



Atelier Evaluation

Rencontres du Réseau – 15 octobre 2018



De la donnée à son utilité



L'atelier en quelques mots

Un enjeu central : redonner tout son sens à l'évaluation

- S'appropriier le système d'évaluation de façon ludique et collective
- Créer un langage commun autour de cette exigence
- Mieux structurer les sources de données
- Identifier les points d'amélioration du dispositif

L'organisation de l'atelier



La donnée remise en perspective
(plénière et vote interactif)

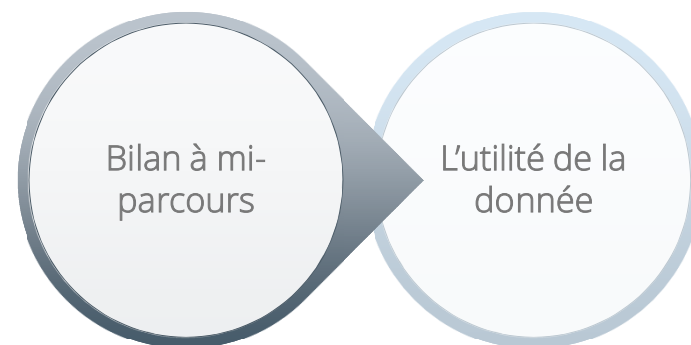


Des données pour s'orienter
(tables rondes)



TEMPS 1

Des données à mettre en perspective



Bilan à mi-parcours

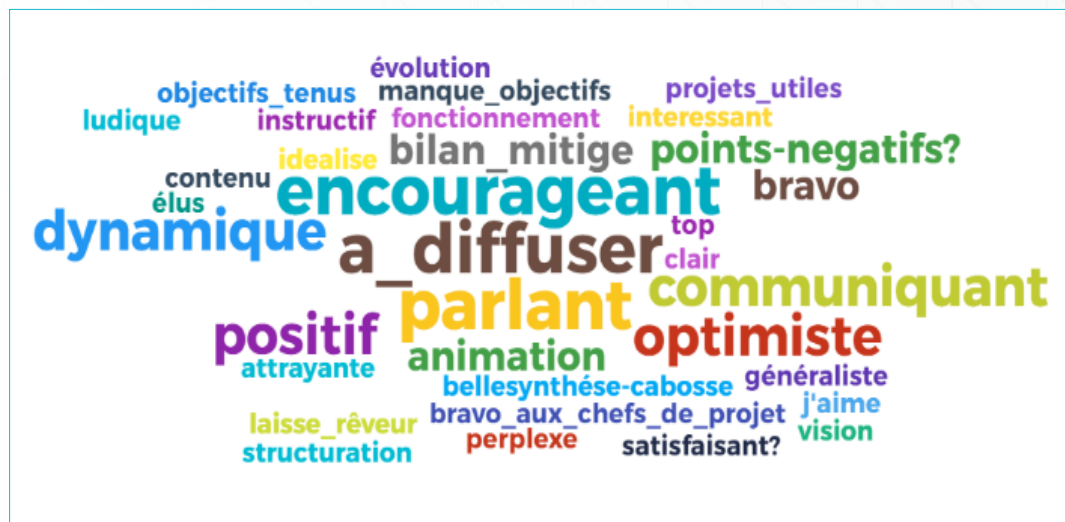


Silence, ça
tourne !

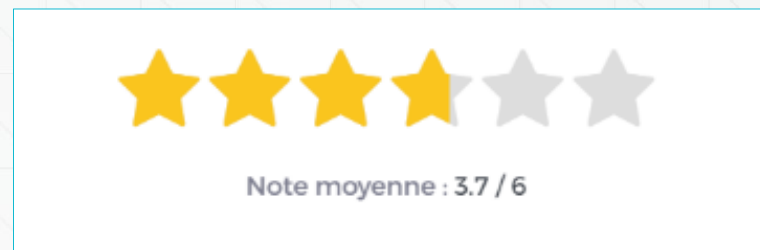


Vos impressions sur l'infographie

Votre impression en 1 mot !



Les données présentées vous paraissent-elles utiles ?



Vote en 6 étoiles :

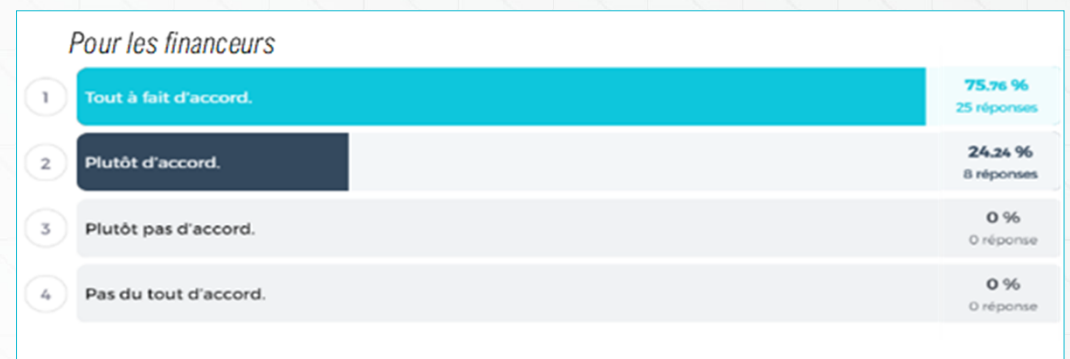
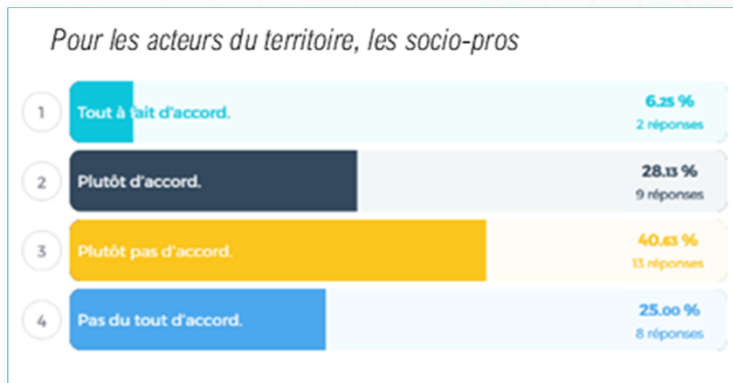
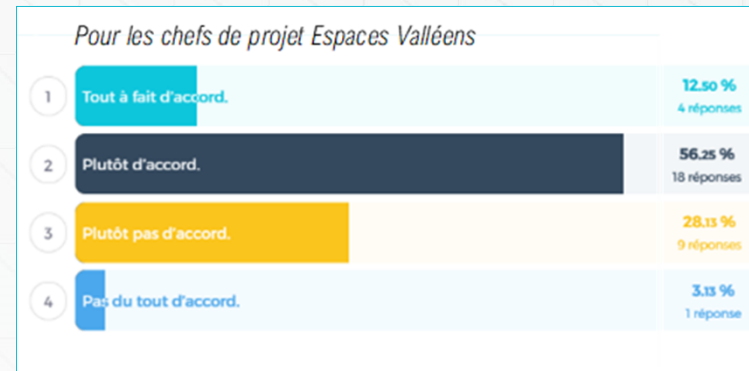
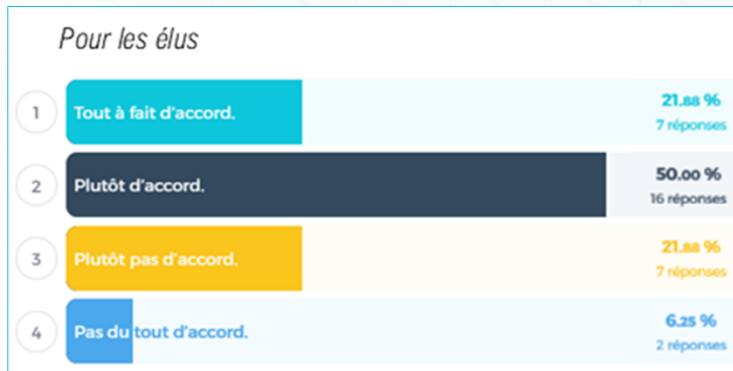
- de 0, les données ne sont pas du tout utiles / intéressantes
- à 6, les données sont très utiles / intéressantes

L'utilité de la donnée



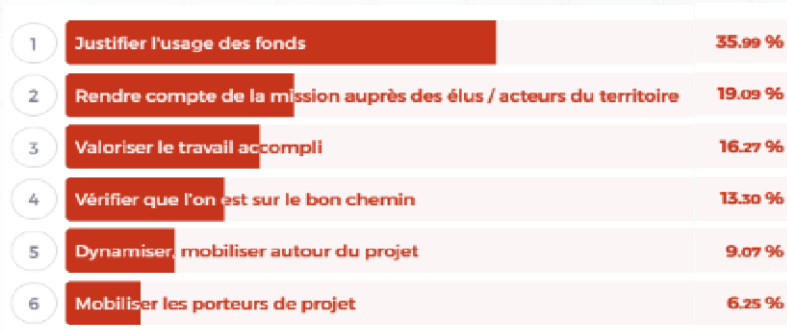
L'utilité de la donnée

Les données sont utiles pour qui ?

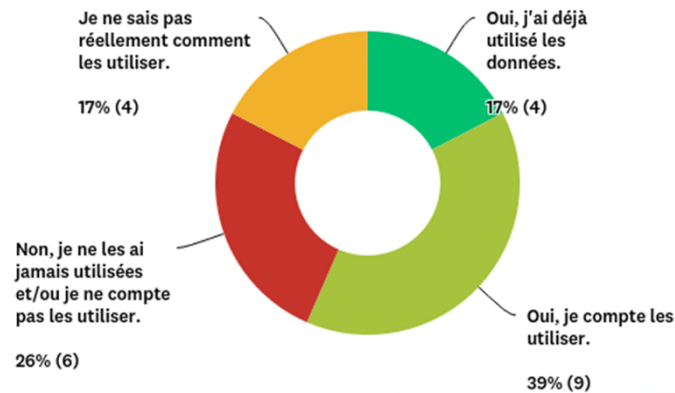


L'utilité de la donnée

Les données sont utiles pour quoi ?

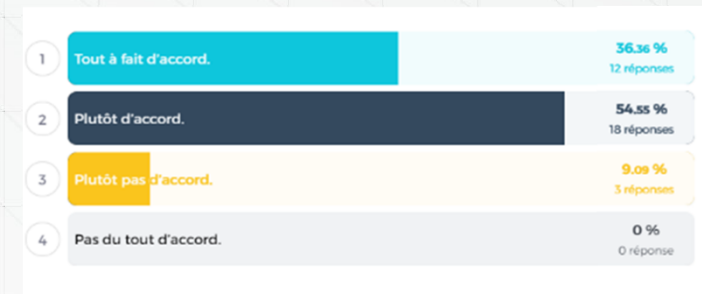


Q3: Avez-vous déjà utilisé les données collectées dans le cadre de vos actions quotidiennes, ou comptez-vous les utiliser prochainement ?

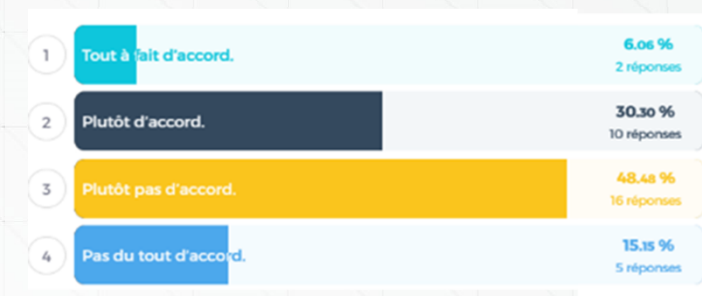


Les données peuvent être utiles quand ?

Les données peuvent être utiles dans l'animation des comités de pilotage :



Les données peuvent être utiles dans la relation avec les porteurs de projet :



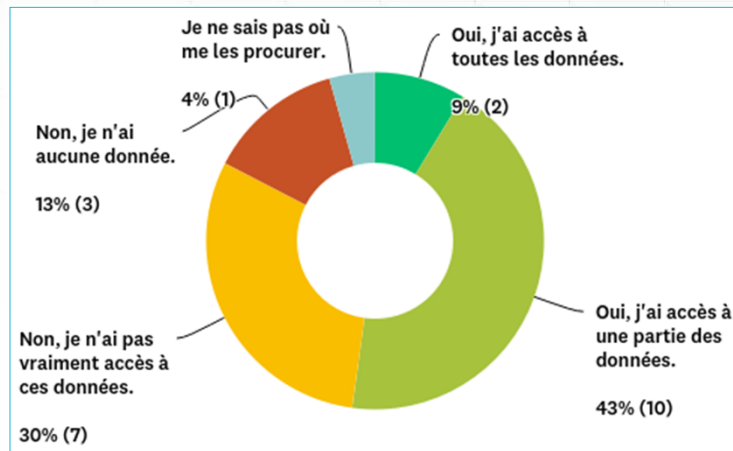
L'accès à la donnée



L'accès à la donnée

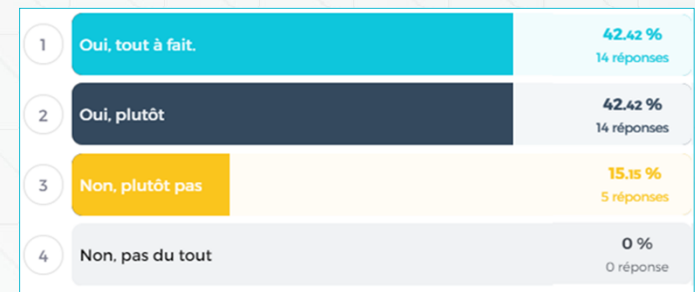
Résultat de l'enquête surveymonkey

Q5: Avez-vous accès aux différentes données relatives à la fréquentation et aux comportements des touristes, produites sur tout ou une partie de votre territoire ?

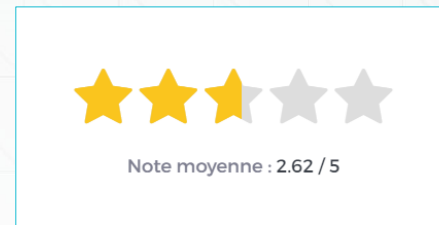


Les marges de manœuvre potentielles dans l'acquisition des données

Existe-t-il des marges d'amélioration pour travailler de manière plus étroite avec les Offices de tourisme, particulièrement sur l'acquisition des données ?



Une fois le projet achevé, gardez-vous un contact avec les porteurs de projet ?



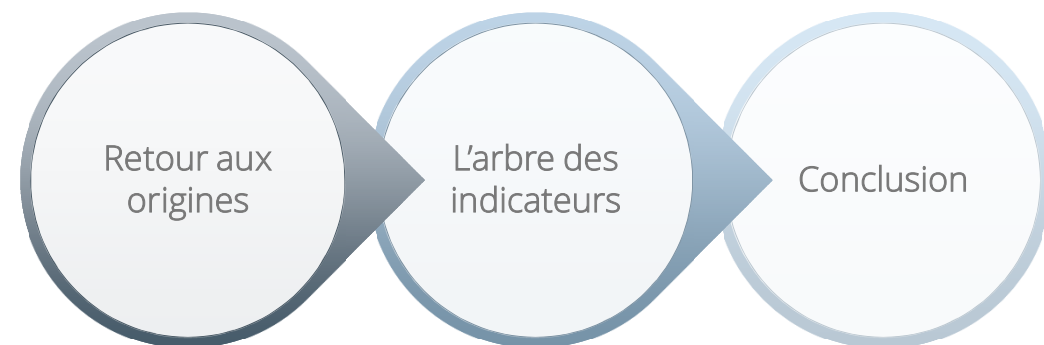
Vote en 5 étoiles :

- de 0, je n'ai plus de contact
- à 5, j'ai des contacts très réguliers



TEMPS 2

Des données pour s'orienter



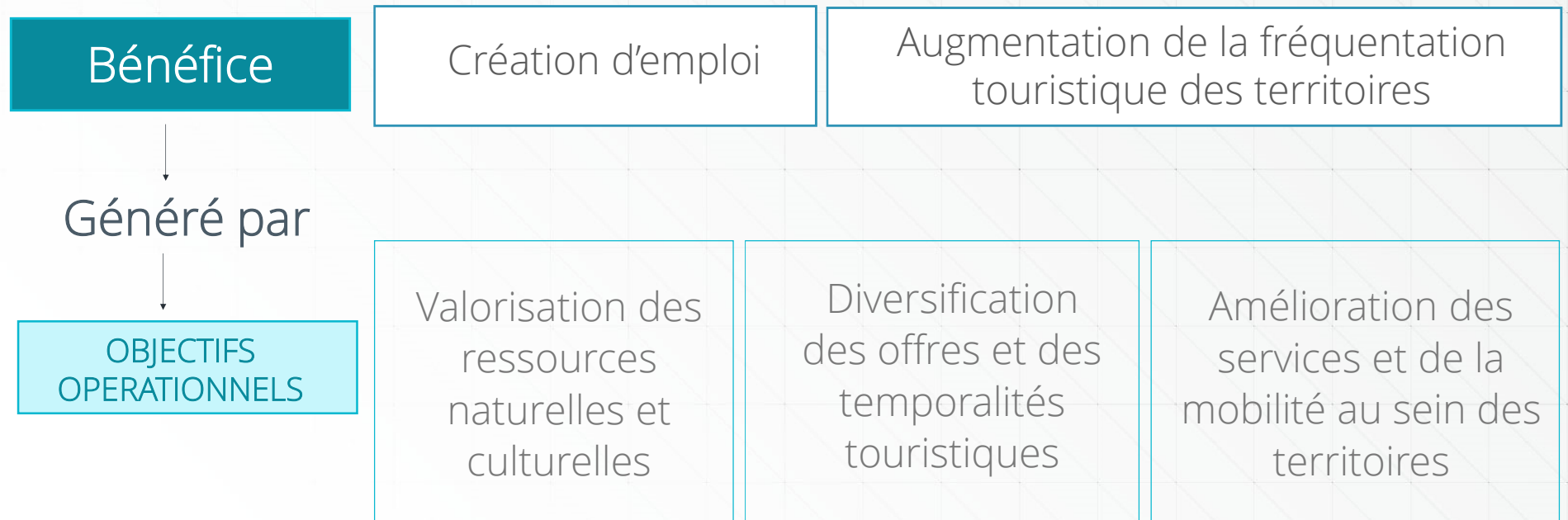
Retour aux origines





Retour aux origines

« Il est important de toujours garder à l'esprit les objectifs ultimes c'est-à-dire **le bénéfice pour le territoire.** »





Retour aux origines

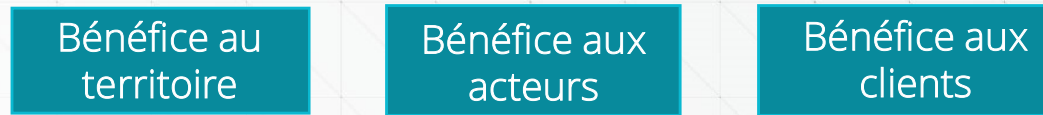
OBJECTIFS OPERATIONNELS



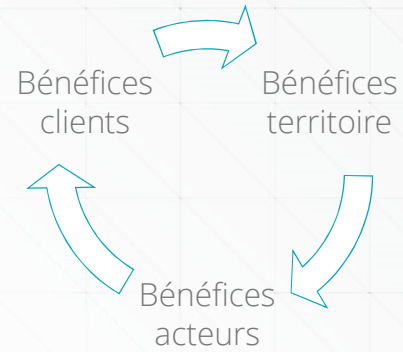


Retour aux origines

BENEFICES



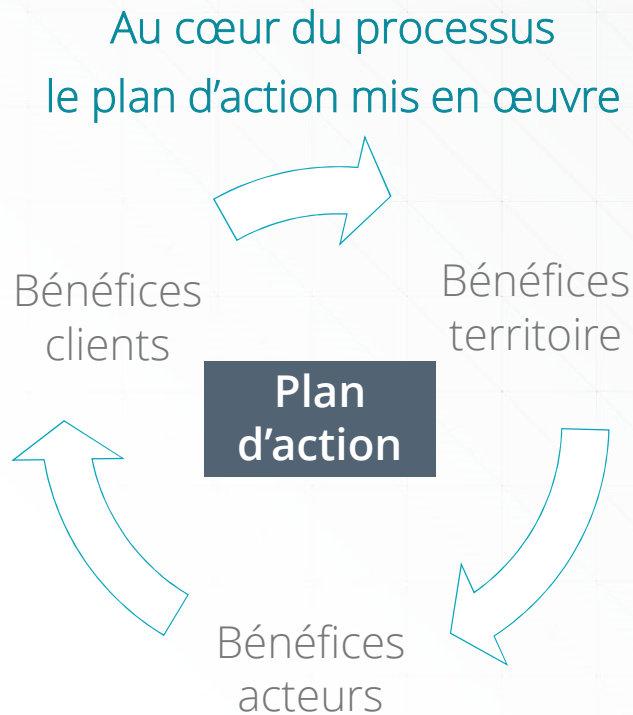
Le cercle vertueux des bénéfices



Où les 3 bénéficiaires s'enrichissent mutuellement.



Retour aux origines



Le plan d'action fonctionne comme **une chaîne de production** d'impact et de bénéfices...

Dans laquelle il faut **éliminer les grains de sable** pour ne pas enrayer la mécanique...

et où l'évaluation...

...fonctionne comme le **programme d'entretien** de cette belle mécanique, qui nous amène loin !
La grille d'évaluation.... Ce n'est que le **manuel d'entretien** !

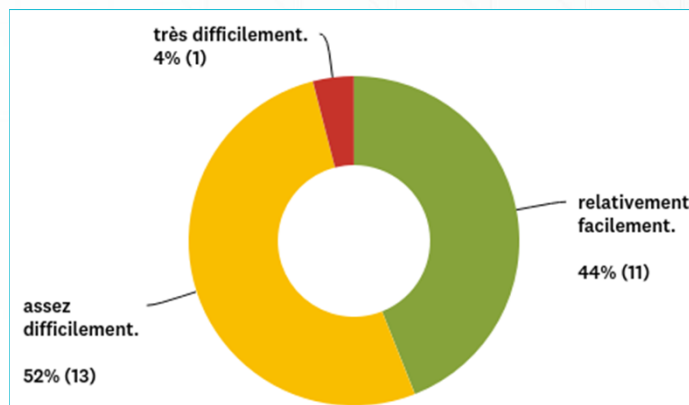


Deux constats

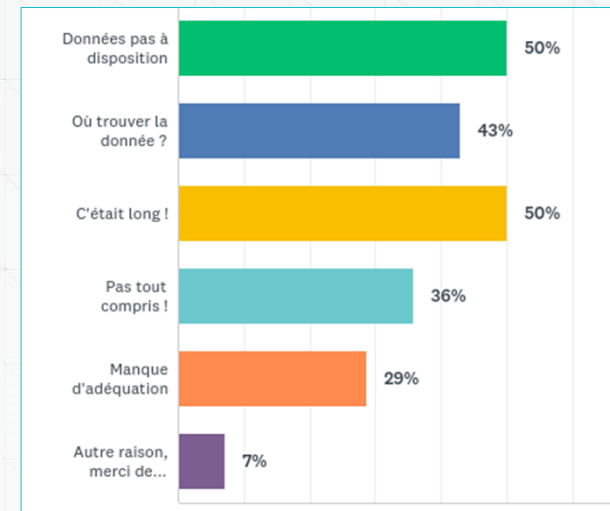
Résultat de l'enquête surveymonkey

Q1: Concernant le renseignement de la grille d'évaluation, vous estimez que vous l'avez renseignée :

Réponse : 25

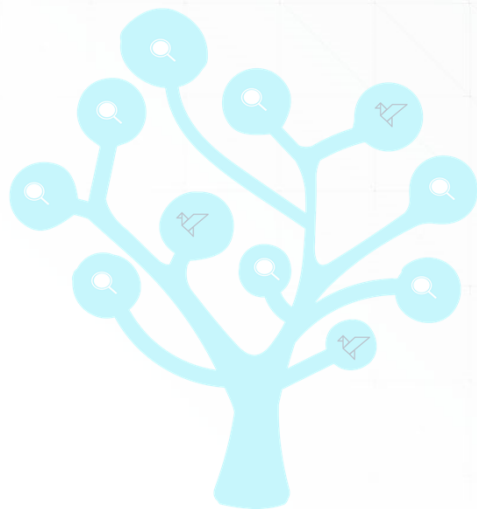


Q2: Quelles sont les difficultés rencontrées ?



Et maintenant...

Retour collectif
sur les points de contrôle
de ce programme d'entretien



L'arbre des
indicateurs

Réinterroger les indicateurs de mesure du
programme Espaces Valléens

Nous ne sommes pas là pour tout
défaire / tout refaire

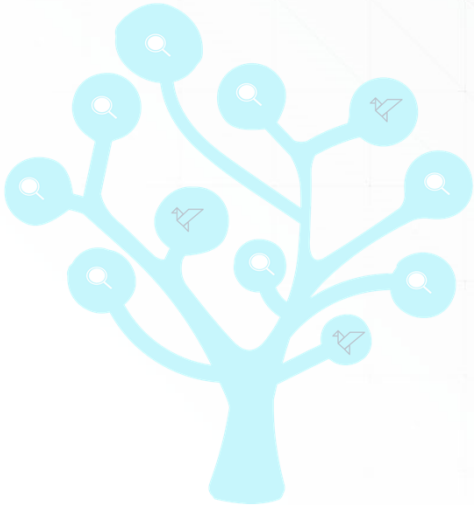
Nous sommes là pour:

- affiner, compléter ou ajuster le travail initié ;
- étudier comment valoriser toutes les informations collectées pour en faire de véritables outils de pilotage.... Et de mise en lumière de la tâche accomplie.

L'arbre des indicateurs

Avant de partir en petits groupes...

Qu'est-ce qu'un bon indicateur ?

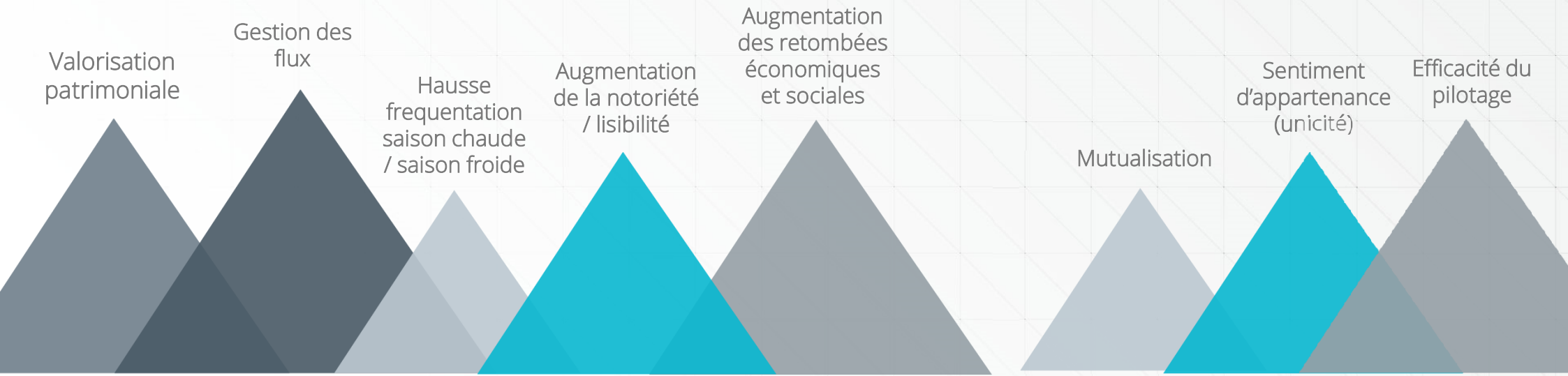


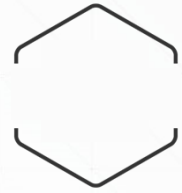
- **Simple et lisible** : l'indicateur peut-il être présenté au public de manière simple et compréhensible par tous ?
- **Opérationnel** : sont-ils reliés à mon champ d'action ?
- **Accessible** : l'indicateur est-il calculable à partir de données disponibles ou potentiellement disponibles ?
- **Fiable** : les résultats obtenus sont-ils homogènes dans le temps et dans l'espace ?



L'arbre des indicateurs

Les sujets de travail





L'arbre d'indicateurs

BENEFICES Valorisation patrimoniale

ETAPE 1 : AMBITION

Nous voulons

- * Enrichir l'offre
- * Se différencier
- * Augmenter la fréquentation et l'attractivité
- * Proposer une alternative au ski (un complément)
- * Faire découvrir ou redécouvrir le patrimoine aux habitants et touristes
- * Faire des habitants des ambassadeurs

ETAPE 2 : ACTION

Pour cela, nous faisons

- * Entretien, rénovation et mise en tourisme de site
- * Promotion, communication, commercialisation
- * Création d'espaces muséographiques, animations (visites théâtralisées)
- * Création d'itinéraires et de parcours jeux
- * Création de panneaux sur les bâtiments historiques
- * Professionnalisation : formation des agents d'accueil et des socio-pros + démarche de labellisation

ETAPE 3 : RETOUR D'EXPERIENCE

Nous estimons être sur le bon chemin quand

- * Outils réalisés et nombre de bâtiments historiques mis en tourisme
- * Augmentation de la fréquentation
- * Amélioration de la fréquentation, de la notoriété et de l'attractivité de la destination

ETAPE 4 : EVALUATION

Nous mesurons avec...

- * Nombre de Kms de sentiers créés
- * Nombre de parcours créés
- * Nombre d'événements / animations créé(e)s
- * Nombre d'emplois créés / maintenus
- * Nombre de structures rénovées
- * Nombre de visites sur les sites internet + commentaires / nombre de connexions aux outils numériques / nombre de téléchargement des applications
- * Nombre de prestataires utilisant les outils créés
- * Retombées médias
- * Nombre de labellisation



L'arbre d'indicateurs

BENEFICES Augmentation de la saison chaude / de la saison froide

ETAPE 1 : AMBITION

Nous voulons

- * Rééquilibrer les saisons

ETAPE 2 : ACTION

Pour cela, nous faisons

- * Création d'offres thématiques hors hiver
- * Développement des projets / d'offre en matière :
 - ⇒ APN
 - ⇒ Agriculture
 - ⇒ Patrimoine (ouverture d'une offre patrimoniale)
 - ⇒ Mobilité
 - ⇒ Communication / promotion / commercialisation

ETAPE 3 : RETOUR D'EXPERIENCE

Nous estimons être sur le bon chemin quand

- * Quand il y a du monde à l'automne
- * Quand les remontées sont ouvertes hors hiver

ETAPE 4 : EVALUATION

Nous mesurons avec...

- * Des éco-compteurs
- * Nombre de forfaits vendus
- * Nombre de vente de topoguides
- * Nombre de visite du site web
- * Résultats flux vision



L'arbre d'indicateurs

BENEFICES Notoriété / lisibilité de la destination

ETAPE 1 : AMBITION

Nous voulons

- * Que le territoire soit localisé
- * Que l'offre soit connue
- * Que le territoire soit différencié de son voisin
- * Que le territoire soit associé à une valeur / une prouesse / une identité

ETAPE 2 : ACTION

Pour cela, nous faisons

- * Une stratégie marketing et un plan de communication
 - ⇒ Définition de persona
 - ⇒ Des supports de communication : plaquette, site web
 - ⇒ Des actions de communication : actions digitales, réseaux sociaux
- * Des événementiels
- * Des produits vitrine

ETAPE 3 : RETOUR D'EXPERIENCE

Nous estimons être sur le bon chemin quand

- * Quand les acteurs locaux s'approprient / deviennent ambassadeurs
- * Quand la cible / la spécificité territoriale / l'offre sont mises en adéquation.
 - ⇒ Satisfaction client = bonne lisibilité
- * Quand il y a des retombées presse « spontanées »

ETAPE 4 : EVALUATION

Nous mesurons avec...

- * Hausse des fréquentations des sites
- * Hausse comptage billetterie visiteurs
- * Nombre de visiteurs d'un événement
- * Hausse des nuitées
- * Hausse des clics / partage Facebook / Instagram
- * Compta Analytics
- * Impact des médias
- * Nombre d'acteurs locaux, intégrant le logo dans leur communication
- * Adoption et utilisation d'une même marque / charte et mesure du nombre d'adhérents



Court terme



L'arbre d'indicateurs

BENEFICES Augmentation des retombées économiques et sociales

ETAPE 1 : AMBITION

Nous voulons

Des retombées économiques liées à la fréquentation touristique, générée par l'action publique dans le cadre des espaces valléens.

- * Prestations traditionnelles : hébergement, restaurants, activités, déplacements,
- * Fréquentation des sites

ETAPE 2 : ACTION

Pour cela, nous faisons

- * Mise en œuvre effective du plan d'action, en lien avec la stratégie, et qui génère des recettes directes et indirectes

ETAPE 3 : RETOUR D'EXPERIENCE

Nous estimons être sur le bon chemin quand

- * Quand la gouvernance socio-économique s'intéresse au projet
- * Quand on est capable de mesurer l'action
- * Quand les réalisations sont concrétisées

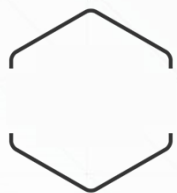
ETAPE 4 : EVALUATION

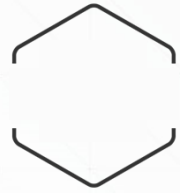
Nous mesurons avec...

- * Collecte et agrégation des données existantes et accessibles à l'échelle des espaces valléens (nuitées, taxe de séjour)
- * Mise en place d'enquête de consommation et de satisfaction
- * Nombre de projets réalisés / nombre de projets abandonnés
- * Durée d'ouverture des prestataires
- * Mobilisation de la gouvernance socio-économique



Court terme





L'arbre d'indicateurs

BENEFICES Efficacité du pilotage

ETAPE 1 : AMBITION

Nous voulons

- * Être efficace et efficient
- * Garantir la qualité de l'accompagnement (suivi du cadre initial)
- * Bâti un relationnel de confiance—une dynamique collective
- * Assurer la clarté des prises de décision, de l'accompagnement, de la gouvernance pour tous les acteurs
- * Des décisions effectives et assumées

ETAPE 2 : ACTION

Pour cela, nous faisons

- * Partage d'un socle commun avec les acteurs du territoire
- * Mobilisation pérenne des acteurs de la stratégie à la fin du programme => structuration de la mobilisation (utilisation d'outils de mobilisation pérennes)
- * Maintien de l'agilité et de la réactivité en fonction du contexte
- * Intégration dans les programmes des objectifs de réalisation, des indicateurs de réalisation et de résultats)

ETAPE 3 : RETOUR D'EXPERIENCE

Nous estimons être sur le bon chemin quand

- * Quand on arrive à réorienter un projet qui n'entre pas dans la stratégie EV et à gérer les frustrations
- * Tout le monde aura adhérer à la fin, même si ce n'est pas son idée de départ (partage des résultats)
- * La stratégie au départ est claire et bien partagée
- * Les personnes sont toujours présentes (dynamique pérenne car production de résultats)

ETAPE 4 : EVALUATION

Nous mesurons avec...

- * Diversité, taux de participation et longévité des comités
- * Effet levier : part des financements hors CIMA mobilisés + diversité des financeurs
- * Taux de satisfaction des porteurs de projets, habitants, socio-pros et des clients
- * Nombre de supports pour communiquer sur la stratégie
- * Nombre d'articles de presse sur un projet



Court terme



L'arbre d'indicateurs

BENEFICES Sentiment d'appartenance

ETAPE 1 : AMBITION

Nous voulons

- * Une culture partagée du territoire
 - * Que la destination fasse sens à l'ensemble des acteurs (publics, socio-pros) et qu'ils travaillent ensemble (public-privé)
 - * Que les institutionnels (EPCI, OT, ADT) se sentent partie prenante de la destination
 - * Que les socio-professionnels (prestataires, hébergeurs, commerçants) se sentent acteurs / promoteur/ambassadeur de la destination
- => Finalité : que le client soit accueilli dans une « destination claire et lisible » + habitants

ETAPE 2 : ACTION

Pour cela, nous faisons

- * Rencontres annuelles : bilan des actions / bilan rencontres acteurs
- * Groupes de travail, rencontres thématiques
- * Evénements, bénévolat, actions participatives (sciences, etc.)
- * Développement d'une politique ambassadeurs : grands sportifs, médiateurs, greeters / bienvenue chez nous

ETAPE 3 : RETOUR D'EXPERIENCE

Nous estimons être sur le bon chemin quand

- * Quand le nom est utilisé localement, naturellement et génère de la notoriété
- * Quand les socio-professionnels, les élus et autres connaissent l'offre et les acteurs du territoire
- * Quand les démarches collectives émergent et sollicitent le monde institutionnels (projets ascendants)

ETAPE 4 : EVALUATION

Nous mesurons avec...

- * Augmentation de la capacité d'investissement des collectivités grâce aux recettes



Moyen / Long termes



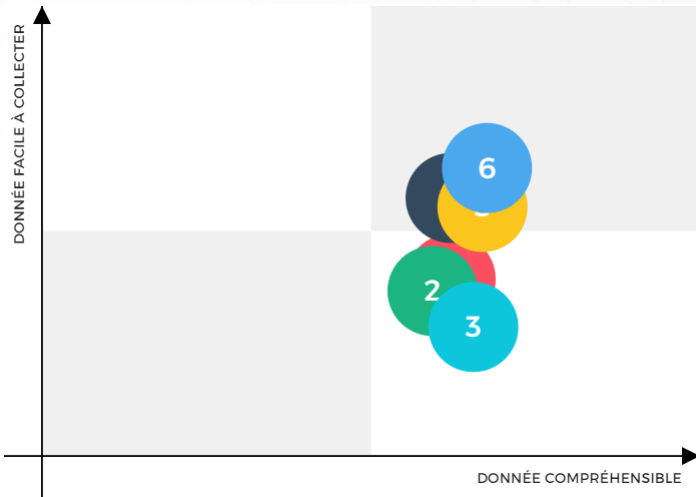
Retour sur les outils existants



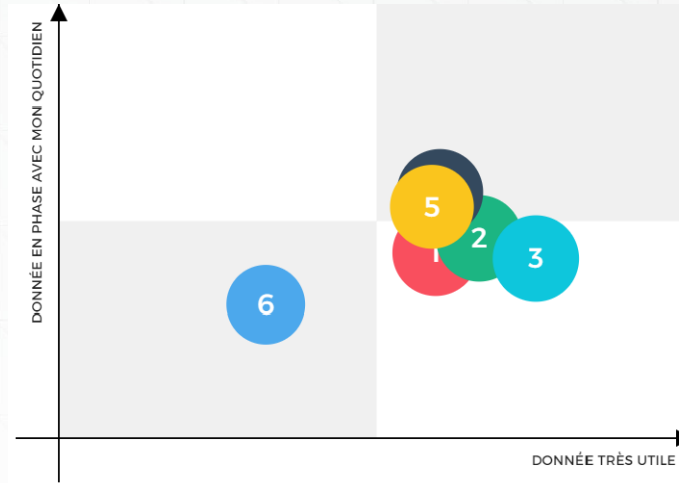
La grille d'évaluation – bilan à mi-parcours

Retour sur les indicateurs présentés dans la grille d'évaluation

Matrice mettant en parallèle
la compréhension de la donnée < La facilité d'acquisition



Matrice mettant en parallèle
L'utilité de la donnée >> l'adéquation à votre réalité terrain



LEGENDE

Unicité de la destination

- Existence d'un groupe de travail sur le tourisme à l'échelle de l'EV associant les socio-pros
- Les OT se relayaient elles l'information à l'échelle de l'EV ?
- Les acteurs perçoivent-ils leur territoire comme destination touristique ?

Lisibilité de la destination

- Y a t-il des outils de promotion à l'échelle de la destination au-delà de l'existence de marques ?
- Evolution annuelle du nombre d'utilisateurs d'outils de promotion de la destination

Retour clients

- La destination a-t-elle un sens pour les visiteurs extérieurs au territoire ?
- Quelles types de clientèles touristiques fréquentent la destination ?
- Quelles activités principales sont réalisées par la clientèle ? Les réponses sont à personnaliser pour l'EV.
- Le ou les cibles clientèles de la stratégie sont elles atteintes ?
- Les visiteurs sont-ils satisfaits de leur séjour au regard des offres proposées ?
- Les visiteurs sont-ils satisfaits des informations obtenues (facilité d'accès à l'information : internet, horaires d'ouverture des lieux d'accueil) ?
- Les visiteurs sont-ils satisfaits des informations obtenues (qualité du contenu) ?
- Les visiteurs reviendront-ils ?

Stratégie de développement intégré

- Nombre d'actions qui concourent à la destination
- Nombre d'actions en faveur des saisonniers
- Nombre d'actions qui concourent à l'itinérance
- Nombre de projets portant sur l'éco-mobilité
- La démarche EV a-t-elle permis la création d'offres de valorisation du patrimoine ?
- La démarche EV a-t-elle permis la création de nouveaux hébergements ?

Gouvernance

- Nombre de structures partenariales associées en moyenne par projet
- Nombre de projets associant au moins 2 structures partenariales
- Nombre de porteurs de projet accompagnés par le chef EV
- Participation des acteurs socio-professionnels à la gouvernance ?
- Le processus de décision tel que décrit dans la stratégie est-il respecté ?
- Les priorités du plan d'action ont-elles été respectées ?
- Le calendrier de réalisation a-t-il été respecté ?

Action de coopération

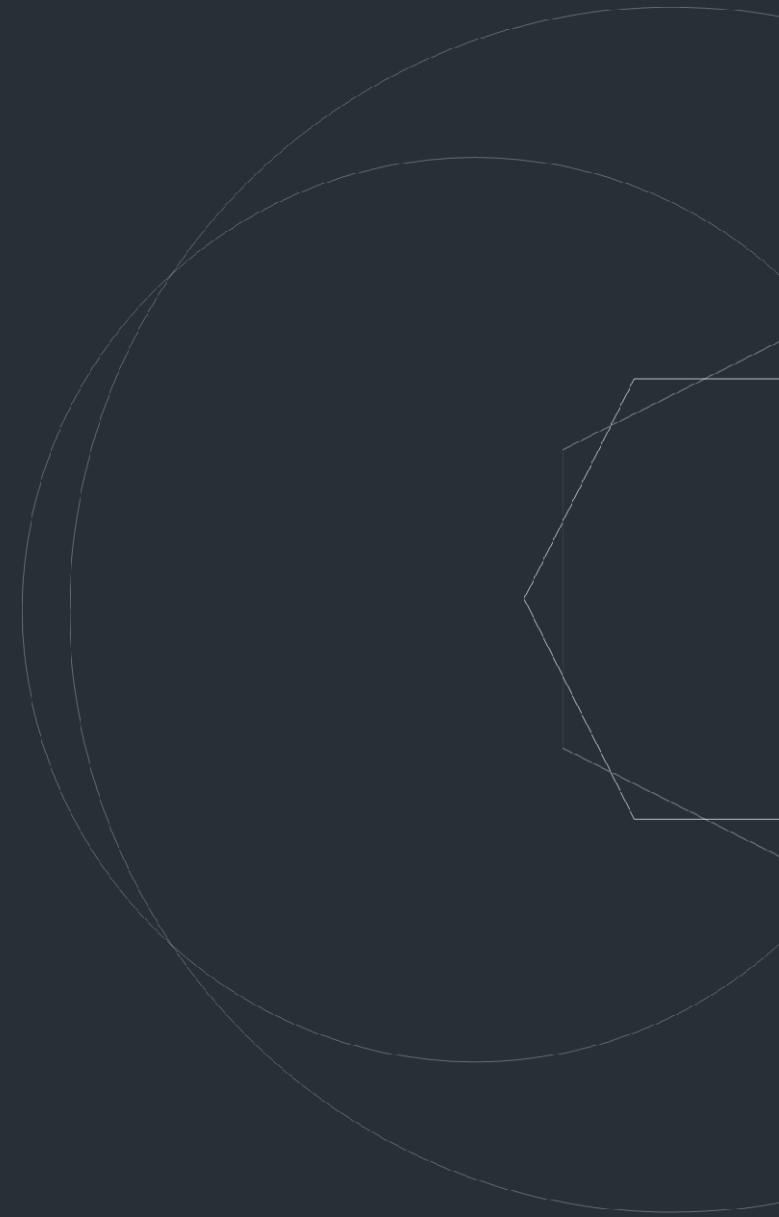
- Nombre de groupes de travail inter EV et/ou Inter régionaux auquel participe l'EV
- Nombre de projets Inter EV et/ou Interrégionaux

- 1 Questions relatives à l'unicité de la destination
- 2 Questions relatives à la lisibilité de la destination
- 3 Questions relatives au retour clients
- 4 Questions relatives à la stratégie de développement
- 5 Questions relatives à la gouvernance
- 6 Questions relatives aux actions de coopération

La suite....

Analyse de toute la production éditée aujourd'hui

Retour sur le "système d'évaluation" et préconisations
d'amélioration





Merci de votre participation !