clic sur « Accessibilité » puis sur « Voir plus ») :

<https://www.dieppetourisme.com/offres/hotel-de-la-plage-dieppe-fr-3027755/>

NB : Quand l'offre est labellisée Tourisme et Handicap moteur, le champ accessible aux personnes à mobilité réduite doit être coché à « Oui ».

Activités sur place

L'activité a lieu sur place ou est organisée sur place, par l'hébergeur ou le prestataire.

Seules les activités les plus fréquentes et les plus demandées sont listées. D'autres se trouvent dans les activités de proximité. Il suffit de mettre zéro dans la distance et dans le temps de parcours pour identifier celles qui sont donc sur place.

Activités de proximité

La rubrique "Activités à proximité" permet d'indiquer la distance (en kilomètres) et la durée du déplacement (en minutes). Pas plus de 60 minutes, sinon ce n'est plus à proximité !

Cette rubrique est beaucoup moins importante à renseigner aujourd'hui car l'affichage des données sur carte, les smartphones et les GPS simplifient les déplacements.

Adhérents

Chaque département dispose d'un système pour gérer les adhésions. Renseignez-vous auprès de votre référent SIRTAQUI.

Faire-Savoir propose, avec supplément, un module cotisations et services pour faciliter la vente de packs de services et de diverses prestations, avec paiement en ligne.

Rappel : L'obtention de fonds publics pour le progiciel rend obligatoire de saisir toutes les informations reçues d'un offreur, que ce soit pour créer sa fiche ou la mettre à jour, y compris quand il refuse de devenir adhérent.

Il est possible de créer la fiche et de demander à l'offreur de saisir le reste via le V.I.T. ou un questionnaire web, infos qui devront cependant être validées par l'OT avant d'être diffusées puisque l'un des principes de la base est que toute donnée saisie fait l'objet d'une vérification/validation par un institutionnel du tourisme (OT, CDT/ADT ou CRT).

Un offreur n'adhère plus ? Ne videz pas l'offre de son contenu, il peut adhérer ailleurs et il a le droit de rester en base, comme vous avez le devoir de saisir ses informations s'il vous les apporte. Si cela représente une charge de travail, c'est toutefois dans le cadre de la mission de service public des institutionnels du tourisme.

Adresse

(Voir aussi « Commune »)

Respecter les règles de saisie pour la rubrique "Adresse" a beaucoup d'impact.

D'abord parce que la géolocalisation se fait à partir de l'adresse 2 (la rue) ou de l'adresse 3 (le lieu-dit) et que si la donnée n'est pas à sa place, elle n'est pas prise en compte.

Ensuite parce que quand on sort un fichier départemental ou régional, c'est plus propre, plus pro, et plus facile à exploiter quand toutes les adresses sont correctement saisies.

Alors merci de respecter les info-bulles :

- ne pas mettre la raison sociale en majuscules (savez-vous que la nétiquette considère que cela signifie crier ?!), ni avec les étoiles de classement,
- afficher le bâtiment en Adresse 1 suite,
- la rue en Adresse 2
- et le lieu-dit ou la boîte postale en Adresse 3.

Quand les adresses sont très longues, utilisez au mieux tous les champs, en respectant au plus près les consignes de saisie.

NB : La saisie automatique proposée dans Tourinsoft déroge à nos règles de saisie : une majuscule à « Rue », le mot « Lieu-dit » devant le toponyme. Il n'y a pas à intervenir, les données proviennent de la base adresses de Here, un GPS qui équipe des millions de véhicules et c'est un format que nous conservons en l'état, sans obligation non plus de toucher aux adresses qui étaient saisies autrement.

Vous ne trouvez pas l'adresse ? Vous pouvez consulter en complément la BAN (Base Adresse Nationale) pour vous aider à trouver une rue ou un lieu-dit que vous ne situez pas.

<https://adresse.data.gouv.fr/>

Animaux bienvenus

Plutôt que de dire que les animaux sont acceptés (et le contraire), le Réseau a fait le choix cette formulation plus positive. Sur les supports, le picto s'affiche seulement si l'offre accueille volontiers les animaux.

Associé, un champ indique s'il y a des conditions d'acceptation des animaux : taille ou type d'animaux, tenu en laisse, tarification, ...

Borne de recharge pour véhicules électriques

Disponible pour les hébergements et la restauration, cette rubrique permet de donner quelques informations essentielles sur la borne de recharge du site ou la plus proche du site.

Brochure en ligne

Lien(s) vers la documentation en ligne de l'offre (exemples : Calaméo, Adobe, Canva, ...).

Capacité

Ces champs sont très importants pour l'observation, plusieurs sont obligatoires. Les info-bulles indiquent les valeurs attendues, y compris par calcul à partir du nombre de logements.

CAPACITE DE L'HEBERGEMENT COLLECTIF

Nombre total de logements : nombre total d'unités de logements (appartements, bungalows, maisons, huttes, ...)

Nombre total de lits : capacité totale en nombre de personnes (sans lits bébé optionnels)

CAPACITE DE L'HOTEL

Nombre total de lits : nombre total de personnes pouvant être hébergées Si non indiqué, utiliser le ratio national nombre de chambres multiplié par 2 (ratio INSEE)

Nombre de lits classés : nombre total de personnes déclarées sur l'arrêté de classement (Cf. fichier Atout-France pour contrôle), à défaut nombre de chambres classées fois 2

CAPACITE DU CAMPING

Capacité d'accueil totale : nombre total de personnes ou nombre d'emplacements multiplié par 3 (ratio INSEE)

Capacité d'accueil classée : nombre total d'emplacements déclarés sur l'arrêté de classement (Cf. fichier Atout-France pour contrôle), à défaut nombre de d'emplacements classées fois 3

Nombre total d'emplacements : nombre total d'emplacements nus, locatifs et camping-cars dans l'enceinte du camping

Nombre total d'unités de logement (PRL) : nombre total d'unités de logements (appartements, bungalows, maisons, huttes, ...)

Nombre total de lits (PRL) : nombre total de personnes déclarées sur l'arrêté de classement (Cf. fichier Atout-France pour contrôle), à défaut nombre d'unités fois 4

CAPACITE DE LA RESIDENCE

Nombre total de logements : nombre total d'unités de logements (appartements, bungalows, maisons, huttes, ...)

Nombre total de logements classés : nombre total d'unités de logements classés sur l'arrêté de classement (appartements, bungalows, maisons, huttes, ...) (Cf. fichier Atout-France pour contrôle)

Nombre total de lits classés : nombre total de lits classés sur l'arrêté de classement (appartements, bungalows, maisons, huttes, ...) (Cf. fichier Atout-France pour contrôle)

Nombre total de lits : nombre total de lits de la résidence (nombre de logements multiplié par le nombre de lits par logements, ou addition du total de lits). Si cette info n'est pas fournie pas le propriétaire, multiplier le nombre de logements par 3 en zone urbaine et par 4 en zone très touristique

CAPACITE VILLAGES VACANCES

Capacité totale (Nombre de personnes) : capacité totale du village de vacances en nombre de personnes

Capacité totale classée (Nombre de personnes) : capacité totale classée en nombre de personnes (Cf. fichier Atout-France pour contrôle)

Nombre total de logements : nombre total d'unités de logements (appartements, bungalows, maisons, huttes, ...)

Nombre total de logements classés : nombre total de lits classés sur l'arrêté de classement (appartements, bungalows, maisons, huttes, ...) (Cf. fichier Atout-France pour contrôle)

Il est rappelé que l'observation demande également :

- une adresse mél valide,
- des dates d'ouverture sur l'année en cours.

Voir aussi *Le SIRTAQUI et l'observation touristique*

<https://www.sirtaqui-aquitaine.com/vous-appartenez-au-reseau-sirtaqui/le-sirtaqui-et-l-observation-touristique/>

Choix éditoriaux (gestion de)

Plusieurs solutions sont proposées pour que chaque structure gère ses choix éditoriaux, dont la création de rubriques dans un onglet personnalisé. Voir avec son référent SIRTAQUI.

Cela pour éviter de devoir modifier des données ou suspendre la diffusion d'une fiche si elle ne répond pas à une stratégie éditoriale.

Classement

Pas de publicité mensongère : il est rappelé que les offres dont les classements arrivent à terme doivent être identifiées et mises à jour. Lesdits classements sont en effet à supprimer à l'issue des 5 ans, sous peine de publicité mensongère.

Le CDT/ADT gérant le plus souvent les hébergements marchands, il incombe en général aux offices de suivre les meublés. Il est donc recommandé de vérifier à intervalles réguliers les classements arrivant à échéance via une recherche sur la date de classement (à saisir donc à la réception de l'arrêté de classement) et de contacter les établissements concernés pour qu'ils se reclassent (ou non, puisque cette démarche est volontaire).

Les auberges collectives peuvent être classées « Auberge collective ».

Code Resa AGREGATEUR

Cette rubrique départementale et/ou locale reprend les informations indispensables pour, sur un support numérique, faire le lien entre les infos froides de l'offre sur dans le SIRTAQUI et celle d'une plateforme de réservation (ex : Elloha, OpenSystem, ...).

Comment venir en transport en commun

Un 1^{er} texte permet de décrire comment accéder à l'offre en véhicule particulier depuis un point facile à identifier. Moins utile aujourd'hui du fait de l'utilisation des GPS.

Un 2^{ème} a été ajouté, « Comment venir en transport en commun », notamment pour les parcours écomobilité. Comme son nom l'indique, il est destiné à la saisie des infos sur le ou les transports en commun à prendre pour accéder à l'offre.

Ce texte doit être précis, donner le nom voire le numéro des lignes, les références des arrêts de départ et d'arrivée. Un texte générique doit rappeler la nécessité de vérifier les horaires, les travaux et toute autre interruption ponctuelle de la ligne avant tout déplacement, aller comme retour.

Exemple pour le train TER : « Les horaires des TER changent deux fois par an et il y a parfois quelques perturbations, liées à la météo ou des travaux de maintenance. Avant de partir comme pour revenir, renseignez-vous en ligne sur le site TER Nouvelle-Aquitaine pour être sûrs d'arriver à l'heure ! »

Commune

Il y a deux infos sur la commune :

- la vraie commune, avec son code INSEE,
- la commune dite touristique qui correspond mieux aux usages (un nom simplifié comme Hossegor, un nom plus précis comme Biscarrosse-Plage ou Biscarrosse-Lac, les anciennes appellations d'une commune fusionnée).

Le second champ se remplit automatiquement quand il y a un seul et même nom ; quand il y en a plusieurs, il faut choisir le bon dans une liste déroulante.

NB : La saisie des communes (Adresse, Adresse gestionnaire, Adresse de l'évènement, mais aussi Commune de départ et d'arrivée) se fait sur liste. Taper les 1ères lettre puis sélectionner le nom de la commune qui apparaît afin de bien orthographier celle-ci et de permettre les recherches.

Les données de "Commune touristique" sont celles qui sont envoyées dans les syndicats qui alimentent les sites internet (sauf demande contraire) puisqu'elles parlent plus aux visiteurs.

L'INSEE commune est renseigné automatiquement à la saisie de l'adresse. Il permet de rattacher une offre à différentes zones. Zones qui peuvent être créées à la carte en fonction des besoins.

Conditions Générales d'Utilisation du SIRTAQUI (CGU SIRTAQUI)

(Voir aussi *Les règles de publication*)

Il est particulièrement important de diffuser les Conditions Générales d'Utilisation du SIRTAQUI auprès de vos fournisseurs d'informations, de les faire lire et accepter, quel que soit le vecteur de votre collecte (actions que vous pouvez d'ailleurs déconnecter et faire séparément pour plus de lisibilité).

C'est bien pour les offreurs, qui connaissent ainsi exactement leurs droits, et c'est bien pour le Réseau SIRTAQUI et vous, qui leur rappelez qu'ils sont responsables de la véracité, de la qualité et de la complétude des informations qu'ils fournissent. Ça permet finalement de mieux communiquer !

À signaler : certaines offres n'ont pas besoin de signer ces CGU, comme des monuments publics (églises, beaucoup d'éléments du petit patrimoine rural, ...) ou encore des équipements de loisirs tels que les aires de pique-nique ou les terrains de sport. Elles sont cochées « Offre non concernée » en « Statut CGU ».

Peut-on se permettre de cocher les CGU à la demande du professionnel par téléphone ? Oui, mais il faudra toujours demander une confirmation écrite (courrier ou courriel) qui pourra être conservée, comme le sont les questionnaires de mise à jour papier, preuve de l'engagement dudit professionnel.

Confort de l'hébergement

La liste, adaptée à chaque type d'hébergement, décrit les équipements disponibles dans les parties privatives : la chambre pour un hôtel, l'appartement pour une résidence, le logement entier pour un village de vacances, ...

Contact et type de contact

Les nom, prénom et coordonnées directes (téléphone et mèl) saisis dans « Qui contacter ? » sont réservés aux seuls membres du Réseau, avec accès au SIRTAQUI. Ces données à caractère personnel ne doivent être diffusées ni vers le grand public, ni à un tiers qui vous en ferait la demande.

Vous pouvez toutefois les utiliser dans le cadre d'une commande par vos collectivités territoriales. En cas de doute, renseignez-vous auprès de votre DPO (référént RGPD), ou encore à l'adresse suivante : dpo@na-tourisme.com.

(Voir *Le respect du RGPD*)

Seuls quelques champs de « Qui contacter ? » apparaissent, il faut penser à cliquer sur les flèches bleues « Déplier les champs » pour voir tous ceux de la rubrique... et les remplir ! Il a été demandé à Faire-Savoir d'ouvrir automatiquement toute la rubrique dès lors qu'on clique dans l'un de ses champs.

Attention de bien mettre le prénom et le nom au bon endroit.

Un arobase en couleur apparaît ? L'adresse mail est erronée (un espace devant ou derrière l'adresse, la présence d'un accent ou d'une majuscule, ...), n'est plus valable (sur le nom de domaine voila.fr par exemple), a été supprimée ou encore la boîte est pleine. Le système indique au bout de 3 envois qu'elle est en NPAI, ce qui signifie N'habite Pas à l'Adresse Indiquée. Un tuto réalisé par le CDT 47 vous aide à identifier ces adresses marquées en erreur et vous indique comment les corriger, voire les supprimer.

<https://aquitaine.media.tourinsoft.eu/upload/SIRTAQUI-Suivi-adresses-mails-NPAI.pdf>

Il est intéressant de renseigner le type de contact. C'est vrai que ce n'est pas facile à remplir, quand on ne trouve pas l'intitulé exact dans la liste (faites signe alors à votre ADT/CDT/CD !), parce que des doublons sont nécessaires pour une personne qui a deux "casquettes" comme on dit. Toutefois c'est utile : cela permet ensuite de filtrer vos contacts.

Vous pouvez par exemple faire une recherche sur les directeurs de vos hébergements et, cliquant cette recherche en édition papier ou mailing électronique, exporter ou écrire à leurs seuls noms. Dans cette dernière fonctionnalité, vous pouvez trier par ordre de priorité vos destinataires : s'il y a un directeur, il reçoit le mél ; s'il n'y en a pas, le courriel part alors vers le responsable ; si celui-ci n'est pas renseigné, c'est alors le gérant qui sera destinataire ; et ainsi de suite...

Certains départements ont mis en place le bordereau « Contact pro », permettant de lier tous les contacts saisis dans « Qui contacter ? ». Ainsi, la mise à jour d'un contact sur une offre entraînera la mise à jour de ce contact sur toutes les offres où il figure.

Copies (voir aussi Duplication)

Attention aux offres tests et copies, pensez à les supprimer, à minima les mettre hors diffusion pour qu'elles ne soient pas publiées vers le grand public.

DeepL (traductions)

Voir Descriptif commercial ci-dessous

Descriptif commercial

Le texte doit comprendre entre 300 et 900 caractères. La [charte éditoriale SIRTAQUI](#) donne des pistes pour le rédiger. Ses objectifs :

- faciliter l'écriture en guidant les rédacteurs dans le choix de ce qui doit être mis en avant en priorité, de ce qui peut l'être à défaut d'atouts majeurs évidents,
- homogénéiser globalement le ton et la forme des textes sur l'ensemble des départements et de de la région Nouvelle-Aquitaine.

- Vous ne le rédigez pas ?

Vous avez la main sur les descriptifs au propre comme au figuré ; sans dénaturer ce que l'on vous a transmis, vous pouvez modifier le texte pour respecter la charte éditoriale SIRTAQUI, pour appliquer éventuellement la vôtre. Dans tous les cas, veillez aux fautes (de frappe comme d'orthographe), faites des phrases, vérifiez que le copier-coller n'a pas coupé le texte, qu'il n'y a pas de caractères cachés ni de nombreuses lignes vides, bref, soyez soigneux.

- Vous le rédigez ?

C'est dans l'air du temps, tout le monde veut vivre lors de ses vacances une expérience dont il se souviendra. Alors rappelons que le descriptif commercial en est le parfum et la promesse, écrit au présent pour raconter au client ce qu'il va faire et ce qu'il va aimer, pour s'imaginer sur place et faire rêver. Alors toutes les infos pratico-pratiques, conditions d'accès et de visites, numéro de téléphone, site web ou tarifs, mettez dans les rubriques prévues pour tout cela. Et laissez le charme du descriptif agir !

- Conseils de rédaction

Pensez dans ce texte à ne pas mentionner des rubriques de votre site ou un fichier lié que vous mettez en téléchargement (même s'il est dans le SIRTAQUI) : de nombreux supports reprennent ce texte, à commencer par ceux de votre CDT/ADT et ceux du CRT et ces références ne seraient pas valables.

Lorsque vous cochez des thèmes/thématiques ou bien des types d'activités ou d'équipements pour une offre, veillez à les mettre en valeur dans le descriptif commercial. Parfois, il est impossible de savoir pourquoi une fiche, fête et manifestation, itinéraire ou activité par exemple, a mérité ces qualifications.

Vous donnez une date ? il faudra vérifier qu'elle reste intéressante et penser à y revenir un jour : un hébergement restauré il y a 5 ans est-il encore neuf ?

- Spécialité du Patrimoine culturel

L'exploitation de 4 descriptifs différents en Patrimoine culturel (un pour les musées ou centres d'interprétation, un pour les sites et monuments ou le petit patrimoine, un pour les parcs ou jardins, un pour les visites guidées) n'est pas simple ; ils ne correspondent pas toujours à l'équipement principal, ils font doublons (deux textes identiques dans des cases différentes).

Dans plusieurs bases, il n'y a donc plus qu'un texte, comme c'est le cas partout ailleurs, dans la rubrique « Description commerciale ». Vous pouvez demander à l'utiliser dans vos nouvelles syndications et le prendre pour vos modèles.

- Des idées pour les évènements (FMA)

Il est préférable de mettre toujours quelques lignes dans le descriptif d'une FMA. Même si on n'a pas encore le programme détaillé, cela permet au lecteur de savoir de quoi il est question, ce que l'on peut y voir ou y faire, en famille ou avec des amis, etc. Pensez aussi à ceux qui ne parlent pas occitan ou basque, ou qui ne connaissent pas nos traditions et explicitez l'évènement.

En manque d'idée ? Peuvent être mentionnés :

- des qualificatifs et des mots-clés pour donner une idée de l'ambiance (gastronomique, amusant, enrichissant, insolite, nature, ...)
- le nombre habituel de participants et ce qu'ils aiment si c'est une manifestation récurrente ;

- le cas échéant, le nom de l'œuvre et/ou de l'artiste (individuel, groupe, compagnie...) avec quelques précisions si possible, tant sur l'œuvre que ses interprètes ;
- l'histoire de l'événement, sa place sur le territoire, le lieu où il s'inscrit, l'équipe qui organise, les modalités de restauration, ... quand ça compte ;
- les grandes lignes du programme (par tranche horaire ou d'activité, la destination de la balade ou les grands sites de la visite, le nom des morceaux joués dans un concert, etc.) ; l'intégralité du programme ne doit pas non plus y figurer : il est possible de lier des fichiers à l'offre ;
- le(s) public(s) concerné(s).

- Wysiwyg (What You See Is What You Get)

Il est maintenant possible de disposer de cet outil pour mettre du gras ou des liens dans ses descriptifs. À retrouver notamment dans l'onglet « Identification », sous les champs de description commerciale : « Descriptif commercial mis en forme ».

- Traduction des textes

Des traductions faites « à la main » peuvent être privilégiées : celles des professionnels quand elles existent et sont bien faites (à demander lors de vos mises à jour), celles de traducteurs en interne lorsque vous avez la ressource, en externe lorsque vous avez le financement.

Via DATAtourisme, le Réseau télécharge tous les jours des traductions DeepL pour toutes les offres qui ne disposent pas d'une traduction manuelle. Langues disponibles : allemand, anglais, espagnol, italien et néerlandais. Sont traduits : « Descriptif commercial », « Descriptif pour site mobile ».

Un réflexe à avoir : **quand le descriptif commercial change, il faut penser à modifier les traductions**. Pour DeepL, il suffit de supprimer le texte ; la moulinette repassera et le texte nouvelle version sera téléchargé.

Fonctionnement de DeepL via DATAtourisme

Une traduction manuelle présente dans Tourinsoft (= texte présent dans la ou les versions étrangères) n'est ni modifiée, ni écrasée par DeepL dans DATAtourisme ; le flux DATAtourisme, qui ne comprend que des textes traduits par DeepL, ne comprend donc pas de texte pour ces offres et la traduction reste inchangée dans Tourinsoft.

S'il n'y a pas de traduction dans Tourinsoft, le flux de Tourinsoft est donc vide ; c'est donc vide dans DATAtourisme et cela déclenche la traduction par DeepL. Celle-ci est disponible dans le flux DATAtourisme et importée dans Tourinsoft.

Si le texte en français est modifié dans Tourinsoft et que vous souhaitez mettre à jour ses traductions en langues étrangères, il faut alors supprimer les textes dans chaque langue. Le champ sera vide, ce qui déclenchera un nouveau passage de DeepL dans DATAtourisme. La traduction ainsi réalisée sera disponible dans le flux DATAtourisme et importée dans Tourinsoft.

Si le texte traduit par DeepL est corrigé par vos soins dans Tourinsoft, DeepL ne passe plus, la correction devient manuelle et est conservée. Le flux DATAtourisme ne comprend donc pas de texte et la traduction reste inchangée dans Tourinsoft.

Pour que vos offres soient bien traduites, il faut qu'elles soient intégrées dans DATAtourisme, et pour qu'elles soient dans DATAtourisme, il faut à minima un contact dans "Moyens de communication grand public", numéro de téléphone, mël ou site web.

- Descriptif régional

Dans l'onglet « Nouvelle-Aquitaine », se trouve une rubrique « Descriptifs régionaux » qui ne comprend qu'un champ, le descriptif régional. Retour sur sa genèse et son fonctionnement.

En 2009, beaucoup de descriptifs commerciaux manquent encore. Le CRT et vos départements décident alors de financer ensemble la rédaction de textes pour une sélection d'offres très diffusées (environ 3500), à l'exception du 64 qui préfère investir dans une formation à la rédaction à l'attention de ses utilisateurs. Au total avec l'action conjointe du CRT, ce sont plus de 5000 offres dont se créé ou s'améliore la présentation en toutes lettres.

Ces textes existent toujours, tenus à jour aussi bien que possible. Vous pouvez les relire ou les faire relire par le pro concerné (certains les ont mis en visualisation dans le VIT). Pourquoi les garder compte tenu de cette difficulté de gestion ? Pour plusieurs raisons :

- ce sont de bons textes, de style plutôt homogène, basés sur la charte éditoriale SIRTAQUI (réalisée d'ailleurs parallèlement à ce contrat de réécriture) ;
- le premier paragraphe permet de positionner l'offre avec des références qui peuvent être lisibles également à l'international, ce qui n'est souvent pas le cas du descriptif commun destiné à un public qui a déjà choisi sa destination et n'a pas besoin d'être resitué (si ce n'est pour des raisons de référencement) ;
- cela permet d'avoir une autre version, en pensant duplicate content (même si cela ne semble pas être un problème).

Qui s'occupe de cette gestion ?

C'est le CRT en direct. Toute demande de correction, modification ou évolution doit être adressée à sirtaqui@na-tourisme.com.

À noter, il existe aussi un « Descriptif du département » (Identification) que peu de départements utilisent.

Diagnostic numérique

Ce questionnaire vise à interroger un sociopro pour estimer sa maturité numérique et cerner son besoin en termes d'accompagnement et/ou de formation.

Voir le Manuel d'utilisation du diagnostic numérique à l'aide du SIRTAQUI

<https://www.sirtaqui-aquitaine.com/vous-appartenez-au-reseau-sirtaqui/notices-et-documentation/>

Diffusion vers des tiers et en open data

Les informations de tous les prestataires apparaissent par défaut sur les supports de partenaires du Réseau SIRTAQUI et figurent dans les jeux libérés en open data.

Celui qui souhaite limiter la promotion de son offre peut en faire la demande à tout moment. Cocher « Non » dans « Diffusion vers des tiers et en open data » cessera immédiatement la diffusion de la fiche pour tout support hors institutionnel.

Pour les supports institutionnels, voir *Ne pas diffuser*.

Données mutualisées

Le SIRTAQUI est une base de données partagées, dont la majeure partie des données est mutualisée ; tous les membres du Réseau ont accès aux informations touristiques de tous, et départements et région peuvent s'en servir pour amplifier encore leur portée (voir *Tronc commun SIRTAQUI*). Ce dispositif requiert de l'attention :

- le respect des règles de saisie afin que l'info soit au bon endroit, au bon format,

- la concertation, pour que le contributeur principal de la fiche reste maître sur le tronc commun, pour trouver des accords sur les calendriers de mises à jour entre territoires,
- la transparence et la clarté pour que les sociopros ne soient pas interrogés plusieurs fois, qu'ils ne soient pas démarchés trop souvent pour des adhésions ou des packs de services, et pour qu'ils sachent qui reste leur interlocuteur principal.

C'est un exercice qui demande de beaucoup communiquer, de se faire confiance.

Votre département est là pour vous assister pour que tout se passe au mieux.

Double opt'in

Le double opt'in est une procédure qui consiste, après inscription d'un prospect à une newsletter (opération soumise à consentement dans le cadre du RGPD), à lui demander s'il confirme cet abonnement. Outre le fait que cela permet de vérifier l'adresse mèl donnée, cela atteste du réel intérêt de la personne pour votre communication. Résultats :

- des mailings plus ouverts et mieux cliqués,
- une base de données de plus grande valeur, avec un lien reconnu et souhaité.

Il n'y a aucune obligation légale à la mise en place d'un tel dispositif. C'est une bonne pratique informatique : l'adresse de l'expéditeur se retrouve moins souvent considérée comme spam, elle garde une meilleure réputation. La démarche a des intérêts certains pour la qualité du lien, mais aussi un impact sur la quantité de contacts à conserver, puisqu'un nombre important de personnes peut ne pas confirmer son abonnement.

Dans tous les cas, que l'on adopte ou pas cette procédure, il faut respecter des règles de base :

- bien tenir sa base de données à jour en anonymisant les prospects qui n'ont pas eu de contacts avec vous depuis 3 ans maximum ;
- bien construire son modèle de mailing (voir les bonnes pratiques préconisées par Faire-Savoir) ;
- bien gérer ses formulaires de désabonnement.

Documentation :

<https://aquitaine.media.tourinsoft.eu/upload/SIRTAQUI-Modalites-mise-en-conformite-RGPD-Membres-Reseau.pdf>

http://documentation.tourinsoft.com/index.php/Anonymisation_des_prospects

<https://fs.media.tourinsoft.eu/upload/Emailing---Bonnes-pratiques.pdf>

Vous êtes concernés par l'envoi de newsletters via Tourinsoft à vos prospects ? Contacter votre référent SIRTAQUI départemental pour toute information.

Doublons

Le doublon prend du temps à tout le monde : double temps de création, double temps de mise à jour, double temps de contrôle et de tri pour les autres membres du réseau et spécialement votre département et le CRT.

Il est donc demandé d'éviter d'en créer en base afin de profiter le plus possible de l'effet réseau : une seule et même fiche pour tous, à laquelle chacun contribue en concertation (l'historique permet de savoir qui fait quoi et de communiquer entre utilisateurs) pour passer plus de temps sur la création de données à valeur ajoutée (un des objectifs premiers de cette base de données commune).

Tout est mis œuvre aujourd'hui pour que vous n'ayez pas besoin de doubler une fiche :

- des champs de gestion adhérent,
- des onglets personnalisés pour saisir chacun les infos qui lui seraient propres,
- des flux qui peuvent envoyer les offres complémentaires de deux bordereaux différents,
- et d'autres solutions à la carte pour respecter les besoins de tous.

Si c'est pour une question de compatibilité de calendriers de mises à jour ou - c'est hélas possible - de qualité des données, contactez le membre du réseau concerné. Nous sommes voisins, nous faisons le même métier et souvent nous nous connaissons : il doit bien être possible de s'entendre ! Voir aussi *la gestion des offres hors de votre territoire*.

Si vous devez absolument créer une fiche par chambre d'hôtes ou pour un mobil home mis en location par un propriétaire dans un camping, merci de contacter votre référent SIRTAQUI pour que la ou les fiche(s) soi(en)t correctement renseignée(s) pour les besoins des Observatoires.

Duplication

Un système de duplication des offres est disponible dans Tourinsoft. C'est pratique mais gage de qualité, de gain de temps ?! Attention à son usage !

Vérifiez bien que vous ne gardez pas "Copie" dans la raison sociale, que vous saisissez la bonne adresse, que vous corrigez le descriptif commercial (et ses traductions !), que vous modifiez les conditions d'ouverture et les tarifs, que vous décochez les informations inexactes.

Ainsi quand on doit changer/effacer/décocher plusieurs champs comme l'adresse, le descriptif commercial, la géolocalisation, les moyens de communication grand public, les conditions d'ouverture, les tarifs, bref, tout ce qui peut être inexact, est-ce bien un gain de temps ?!

C'est peut-être pratique, mais pas toujours un bon calcul.

Durée moyenne de l'expérience

Voir *Internet de séjour*

Écomobilité

(voir le bordereau *Itinéraires* et *Localisation*)

La rubrique « Localisation » permet d'identifier la proximité des offres avec une gare ou un arrêt de car TER.

Des itinéraires accessibles en transports en commun (avant et après le parcours en boucle ou en linéaire) peuvent être saisis.

D'autres indicateurs d'écomobilité vont être développés.

E-marketing

Tourinsoft propose plusieurs outils simples à mettre en œuvre pour :

- disposer d'un tableau de bord sur la visibilité des offres sur les supports numériques,
- faire du profiling pour une meilleure GRC,
- se lancer dans le marketing automation.

Se rapprocher de son référente SIRTAQUI pour en savoir plus.

Enregistrement

Pas de changement, pas d'enregistrement !

Si vous ne faites aucun changement sur la fiche, ne l'enregistrez pas, ainsi :

- l'historique de la fiche ne contient que des contenus d'interventions, et non pas la trace d'une sauvegarde machinale après une visite de la fiche,

- la date de dernière modification (sur laquelle se base beaucoup de prestataires web pour télécharger seulement les fiches qui doivent l'être) change s'il y a vraiment eu une intervention.

Cliquez sur « Retour », ça ferme correctement la fiche et préserve la lisibilité de l'historique, dans l'onglet du même nom.

Équipements

Il faut distinguer le type d'équipement qui va être sélectionné ou coché dans « Identification » de la liste d'équipements de « Équipements/Services/Activités ».

Lorsqu'il y a une aire de pique-nique ou une aire de jeux pour enfants dans un parc à thème ou un mini-golf et qu'elle n'est pas accessible sans être client de l'offre, alors c'est uniquement un équipement de l'offre et c'est ce titre le champ « Équipements », dans l'onglet « Équipements / Services / Activités », qui doit être coché. Même logique pour la boutique d'un producteur de produits du terroir, à cocher dans « Services ».

Voir aussi Type/typologie des offres

Extranet VIT

Cet onglet garde en mémoire le login utilisé pour l'accès à l'extranet Votre Information Touristique. Conformément au RGPD, le code d'accès n'est pas accessible. Il est généré par Faire-Savoir et envoyé automatiquement à chaque prestataire. Il leur est recommandé de cliquer sur « Mot de passe oublié » pour générer un nouveau code personnel.

S'affiche également la date de la dernière modification du sociopro dans le V.I.T..

Fiche syndiquée vers

Réservé au CRT et aux départements, ouvert au cas par cas aux membres du Réseau SIRTAQUI, ce champ permet de filtrer les offres envoyées vers des sites partenaires. Il sert en particulier pour Outdooractive (toutes les offres cochées remontent vers <https://www.outdooractive.com/fr/>).

Fichiers

Fichiers DOC, XLS, PDF, GPX, KMZ, KML, ... : ils peuvent être entrés dans la médiathèque en amont ou lors de la saisie de la fiche. Il suffit de cliquer dessus pour les afficher dans votre navigateur.

Géolocalisation

Tout le monde (ou presque) utilise un GPS pour se déplacer, dans sa voiture ou sur son smartphone. Il est donc important de bien géolocaliser les offres, d'être le plus précis possible : **poser la punaise sur le bâtiment lui-même**, sur celui d'accueil du camping, sur le lavoir ou la croix de chemin, en s'aidant au besoin de la vue « Satellite », photo aérienne pour vous aider à préciser et finaliser le placement de l'offre.

Le champ « Modification manuelle » est obligatoire pour déclencher le besoin d'aller vérifier la position de cette punaise et, le cas échéant, son repositionnement.

Pour éviter une inversion entre la latitude et la longitude : notre région est à cheval sur le 45ème parallèle qui coupe notre hémisphère nord à mi-chemin entre l'Equateur et le Pôle Nord ; la latitude s'approche donc de cette valeur. Par ailleurs, le Méridien de Greenwich (où la longitude est à zéro) traverse notre région, d'où la petite valeur de la longitude, voire même son caractère négatif. Prendre l'habitude de regarder, même rapidement, la carte : si elle est toute bleue, c'est qu'il y a un problème ! Attention aussi à certaines communes, mal saisies et localisées en Amérique du Nord.

GoogleMap

Le modèle économique de GoogleMap nous impacte-t-il ?

Pour Tourinsoft, cela ne concerne que la fenêtre géolocalisation dans l'onglet localisation, la GRC et le VIT avec le moteur de recherche ou le widget. C'est Faire-Savoir qui gère et cela ne génère pas de coût supplémentaire (en tout cas pas pour nous !).

Pour nos sites internet, à chacun de se renseigner. Sortent du SIRTAQUI la latitude et la longitude, c'est ensuite votre prestataire web qui utilise l'API de son choix pour afficher une carte. Ce peut-être OpenStreetMap, et non plus GoogleMap.

Historique

L'historique de la fiche mémorise les modifications de l'offre (qui, quand et quoi) et les mailings qui ont été adressés à l'offreur.

Il permet donc de connaître les différents intervenant sur l'offre, d'identifier l'utilisateur que vous connaissez ou celui qui semble intervenir régulièrement sur les données. Vous lui écrivez par un simple clic sur le bouton bleu « @ Contacter » pour lui faire part de vos desideratas ou questions. Simple et rapide ! Et puis cela renforce les liens entre voisins, vers qui se tourner lorsqu'il est besoin d'une mise à jour, d'une correction ou d'un complément d'informations.

Une copie du mail envoyé vous est adressée. Encore mieux pour suivre la conversation si besoin (vous avez d'ailleurs les remerciements du CRT pour vos réponses toujours rapides et précises par ce biais !).

NB : Cet historique atteste des interventions des uns et des autres (date, heure et nature), permet donc une traçabilité, et d'attribuer les responsabilités le cas échéant.

IL EST RAPPELÉ À CHAQUE PERSONNE DISPOSANT D'UN ACCÈS AU SIRTAQUI QU'ELLE DOIT SE CONNECTER AVEC LES CODES PERSONNELS QUI LUI ONT ÉTÉ REMIS, notamment afin de renseigner correctement cet historique.

NB bis : Pas de changement, pas d'enregistrement pour préserver la qualité de cet historique ! (voir *Enregistrement*)

Besoin de trouver la date de création d'une offre et celle de la dernière modification ? Passer la souris sur le i voisin du nom de la fiche en haut à gauche.

Identifiant SIRTAQUI

L'identifiant Tourinsoft, c'est cette suite de caractères unique attribuée automatiquement par le système lors de la création d'une offre. Ses premières lettres (à quelques exceptions près pour les répertoires construits par le réseau) rappellent dans quel bordereau se situe l'offre, puis apprennent sa région et son département. Les derniers chiffres ponctués de lettres permettent un grand nombre de combinaisons pour que chaque offre ait son numéro propre.

Un identifiant correspond donc à une identité, à laquelle la fiche et son contenu doivent rester liés. Si un hôtel change de raison sociale, de propriétaire ou de nombre de chambres, l'identifiant est conservé : il s'agit du même lieu physique, et il est ainsi possible de suivre ses évolutions.

Par contre, si une conférence sur le travail devient une conférence sur le temps libre, il y a bien ici deux événements distincts : même si c'est toujours une conférence et qu'elle a lieu au même endroit, la seconde doit se différencier de la première. Il faut donc deux fiches, créer une nouvelle offre et ne pas utiliser la première.

Ce principe est très important pour toute réutilisation de données, il faut le respecter en particulier pour les FMA dont les fiches font l'objet de "réutilisations" parfois totalement différentes : un marché devient un loto ! Il n'y a pas de limite à la création et au nombre de fiches, alors à chaque nouveau contenu, nouvelle fiche et nouvel identifiant.

Index SIRTAQUI

Pour bien « ranger » les offres et savoir où les trouver, un index des entrées SIRTAQUI est disponible. Ce tableau Excel dans lequel la recherche se fait sur la 1ère colonne via Contrôle-F permet de retrouver les objets touristiques, les typologies de ces objets mais aussi les marques et labels, les équipements, les services, ...

<https://www.sirtaqui-aquitaine.com/faq/index-sirtaqui/>

INSEE commune (voir Commune)

Internet de séjour

Un onglet permet de saisir et gérer des informations pour de l'internet de séjour.

Les atouts de l'offre peuvent être décrit en quelques mots.

Les rubriques suivantes visent à qualifier finement l'offre : ambiance et qualités, lieux concernés, saisons et météo favorables, type de clients.

Cet onglet peut être utilisé partiellement, en fonction de ses besoins. Il peut être enrichi à la demande.

Dans l'onglet « Identification », se renseigne la « Durée moyenne de l'expérience ». Cette rubrique concernant l'internet de séjour a été inscrite dans cet onglet très visité pour inciter à la saisie d'une information très utile, au-delà de l'internet de séjour.

Itinéraires associés

Vous avez identifié les offres proches d'un itinéraire (ex : avec un outil SIG), vous savez celles qui peuvent recevoir les pratiquants de cet itinéraire (pour les héberger, pour une activité ou une visite), il n'est donc pas nécessaire de savoir exactement la distance qui sépare l'offre de l'itinéraire. En outre, l'affichage sur carte permettra à chacun d'estimer s'il peut accéder à ces offres.

Utiliser alors « Itinéraires associés » qui permet de cocher les itinéraires dont l'offre est proche (moins de 2 km à pied, moins de 5 km à vélo, ou un peu plus mais une possibilité de taxi ou une bonne facilité d'accès, ...)

Itinéraires à proximité

Vous avez besoin de connaître la distance qui sépare l'offre de l'itinéraire et l'info va être utilisée pour des recherches notamment.

Utiliser alors « Itinéraires à proximité » et ses champs distance par rapport à un itinéraire (en km). Il en sera créé autant que de besoin, pour chaque itinéraire.

Assurez-vous que cela sera vraiment exploité, car cela demande un travail très important pour la collecte et la saisie.

Langues parlées

Toutes les rubriques listant les langues (audioguides, visite, panneaux d'information) proposent une liste volontairement réduite aux langues de nos marchés principaux. Les autres langues peuvent être listées dans le descriptif commercial.

Listes (Gestion des)

Les listes pour décrire une offre évoluent régulièrement. Toutes les demandes d'ajout et de modification d'items sont examinées en Comité Technique. Ses critères d'arbitrage : collecter et diffuser une information vraiment utile à nos visiteurs, que ce soit pour la recherche (grands équipements et services comme la piscine ou la table d'hôtes, élément de confort comme la climatisation ou l'accès wifi, ...) ou une donnée qui retient l'attention dans une liste de résultats.

Alléger les listes d'éléments de confort, d'équipements et de services a de multiples intérêts :

- moins de temps de saisie et de vérification pour le pro comme pour nous,
- plus de lisibilité sur nos supports pour le visiteur.

On privilégie ce qui est pertinent pour une recherche et un choix.

La plupart d'entre nous communique en amont du voyage et renvoie vers des sites dédiés à la vente (notamment via le lien de réservation directe saisi dans Infos/Résa) ; il n'y a donc pas besoin de lister tout ce qu'un hébergement comprend, ni une liste de tarifs qu'il sera compliqué de tenir à jour ou de garder représentative (yeld management oblige !).

Et s'il y a des choses qui méritent d'être mentionnées, souvent elles trouvent une bonne place dans le descriptif. Quand seulement 2 ou 3 établissements sont concernés (ex : la présence d'une discothèque, une personne parlant grec), on cite cette particularité dans le texte commercial parce que personne ne va rechercher un camping avec discothèque et qu'afficher une (très !) longue liste de langues parlées ou d'équipements et services sur un site peut être contreproductif.

NB : La recherche textuelle ou full texte permet, dans le SIRTAQUI comme sur internet, de trouver une information présente dans un descriptif commercial.

Localisation

« Au bord de la mer » = sur une commune ayant façade sur l'Atlantique

« En bord de plage / de lac / de plan d'eau / de rivière » = à moins de 500 m

« Pied des pistes » = à moins de 500 m

« À proximité d'un aéroport / autoroute / RN » = à moins de 10 km

« À proximité d'un établissement thermal » = à moins de 10 km

« Accessible à pied » = à moins de 500 m

« À proximité d'un arrêt de bus / d'une station de tramway » = à moins de 5 mn de marche

« À proximité d'un accès TER (train, car) » = à moins de 1 km à pied (ou 20 mn de marche)

« A moins de 10 mn de la gare »

« À moins de 10 mn d'un arrêt TER routier »

« A 10 à 20 mn d'un arrêt TER routier »

« A 10 à 20 mn de la gare »

« À plus de 20 mn d'un arrêt TER routier »

« À plus de 20 mn de la gare »

Le TER peut être un train, qui arrive donc dans une gare, ou bien un car, qui s'arrête sur route, d'où les deux items. Le temps se compte :

- à pied s'il n'y a pas de transports en commun prenant le relais du TER,
- en bus ou en tram si ce type de service multimodal est assuré depuis la gare ou l'arrêt routier.

Il ne faut pas compter la mise à disposition de vélos car la personne concernée peut être avec bagage(s).

Marques et labels

Les marques et labels répondent à des chartes ou des cahiers des charges. Il faut vérifier chaque année la liste des établissements en bénéficiant, et non s'en tenir aux dires de l'offreur. Cette tâche incombe en règle générale à votre ADT/CDT/CD qui sollicite en une fois les organismes labellisateurs et, en concertation régionale, procède à une mise à jour exhaustive simultanée.

Si certains sont absents et qu'ils semblent intéressants à promouvoir, adresser une demande d'ajout à votre référent SIRTAQUI.

Mesures sanitaires (pour mémoire !)

Tous les SIT de France ont maintenu jusqu'en 2021 un descriptif des mesures sanitaires. Même si le public était mieux sensibilisé après la pandémie, il semblait toujours important de le rassurer en présentant les dispositifs en place et de donner au public la meilleure preuve possible qu'il peut venir en toute confiance.

Rappel de saisie : le champ a été envoyé sur la plupart des supports numériques directement avec le descriptif commercial, afin de ne pas générer de coût supplémentaire pour son affichage. Le texte de « Description commerciale » était suivi de celui de « Mesures sanitaires », introduit automatiquement par « Pour bien vous recevoir : ». Vous pouviez donc saisir directement les différentes actions et procédures mises en place par le socio-pro.

Mise à jour

Voir *La mise à jour des données*.

Mise à jour des conditions d'ouverture et des tarifs

Les champs n et n+1, quèsaco ? Ça vous rappelle les maths, et ça fait plus ou moins plaisir ?!

En fait, ce type de champs s'intitulent par exemple « Information ouverture 2024 » et « Informations ouverture 2025 » ; n qui représente l'année en cours est remplacé par 2025, n+1 qui concerne l'année à venir se renomme 2025.

Le 31 décembre à minuit, le contenu du premier est supprimé et remplacé par celui du second qui garde son nom, alors qu'apparaît un « nouveau champ », « Informations ouverture 2026 ».

Dans le SIRTAQUI, fonctionnent de la même manière les champs « Ouverture accueil » et « Tarifs ». Pourquoi ce choix ? Parce que c'est un gage de qualité de la donnée : la version obsolète est automatiquement supprimée et la nouvelle a forcément été saisie, donc vérifiée.

Vous nous direz que certaines offres, comme les hôtels souvent ouverts toute l'année, pourraient bénéficier d'une incrémentation automatique de l'année (c'est-à-dire que seul le nom de l'année, 2024, est remplacé par 2025 le 31 décembre à minuit). C'est vrai, mais il n'est pas possible d'avoir deux systèmes différents de gestion de ces champs. Vous devez donc chaque année n saisir les informations n+1.

À quoi ça sert, « Informations ouverture » et « Descriptif tarifs » ?

Vous le savez, il y a un paquet de champs pour saisir les dates et horaires d'ouverture (37 au minimum pour être exact !) alors imaginez pour traiter ça ensuite et l'afficher de manière intelligible... Cette rubrique est toutefois indispensable pour une réutilisation numérique des informations d'ouverture, mais vous pouvez pour le grand public rédiger dans « Informations ouverture » un texte facile à lire, qui traduit en quelques lignes les conditions de « Ouverture accueil ». Ce dernier sert pour les recherches, l'internet de séjour, le second s'affiche sur les pages de détails, directement lisible.

Même principe pour les tarifs : « Tarifs » permet de saisir une fourchette de prix pour les principales prestations proposées et autorise des recherches dans un moteur ; « Descriptif tarifs » reprend ces tarifs et les détaille (âges des enfants, conditions de tarif réduit ou gratuité, nombre de personnes des groupes, ...), clair pour le client.

Ce ne sont donc, ni l'un, ni l'autre, des champs de complément d'informations, mais des champs d'informations complètes et mises en forme.

Moyens de communication grand public

Il est attendu au moins un moyen de communication grand public. Ce peut être celui d'une mairie ou de l'office de tourisme parfois.

S'il y a plusieurs numéros de téléphone ou plusieurs mèls, le plus important doit être saisi au-dessus des autres.

ATTENTION : quand il n'y a aucune coordonnées télécom, la fiche n'est pas diffusée sur DATAtourisme et bien d'autres supports.

MP3

Des fichiers audios peuvent être déposés dans la médiathèque et liés aux offres (itinéraires, patrimoine culturel ou naturel en particulier).

Ne pas diffuser

Cette rubrique est un outil collectif pour dépublier une fiche ; il suffit en effet de renseigner le champ « Stopper la diffusion » pour ne plus diffuser l'offre vers le grand public, par défaut est envoyé dans les flux tout ce qui n'est pas coché « Oui ».

Elle permet également de savoir rapidement et pour tous les membres du Réseau les raisons de dépublication d'une offre (aucune diffusion vers le grand public) :

- « Pas de mise à jour » ; cela comprend également les fiches quasiment vides, qui n'apportent donc aucune information aux touristes ;
- « Fermeture temporaire » ; cela signifie qu'après des travaux, un changement de propriétaire ou tout autre problème, l'activité va a priori reprendre ;
- « Pas de diffusion commerciale » ; ce motif doit notamment être coché si les CGU n'ont pas été acceptées et/ou quand le prestataire l'a demandé ;
- « Pas en règle » ; l'activité ne répond pas à ses obligations légales et réglementaires ;
- « Fin d'autorisation changement d'usage ;
- « Offre incomplète collectée pour la taxe de séjour » ;
- « Offre saisie pour les besoins d'observation » (voir *Le SIRTAQUI et l'observation*).

C'est aussi là que lors d'une suppression de fiche, vous pouvez indiquer les raisons de cette mise à la corbeille dans « Informations complémentaires », par exemple « Fermeture définitive » ou « Offre ressaisie dans le bon bordereau ».

Ainsi tous les utilisateurs du SIRTAQUI qui consultent cette rubrique apprennent (et comprennent) l'actualité de la fiche. Il est donc vivement conseillé de s'en servir, notamment pour :

- faciliter le suivi des mises à jour,
- veiller à la qualité des données en ligne, grâce à ce filtre disponible pour alimenter de manière différenciée tout support numérique (NB : c'est en tout cas un critère qu'utilise le CRT).

Niveau (voir Offre locale)

Nom de l'offre (voir Raison sociale)

Oenotourisme

Dans DEG, plusieurs rubriques et deux onglets (Caractéristiques et spécificités, Prestations oenotouristiques) ont été développés par la Gironde et peuvent être partagés sur demande.

Offres associées

Ce champ permet de lier une fiche à une autre, dans le même bordereau ou un bordereau différent. Exemples : un restaurant à son hôtel, un prestataire à ses fêtes et manifestations.

Le champ peut aussi être utilisé pour « Vous aimerez aussi ».

Plusieurs clics sont nécessaires pour la saisie ; il faut d'abord choisir le bordereau où se trouve l'offre à lier puis faire une recherche sur l'identifiant ou la raison sociale de cette offre à lier.

Offre locale ou offre créée pour un usage local (« Niveau »)

Une "offre locale" dans la rubrique « Niveau » est souvent un doublon, parce que son originale existe déjà, dans le même bordereau ou dans un autre, et que cette fiche a donc une utilité strictement locale. Ce peut être aussi une offre qui n'a pas vocation à être utilisée ailleurs que sur un site local.

Les offres ainsi qualifiées ne sont en général pas diffusées puisqu'elles sont déjà promues (leurs versions officielles, dites offres régionales !), et que leur usage est donc réservé à ceux qui l'ont créée.

À NE PAS CONFONDRE AVEC « INTÉRÊT LOCAL » POUR LES FÊTES ET MANIFESTATIONS qui concerne le périmètre de promotion de l'évènement !

Ouverture accueil

Ce champ doit obligatoirement contenir une date sur l'année en cours, y compris pour les villes et villages, les monuments comme les églises ou tout autre site ouvert toute l'année. Cela atteste de la mise à jour/vérification de la fiche.

S'il y a une date d'ouverture, il doit y avoir une date de fermeture. Et s'il y a des horaires, il doit y avoir des dates de période. C'est ce qui garantit une bonne exploitation des données.

Pour la mise à jour, remplissez les dates et horaires n+1 dans les occurrences déjà existantes, dans les champs n+1 réservés à l'année suivante. Même si les périodes ne correspondent pas tout à fait à celles de l'année précédente, elles s'afficheront correctement et dans l'ordre quand les données n disparaîtront.

Si les données jours et horaires d'ouverture ne sont pas indispensables pour les hébergements, elles sont particulièrement utiles pour les activités et loisirs, les visites, voire les restaurants, même sans internet de séjour.

Les remplir dans « Ouverture accueil » permet une lecture et une interprétation par une machine, qui va donc pouvoir dire ce qui est ouvert et quand. Ce sont des données très attendues par les partenaires et en open data.

Un champ texte, « Informations ouverture » (voir ci-dessus À quoi ça sert, « Informations ouverture » et « Descriptif tarifs » ?), peut être renseigné afin de pouvoir afficher facilement les conditions d'ouverture parfois complexes pour les équipements de loisirs, les activités sportives et culturelles, les sites de dégustations, le patrimoine culturel et naturel.

Une rubrique « Fermeture en jours fériés » vise à indiquer les jours fériés où l'offre ferme.

Comment (où) préciser que l'ouverture est sur réservation ou rendez-vous ?

- Mettre dans « Ouverture accueil » une ou plusieurs périodes d'ouverture, sans jours ni horaires, mais correspondant aux périodes où le client peut être accueilli ;
- Faire mention de cet impératif de contact préalable dans le descriptif commercial (« Le restaurant n'est accessible que sur réservation ») ainsi que dans « Informations ouverture ».

Photos

- Règles de saisie

Il est attendu au moins une photo mais il est vivement conseillé d'en mettre au moins 4. Il peut y en avoir plus, regardez ce qui se fait sur tous bons sites de réservation.

Bien sûr, elles doivent être séduisantes, même sous un ciel plombé ou dans le froid hivernal. Quelques conseils sont prodigués aux pros du tourisme et le Réseau SIRTAQUI vous propose des formations à la production de contenus enrichis.

Enfin, leur grande taille est un atout : songez à la place qu'elles occupent maintenant sur un site internet. Au format paysage, elles font au minimum 800 pixels de large sur 600 de haut, ce qui signifie que plus encore, c'est mieux (voir avec vos référents au département).

Attention cependant à leur poids : 350 ko à 1 Mo maximum. Même si les freins techniques sont moindres aujourd'hui sur cet aspect (plus grandes capacités et rapidité de téléchargement, moindre coût de stockage), ils existent toujours et éviter les dépenses énergétiques compte.

Voir aussi : www.sirtaqui-aquitaine.com/vous-appartenez-au-reseau-sirtaqui/les-photos/

Il y a dans la médiathèque de nombreuses photos très « lourdes », c'est-à-dire que leur taille (nom de la colonne où se trouve cette information dans l'explorateur de documents) dépasse 1000 Ko ou 1 Mo. Il faut faire plus léger : la règle régionale de saisie dit donc moins de 350 Ko.

Pourquoi ce choix ? Parce que toutes ces images sont principalement utilisées pour des supports numériques, sites internet ou brochures en ligne. Associées entre elles, leurs poids cumulés donnent des pages qui seront plus longues à télécharger. Si c'est moins un problème aujourd'hui, il est préférable pour diminuer son impact environnemental de limiter le poids de tout ce qui circule en ligne et consomme une énergie folle.

Pour redimensionner vos photos, plusieurs utilitaires (dont certains gratuits) existent qui permettent de faire toute une série en même temps, tout en nommant de manière uniforme chaque fichier (avec le nom de la commune et du site par exemple, ce qui contribue au bon référencement naturel).

Pour chercher dans la médiathèque Tourinsoft les fichiers qui sont vraiment trop volumineux :

- dans la médiathèque, choisir le dossier « Images » puis cliquez tout en bas sur « Rechercher » ;
- vous pouvez cibler un dossier, un type de fichier (extension JPG principalement pour nos photos) ;
- lancer la recherche sur les photos dont la taille (en ko) est supérieure ou égale à 5000 par exemple pour commencer.

Toutes les photos qui illustrent des offres (sont donc liées à une fiche) doivent être allégées. Le processus : téléchargez le fichier depuis la médiathèque Tourinsoft (ou bien prenez celui que vous avez toujours sur l'ordinateur), diminuez-en la taille, remettez-le dans la médiathèque ou bien réassociez-le directement à votre fiche. Autant que possible, supprimer de la médiathèque celui qui était trop lourd.

C'est un lourd travail (!). Faites-le au moins pour les clichés très, très lourds (plus de 10000 ko ou 10 Mo). Et prenez bonne note de cette bonne pratique : dès que vous enregistrez une photo, veillez à sa bonne taille.

Les photos peuvent être entrées dans la médiathèque en amont ou lors de la saisie de la fiche. Il suffit de cliquer dessus pour les afficher avec leur taille d'origine dans le navigateur.

Fichier de préférences de type .jpg, .jpeg ou .JPG

Format paysage de préférence

Taille de 800x600 pixels AU MINIMUM

Poids de 350 ko, 1Mo MAXIMUM

En paysage ou en portrait ? La photo s'intègre dans la médiathèque telle qu'elle a été prise, en portrait ou en paysage, même si vous effectuez une rotation depuis votre ordinateur avant intégration. Afin de changer cela, il faut modifier les propriétés de la photo avant de l'intégrer dans la médiathèque.

<http://techniquesphoto.fr/probleme-rotations-images/>

Les photos peuvent être utilisées dans les modèles, y compris dans les syndications, avec une ou plusieurs tailles définies en amont (vignette, page, diaporama, ...). Renseignez-vous auprès de votre référent SIRTAQUI.

- Partage dans Tourinsoft

Pas besoin de partager vos photos dans la médiathèque pour qu'elles soient vues de tous sur l'offre et les supports qui présentent cette offre ! Lorsque vous mettez une photo (ou tout autre média) dans le SIRTAQUI, pas besoin de la partager entre toutes les structures, il suffit de laisser la rubrique "Partager" cochée sur "Structure", comme elle l'est par défaut. Si ce paramétrage est modifié, tout le monde voit le fichier ainsi téléchargé, et toutes les médiathèques se retrouvent très chargées. Une seule chose à faire : il n'y a rien à faire sur ce point !

- Crédits

Vérifier l'appartenance de chaque média - car c'est valable pour tous les supports multimédias - est d'autant plus important aujourd'hui que les usages sont de plus en plus larges, notamment avec la loi sur la République Numérique et DATAtourisme. En cas de doute : supprimer !

Nous vous rappelons que toutes les photos sont toujours soumises à minima à droit d'auteur. Par conséquent, **ne jamais dire, encore moins écrire, dans le crédit, que les photos sont libres de droit.**

Un crédit doit toujours contenir plus de 2 caractères, alors n'inscrivez pas OT mais votre nom complet (ex : OT du Pays d'Albret), qui en plus sera valorisé par les moteurs.

- Licence CC

Le Réseau SIRTAQUI a choisi, pour simplifier les droits de réutilisation, de mettre toute photo (et autre média) versée dans la base sous licence libre Creative Commons. Ces licences permettent notamment d'éviter la procédure de demandes d'autorisation préalables à chaque nouvelle réutilisation, totale ou partielle, des informations insérées dans le SIRTAQUI. Pour faire simple, on fixe en amont, lors de leur remise, les modalités de réutilisation de ces documents.

Tous les éléments objets de propriété intellectuelle ainsi intégrés au SIRTAQUI sont mis à disposition sous la licence By-ND 4.0 qui oblige les réutilisateurs à respecter les options suivantes :

- By (Paternité) : indication du nom du propriétaire de la création ;
- ND (Pas de modifications) : interdiction d'apporter des modifications à la création.
- et, très important, obligation au réutilisateur de mettre ces œuvres à disposition du public sous ces mêmes options Creative Commons ici définies.

Voir aussi :

<https://www.sirtaqui-aquitaine.com/vous-appartenez-au-reseau-sirtaqui/les-droits-photos/>
<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/deed.fr>

Il est recommandé d'indiquer, au moins dans les mentions légales de vos documents et sites internet alimentés par le SIRTAQUI, que les photos téléchargées dans le progiciel sont toutes réutilisables sous la licence « Creative Commons By-ND 4.0-fr ».

Toutes ces informations s'appliquent, hormis pour les dimensions, aux photos panoramiques qui peuvent également être déposées dans la médiathèque.

Pictos

Il est possible de lier un item avec un pictogramme pour ses brochures et supports numériques (se rapprocher de son CDT/ADT).

Planning

Il est possible de faire remplir un planning de disponibilité indicative.

Une seconde rubrique permet de saisir un ou plusieurs liens ical pour obtenir un planning de disponibilité très précis.

Présentation des offreurs

Le département du Lot avait rédigé de très jolis portraits de ceux qui, comme nous, contribuent au quotidien au bon accueil des visiteurs de la destination (Esprit Lot). Le SIRTAQUI s'en inspire en créant dans l'onglet Multimédias une rubrique destinée à la présentation de(s) la personne(s) qui fait vivre l'offre, hébergement, restaurant ou encore prestataire d'activité. Une belle manière de promouvoir le local.

Qualification régionale

Voir *La qualification thématique des offres*

La saisie est réservée en général aux départements et s'appuie donc sur des référentiels.

Pour en savoir plus

<https://www.sirtaqui-aquitaine.com/vous-appartenez-au-reseau-sirtaqui/la-qualification-sirtaqui/>

Qui contacter ? (voir Contact et type de contact)

Raison sociale

Ce champ comprend le nom de l'offre ; il se situe dans le granule "Adresse", sauf pour les fêtes et manifestations (« Nom de la manifestation »).

Il doit être saisi en minuscules, sauf là où une majuscule s'impose (Hôtel de la Reine Françoise). Éviter l'usage de guillemets ; vérifier qu'il n'y pas un espace devant qui viendrait fausser l'ordre alphabétique ; n'y mettez pas le classement ou label de l'offre, il pourra être accolé lors de l'exploitation des données.

Les données sont utilisées aux échelons départemental, régional et national (voire même internationale aujourd'hui avec l'open data). Lorsqu'elles sont affichées toutes ensemble dans une liste, il est important d'identifier facilement chaque offre, d'où l'importance de la raison sociale. Elle doit indiquer de quoi il s'agit et se distinguer avec le lieu ou tout autre dénomination propre pour éviter une longue liste de titres identiques.

Ceci concerne en particulier les aires de camping-cars, certains équipements ou encore les fêtes et manifestations.

Voici quelques exemples de nommage :

- Aire de services de Morcenx ou Aire de camping-car La Pinède
- Aire de pique-nique de Targon ou Aire de pique-nique du Bec de la Bidouze
- Journées du Patrimoine à la Collégiale Saint-Vincent ou JEP - Visite commentée du Château de la Cousse ou simplement Visite d'un ancien atelier de menuiserie (l'appartenance aux Journées du Patrimoine étant indiquée dans la rubrique des évènements nationaux)

Des noms de personnes peuvent être utilisés comme raison sociale, à des fins professionnelles et commerciales. Dans ce cas, chaque Partenaire et chaque adhérent n'est pas dans l'obligation de procéder à leur anonymisation ni à se conformer aux obligations de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés et du Règlement Général de Protection des Données dit RGPD (Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016).

Règle de saisie d'un nom en raison sociale : Prénom Nom - Fonction/métier.

Ex : Louis Faure - Accompagnateur en montagne

NB : Dans toute extraction, le champ ou figure le classement d'un hébergement peut être accolé à la raison sociale sous forme de texte ou de pictos.

Réception de groupes

Pour bien renseigner l'accueil de groupes :

- Nombre de personnes minimum = nombre minimum de personnes pour être considéré comme un groupe
- Nombre de personnes maximum = nombre maximal de personnes pouvant être accueillies simultanément

Un champ permet de signaler la présence d'un parking autocar : privilégier maintenant la liste des équipements pour renseigner ce critère.

Récompense(s) Concours Best Of Wine

Trois champs pour décrire les résultats de ce concours qui s'adresse à tous les offreurs de tous les vignobles de la Nouvelle-Aquitaine, pour des sites de dégustations, quelques activités, des hôtels, des meublés ou chambres d'hôte et des campings :

- Type de récompense (Best of, Best of d'Or, Best of Wine Tourism international, Coup de Cœur du Jury) ;

- Année de réception de cette récompense ;
- Catégorie de la récompense (Architecture et paysages, Hébergement à la propriété, Restauration à la propriété, ...).

Récompense(s) Trophées du tourisme

Même principe pour cette rubrique que la précédente, pour tous ceux qui organise un tel concours (à l'échelon départemental pour le moment).

Référencement naturel

Pour un évènement qui revient chaque année (un marché traditionnel, les grandes fêtes du Sud-Ouest, les rendez-vous emblématiques comme le Marathon du Médoc ou Soulac 1900, ...), il est vivement recommandé de garder toujours la même fiche. L'identifiant de l'offre est reconnu par les moteurs de recherche et contribue au bon référencement naturel.

En FMA toujours, des champs ont été ajoutés pour soigner ce référencement naturel, ainsi que de donner des informations complémentaires utiles :

- Modalités d'accès à l'évènement

Champ du même nom (Bouton radio) : En ligne, Sur place, Partiellement en ligne et sur place

Champ « Lien d'accès à l'évènement en ligne » pour mettre l'URL en cas d'évènement en ligne ou partiellement en ligne

- Intervenants de l'évènement

Champ du même nom (Texte) pour indiquer le nom des personnes qui participent à l'évènement, tels que le nom des artistes et des comédiens. Contenu à recopier aussi éventuellement dans le descriptif pour améliorer le référencement.

- État de l'évènement

Champ du même nom (Bouton radio) : Evènement annulé, Evènement reporté à une date ultérieure inconnue, Evènement reprogrammé, Evènement complet

Règles de saisie pour cette dernière rubrique

L'évènement a été annulé ? Ne changez rien à la fiche, à part peut-être l'indication d'annulation dans le nom de la FMA ou dans le descriptif commercial si vous n'affichez pas le contenu de « Etat de l'évènement ».

L'évènement est reporté à une date ultérieure inconnue ? Laisser la date prévue avec les informations de report, la fiche ne sera plus diffusée la date passée et dès que vous le pouvez, indiquer la nouvelle date prévue.

Evènement reprogrammé ? La date du report est tout de suite connue, alors la modifier.

Réseaux sociaux

Des URL sont attendues, adresses cliquables, et pas seulement le nom de la page ou du compte.

Réservation

Le champ « URL réservation » de « Réservation en ligne » dans « Infos/Résa » doit être utilisé pour renvoyer l'internaute-mobinaute séduit par la présentation de l'offre dans le tunnel de réservation choisi par le pro lui-même.

L'URL doit VRAIMENT renvoyer vers une page de réservation, et pas un formulaire de contact.

Salle de réunions d'affaires

18 champs permettent de décrire chaque salle de réunion d'un lieu, son nom, sa surface, sa capacité maximum et ses capacités suivant la configuration des tables et des chaises (champs numériques), ses équipements et une série de variables (cloisons modulables, éclairage naturel, possibilité d'occulter la salle, vestiaires ou toilettes à proximité + un descriptif général (localisation, ambiance, mobilier, ...).

Tarifs

Les listes d'items d'intitulés tarifs ont été allégées en 2013 pour se concentrer sur l'essentiel (voir ci-dessous). Pour permettre d'entrer quelques détails, il y a « Autre tarif », en renseignant « Complément tarif » pour déterminer la prestation concernée.

Le reste est à consulter de préférence sur un site de réservation. Le champ « URL réservation » de « Réservation en ligne » dans « Infos/Résa » doit être utilisé pour renvoyer l'internaute-mobinaute séduit par la présentation de l'offre dans le tunnel de réservation choisi par le pro lui-même.

NB : L'URL doit VRAIMENT renvoyer vers une page de réservation, et pas un formulaire de contact.

Il est donc fortement recommandé d'afficher au moins un tarif représentatif de l'offre, de préférence une fourchette de prix :

- pour les aires de camping-car, "Stationnement / nuit" et/ou « Service » ;
- pour les campings, "Forfait journalier" et/ou « Location HLL/semaine » ;
- pour les hôtels, "Chambre double" ;
- pour les hébergements collectifs, "Nuitée" et/ou « Semaine » ;
- pour les chambres d'hôtes, "Nuitée" ;
- pour les locations de vacances, "Semaine (meublé)" ;
- pour les restaurants, "Menu adulte" ;
- pour les résidences, "Tarif logement par nuit" et/ou « Tarif logement par semaine » ;
- pour les villages de vacances, "Tarif logement par semaine".

Le champ texte « Descriptif tarifs » devrait être renseigné afin de pouvoir afficher facilement les tarifs parfois complexes pour les équipements de loisirs, les activités sportives et culturelles, les sites de dégustations, le patrimoine culturel et naturel (voir ci-dessus *À quoi ça sert, « Informations ouverture » et « Descriptif tarifs » ?*).

Taxe de séjour

Deux champs permettent d'indiquer le montant de la taxe de séjour et pour les hébergements non classés, la taxe de séjour par nuit et par personne en pourcentage.

Thèmes

Lorsque vous cochez des thèmes/thématiques pour une offre, veillez à les mettre en valeur dans le descriptif commercial. Parfois, il est impossible de savoir pourquoi une fiche a mérité ces qualifications (voir ci-dessus Descriptif commercial).

Tourisme d'affaires

Voir aussi *Salle de réunions d'affaires*

Cet onglet permet de détailler les capacités et conditions d'accueil du tourisme d'affaires ; il se renseigne seulement si le lieu développe cette clientèle.

A propos de la saisie des tarifs de tourisme d'affaires : difficile de répondre précisément tant les formules peuvent varier, il n'est donc pas nécessaire d'en saisir, même si une rubrique a été initialement prévue.

Tourisme et Handicaps

Label renseigné par les responsables qui attribuent le label en département.

Des champs peuvent être partagés pour décrire le travail général de l'établissement pour les personnes en situation de handicap, l'accessibilité pour chaque label et pour mettre des photos dédiées.

NB : Quand l'offre est labellisée Tourisme et Handicap moteur, le champ « Accessible aux personnes à mobilité réduite » doit être coché à « Oui ».

Tronc commun SIRTAQUI

Le SIRTAQUI est une base de données partagées ; tous les membres du Réseau ont accès aux informations touristiques de tous, et départements et région peuvent s'en servir pour amplifier encore leur portée. Il faut pour cela que les données soient homogènes, saisies au bon endroit et au bon format.

En soutien, pensez au tableau du tronc commun SIRTAQUI, manuel de règles de saisie et charte de qualité, qui liste tous les champs partagés et donne les informations utiles pour bien les remplir. Ces consignes de saisie sont reprises dans les info-bulles, à lire avec attention également !

<https://www.sirtaqui-aquitaine.com/vous-appartenez-au-reseau-sirtaqui/le-tronc-commun-sirtaqui/>

Les données de ce tronc commun indispensables à saisir

Tous les supports destinés au grand public, papiers comme numériques, reprennent en général à minima les adresses et moyens de communication grand public des offres.

D'autres informations sont très utilisées vers le grand public :

- le descriptif commercial,
- les marques et labels,
- la géolocalisation,
- les dates et horaires d'ouverture,
- les tarifs,
- pour les hébergements en particulier, les listes d'éléments de confort, d'équipements et de services, très importantes pour que le client puisse sélectionner ce qui lui paraît indispensables,
- pour les sites à visiter, les conditions des visites (libre ou guidée, dans quelle(s) langue(s), etc.),
- les photos, également fondamentales pour informer et... séduire !

Tronc commun des données GRC

Le module accueil doit permettre la consolidation de statistiques à tous les échelons et l'obtention de chiffres significatifs, d'où sa construction avec des champs communs, des champs dépendants qui eux peuvent, dans une certaine limite, être personnalisés.

Il est convenu que le module accueil peut permettre :

- l'observation de toute l'activité d'accueil, y compris celle des résidents et futurs habitants et celle des socioprofessionnels et des élus du territoire ;
- le recueil d'un maximum d'informations qui peuvent être délivrées spontanément par les visiteurs, à condition que ces informations soient utiles et exploitables (principe de minimisation du RGPD).

Ce tronc commun reste évolutif et dans une certaine mesure, personnalisable. Contactez votre référent SIRTAQUI si besoin. Une réunion annuelle se penche que sa mise à jour.

<https://www.sirtaqui-aquitaine.com/vous-appartenez-au-reseau-sirtaqui/l-accueil-dans-le-sirtaqui/>

À garder à l'esprit

Les statistiques issues du module accueil de Tourinsoft permettent de cerner l'activité et la clientèle de l'office de tourisme, non l'activité touristique et les visiteurs de la destination.

Les données enregistrées concernent en effet votre public, celui qui vous contacte ou franchit la porte de l'office : c'est donc une connaissance partielle des visiteurs de votre territoire, même si elle est essentielle pour vos activités.

De plus, il y a une marge d'erreur sur ces données. Certains champs ont parfois une valeur par défaut (pays, nombre de personnes), ce qui peut fausser un résultat. Dans un grand nombre de cas également, sont saisies des informations dont la véracité n'est peut-être pas avérée (qui est avec qui ? est-on sûr que ce couple n'a pas d'enfants avec lui ? quel âge donner à cette personne ? ...) ou bien en trop faible quantité pour être significative.

Pour mieux connaître la clientèle de la destination (à qui chaque institutionnel s'adresse en amont du séjour), préparer une campagne de communication, organiser un nouveau site internet, il faut donc aller chercher des données plus larges :

- dans les études menées par les observatoires touristiques de la région et des départements (notamment l'enquête des clientèles touristiques de Nouvelle-Aquitaine),
- dans les statistiques de fréquentation de son site internet,
- via l'analyse de son activité en matière de visites organisées et autres ventes de produits touristiques, ...

Voir aussi :

<https://www.sirtaqui-aquitaine.com/vous-appartenez-au-reseau-sirtaqui/l-accueil-dans-le-sirtaqui/>

Type/typologie d'offres

Pour bien typer une offre – les rubriques type d'activité, d'équipement ou manifestations, mais aussi les champs catégorie et thèmes de l'onglet Identification, il faut se mettre à la place de l'internaute. Quand il va chercher sur un item, va-t-il trouver ce qui correspond à son besoin, son attente ? Les infos doivent permettre à nos visiteurs de sélectionner ce qui les intéresse précisément et ces rubriques doivent donc être remplies avec rigueur.

Il veut visiter un château avec ses enfants ? Il attend une liste de châteaux, pas de villes ou villages où il y a un château dont il ne connaîtra pas dans le détail l'intérêt et les conditions de visites.

Il adore les glaces ? Il attend celles qu'il ne mangera nulle part ailleurs, produites dans un restaurant ou chez un glacier, pas celles d'un bac en plastique ou d'un bâtonnet sous cellophane !

Sur une fiche de présentation d'une ville ou d'un village, éviter de cocher tous les monuments visibles sur place. Et s'il y en a un de remarquable, privilégier une fiche dédiée. Ainsi quelqu'un qui cherchera les ponts qui méritent le détour pourra les identifier.

Quand l'ADT/CDT/CD ou le CRT veut une liste des communautés de communes ou des mairies et qu'il trouve des OT, il doit "nettoyer" le fichier (l'OT est un OT, même s'il travaille pour une Communauté de Communes) ; un champ permet de lier l'OT à sa communauté de communes ou sa mairie, c'est ce qu'il faut utiliser.

Il peut aussi être nécessaire de faire plusieurs fiches plutôt que de tout inscrire dans une seule. Si les conditions d'accès (dates et horaires d'ouverture, tarifs) diffèrent selon le type de prestations décrites, ces dernières seront mieux renseignées et valorisées sur leur propre fiche. Ex : une salle à louer, une piscine ou encore un terrain de tennis clos sur une base de loisirs.

Lorsque vous cochez un ou plusieurs items dans une liste de types dans l'onglet Identification en HCO, ASC ou encore LOI, veillez à les mettre en valeur dans le descriptif commercial ; toutes les prestations de l'offreur méritent d'être valorisées.

Pour une base de loisirs ou un parc à thème : plutôt que de lister une dizaine d'équipements accessibles seulement quand le site est ouvert (ex : aire de pique-nique, jeux pour enfants que vous cocherez alors en tant qu'équipements du site), décrire toute la richesse d'activités dans le descriptif commercial.

Vélo (à propos des informations pratiques pour les cyclistes)

- Les haltes de repos vélo et les aires de services pour vélo (définitions disponibles auprès de Vélo & Territoires) sont saisies en LOI ; tous leurs équipements sont cochés dans le champ du même nom.
- Les aires de pique-nique sont saisies en LOI ; elles sont mentionnées et géolocalisées dans « Équipements et services en chemin » pour les itinéraires.
- Les loueurs de vélo offrant des services de réparation de vélos et/ou de transport de bagages sont saisis en LOI et leurs services sont détaillés dans la rubrique du même nom ; les prestataires non loueurs sont dans Commerces et services.

Sont saisis dans Commerces et services :

- les box vélo.
- les distributeurs de pains ou de repas,
- les points d'eau,
- les sanitaires (WC),
- les stations de gonflage pour vélo,
- les stations de recharge pour VAE.

Plusieurs de ces équipements seront également mentionnés et géolocalisés dans « Équipements et services en chemin » pour les itinéraires.

Vidéo

URL vidéo = Lien(s) vers une page de visualisation de la vidéo

Code de la vidéo = Copier/coller de "Partager" dans Youtube ou "Intégrer" dans Dailymotion

Visites

Cet onglet comprend toutes les informations liées à une visite touristique, en individuel ou en groupe.

Pour les sites de dégustation, peuvent être précisés s'il y a vente ou cueillette à la propriété et les marchés, commerces et boutiques où acheter le(s) produit(s). Il est même possible d'indiquer des lieux où le produit peut être consommé (points de restauration principalement).

Où saisir les jours et horaires de visites ? Ils doivent être indiqués dans :

- « Ouverture accueil » afin de permettre des recherches, notamment en internet de séjour,
- « Informations ouverture » en toutes lettres,
- voire « Informations sur les visites » dans l'onglet « Visites ».

Visite virtuelle

Lien(s) vers une page proposant une visite virtuelle (mystreetview, zoomer, flyovergreen, ...).

WEB 2.0 – Avis

Cette rubrique permet de saisir des données clés (ID et badge) pour afficher des avis provenant de TripAdvisor, Trivago, L'internaute, Zoover ou Venini.

Attention : les fiches des sites d'avis doivent souvent être dédoublonnées et rapprochées manuellement pour une bonne correspondance avec celles du SIT. Contacter votre référent SIRTAQUI pour en savoir plus.

Le champ Fairquest permet à un prestataire de ne pas diffuser ses avis collectés sur Fairquest.
« Ne pas diffuser avis » concerne tous les sites (aucune diffusion d'avis si la coche est « Non »).

Zone

Listes de communes paramétrées par l'administrateur de Tourinsoft, de nombreuses zones sont disponibles dans les moteurs de recherche, dont :

- votre zone de compétence (en général du nom de votre structure),
- votre département et ses voisins, ceux de la région,
- la région.

Il peut y avoir aussi une communauté de communes, un pays touristique, un couloir le long d'un itinéraire, un périmètre autour d'une ville ou d'une gare, ... Vous pouvez demander une zone sur mesure à votre Référent SIRTAQUI.

À propos des offres hors-zone

Lors de la création d'une offre via un questionnaire web, il est impossible d'indiquer le code INSEE de la commune, indispensable au rattachement d'une fiche à un OT. C'est lors de la validation que l'OT le fera, liant la fiche à sa zone.

Il y a donc en permanence quelques offres hors-zone qui « errent » en base. Merci de ne pas les supprimer mais de contacter l'OT concerné, voire l'ADT/CDT/CD, pour que ces offres soient réattribuées au bon territoire. Elles ont été saisies, c'est qu'elles sont utiles à quelqu'un !

CONTACTS DU RÉSEAU SIRTAQUI

Comité Régional de Tourisme de Nouvelle-Aquitaine

4 place Jean Jaurès CS 31759
33074 BORDEAUX Cedex
Tél : +33 5 56 01 70 00
www.tourisme-nouvelle-aquitaine.com

Contact SIRTAQUI : Florence PRÉDONZAN
Mèl : sirtaqui@na-tourisme.com

Corrèze Tourisme

Maison du Tourisme - 45 quai Aristide Briand
19000 TULLE
Tél : +33 5 44 41 90 20
www.tourismecorreze.com

Contacts SIRTAQUI : Philippe CONSTANTY et Alexandra MICHEL
Mèl : sirtaqui@correze.fr

Creuse Tourisme

Avenue Pierre Leroux
23005 GUERET
Tél : +33 5 55 51 93 23
www.tourisme-creuse.com

Contacts SIRTAQUI : Graziella PENOT et Aline GORSSE
Mèl : sirtaqui@tourisme-creuse.com

Comité Départemental du Tourisme de la Dordogne

25 rue Wilson BP 2063
24002 PERIGUEUX
Tél : +33 5 53 35 50 24
www.dordogne-perigord-tourisme.fr

Contacts SIRTAQUI : Charles BRINDAMOUR et Evelyne VALADIÉ
Mèl : sirtaqui@tourismeperigord.com

Gironde Tourisme

Immeuble Gironde

1 et 4 Terrasse du 8 mai 45 - CS 92015

33076 BORDEAUX CEDEX

Tél : +33 5 56 52 61 40

www.tourisme-gironde.fr

Contact SIRTAQUI : Nathalie LATRY

Mèl : sirtaqui@gironde-tourisme.com

Landes Attractivité

4 avenue Aristide Briand BP 407

40012 MONT-DE-MARSAN

Tél : +33 5 58 06 89 89

www.tourismelandes.com

Contact SIRTAQUI : Corinne LARRERE

Mèl : sirtaqui@landesattractivite.com

Lot-et-Garonne Tourisme

271 rue de Péchabout BP30158

47005 AGEN

Tél : +33 5 53 66 14 14

www.tourisme-lotetgaronne.com

Contact SIRTAQUI : Frédérique MERCIER et Lionel POIRET

Mèl : sirtaqui@tourisme-lotetgaronne.com

ADT Béarn - Pays Basque

Petite caserne

2 allée des Platanes

64100 BAYONNE

Tél : +33 5 59 46 52 52

www.tourisme64.com

Contacts SIRTAQUI : Xavier LAFON ou Valérie GOUARNALUSSE

Mèl : sirtaqui@tourisme64.com

Conseil Départemental des Deux Sèvres

Maison du département

Mission tourisme

Mail Lucie Aubrac

CS 58880 -79028 NIORT Cedex

Tél : +33 5 49 77 87 79

www.tourisme-deux-sevres.com

Contact SIRTAQUI : Stella BONNET

Mèl : sirtaqui@deux-sevres.fr

Comité Départemental du Tourisme de la Vienne

33 place Charles de Gaulle - CS 20287

86007 POITIERS Cedex

Tél : 05 49 37 48 48.

www.tourisme-vienne.com

Contacts SIRTAQUI : Sandrine DUVIGNAC

sirtaqui@tourisme-vienne.com

Conseil Départemental de la Vienne

Place Aristide Briand - CS 80319

86008 POITIERS Cedex

Terres de Limousin

11 rue François Chénieux

87000 LIMOGES

Tél : +33 5 55 79 04 04

www.tourisme-hautevienne.com

Contacts : Stéphane ROUX et Amandine LAGORSE

Mèl : sirtaqui@visitlimousin.com