

# Synthèse : Les indicateurs de résultat en fonction des objectifs et des actions

## Horeca/Tourisme

### 1) Créer trois nouveaux produits touristiques d'ici le 31/12/2022

Actions	Indicateurs
Réaliser un cahier des charges pour une étude de marché	Fait – en cours – pas fait
Rassembler les partenaires touristiques du territoire et des alentours (maison du tourisme, parc naturel, GAL, hébergeurs, attractions, etc.)	Nombre de participants présents Pourcentage des acteurs présents Type de partenaires Pourcentage public/privé/associatif Nombre d'idées Nombre de réunions
Faire un état des lieux des produits touristiques existants	Fait – en cours – pas fait
Chercher des financements/veille sur les projets	Nombre d'investisseurs rencontrés Nombre de propositions reçues
Etablir une enquête de satisfaction	Taux de participation Type de répondants Taux de satisfaction
Prendre connaissance de la capacité d'accueil	Nombre de lits disponibles sur le territoire
Infrastructure	Fait – en cours – pas fait
Créer un concours du meilleur projet de produits touristiques	Nombre de projets retenus Nombre de participants Visibilité par rapport aux réseaux sociaux
Promotion	Visibilité par rapport aux réseaux sociaux Visibilité au niveau des médias Retour type de public (cible) Nombre de visiteurs Nombre d'exposants Taux de satisfaction Nombre de retours de la presse Chiffre d'affaires dégagé par les produits
Commercialisation/marketing	Rentabilité Pérenne : Oui – Non

	Nombre d'entrées (ventes)
<b>Suivi</b>	Nombre de réunions Chiffre d'affaire

**2) Augmenter de 1 à 3 jours les nuitées touristiques sur une période de 3 à 6 ans pour que le tourisme de passage devienne un tourisme de séjour**

<b>Actions</b>	<b>Indicateurs</b>
<b>Mettre en place une table ronde du tourisme</b>	Pourcentage des opérateurs touristiques qui participent Nombre de participants
<b>Mettre en place un package touristique pour une durée de 3 jours et plus</b>	Nombre de package vendus
<b>Mettre en place des évènements tels qu'un Festival ou un Salon de plus de 3 jours</b>	Nombre de participants Nombre d'offres
<b>Augmenter la proposition d'emplacement résidentiel / emplacement de passage</b>	Nombre d'emplacements équipés/ an
<b>Créer un village vacances</b>	Financement : <b>Oui – Non</b> Urbanisme : <b>Oui – Non</b>
<b>Aides création hébergement</b>	Nombre de réunions

**3) Augmenter de 10% l'usage des circuits-courts dans l'Horeca afin de développer une gestion durable**

<b>Actions</b>	<b>Indicateurs</b>
<b>Faire un diagnostic/état des lieux : cadastre de l'Horeca et des producteurs locaux</b>	<b>Fait – en cours – pas fait</b>
<b>Rassembler les partenaires</b>	<b>Fait – en cours – pas fait</b> Nombre de partenaires Type de partenariat
<b>Analyser la capacité ou l'envie des producteurs à alimenter l'Horeca</b>	Nombre de producteurs intéressés
<b>Action de sensibilisation</b>	Nombre d'actions menées Enquête de satisfaction : oui-non Nombre de participants
<b>Création d'une plateforme internet mobile (pour les besoins et les demandes, paiement)</b>	<b>Fait – en cours – pas fait</b> Utilisation : <b>Oui – Non</b>  Nombre de membres de la plateforme

	Nombre de transactions
<b>Organisation de tables rondes entre Horeca, revendeurs de produits producteurs locaux</b>	Nombre de participants Variété des produits représentés Nombre de participants intéressés
<b>Organiser des formations à destination de l'Horeca sur l'intérêt de la démarche</b>	Nombre de structures participantes
<b>Stimuler la rencontre entre producteurs locaux et acteurs de l'Horeca (notamment par le biais d'un Salon)</b>	Statut de l'action : <b>Fait</b> – <b>en cours</b> – <b>pas fait</b> Taux de participation Nombre de rencontres organisées par an Nombre de partenariats créés Enquête de satisfaction : en pourcentage Nombre de participants Horeca Nombre de producteurs Nombre de producteurs présents par rapport au nombre de producteurs potentiels
<b>Promouvoir les acteurs de l'Horeca qui utilisent des produits locaux (par exemple via un prospectus qui serait distribué dans les gîtes, les restaurants, les cafés, la maison du tourisme, les commerces, réseaux sociaux, etc.)</b>	Nombre de prospectus édités Nombre de prospectus distribués Nombre de partages de l'information sur les réseaux sociaux Nombre de clics
<b>Stimuler la coopération pour l'acheminement des produits locaux vers les acteurs de l'Horeca</b>	Evolution de la vente des produits locaux Le nombre de producteurs locaux utilisant ce moyen d'acheminement. A quelle fréquence ?
<b>Mettre en place un groupe d'achat</b>	Nombre de personnes Nombre de transactions Statut de l'action : <b>Fait</b> – <b>en cours</b> – <b>pas fait</b>
<b>Suivi</b>	Objectif atteint ? <b>Oui</b> – <b>Partiellement</b> – <b>Non</b> Evolution de la quantité vendue