

Instructions étape par étape

«Prendre tous les thèmes et toutes les préoccupations au sérieux»

L'objectif est d'obtenir une **vue d'ensemble**: comment les habitants, les client-e-s, les responsables politiques, les acteurs économiques et les investisseurs perçoivent-ils le tourisme dans la région? Quelles **opportunités** et quels **défis** voient-ils? Les conclusions servent de base à des décisions stratégiques et à une communication crédible. Les experts en développement durable du réseau FST peuvent également apporter leur soutien à l'élaboration d'une telle stratégie.

Étape	Ce qu'il faut faire	Conseils de Zurich
1. Organiser l'écoute	Réaliser des entretiens, des formats de dialogue (voir module 3 de la boîte à outils) ou des enquêtes en ligne ouvertes avec différents groupes cibles (par exemple, la population, les entreprises, les utilisateurs de loisirs, les clients-e-s).	La diversité compte: Zurich a délibérément recueilli des points de vue hétérogènes, ce qui apporte de la profondeur.
2. Planifier l'envoi et les incitations	Réfléchir à la manière dont l'enquête sera mise à la disposition des groupes cibles et aux incitations qui encourageront la participation. Moyens possibles: envoi par e-mail, envoi postal, codes QR dans les journaux municipaux ou appels sur les réseaux sociaux, ou approche directe via des organisations locales. Les incitations peuvent être, par exemple, des jeux-concours, des petits bons d'achat ou des documents d'information exclusifs afin d'augmenter le taux de participation.	Un langage simple, des textes d'introduction clairs et des conditions de participation transparentes augmentent le taux de réponse. De petites récompenses ou des tirages au sort favorisent la motivation sans fausser les résultats.
3. Évaluer et regrouper	Résumer les résultats qualitatifs et quantitatifs, non seulement en fonction des faits, mais aussi des humeurs, des préoccupations et des espoirs.	Mettez également en évidence les «thèmes sensibles» tels que l'identité, la fierté ou le surmenage.
4. Rendre visible et discuter	Communiquer ouvertement les résultats: dans le journal communal, lors d'un forum public ou à travers une petite exposition. Important: autoriser les questions.	Zurich a intégré les résultats dans un congrès municipal, ce qui a permis un véritable développement.

-
- **Rapport succinct** (1 à 2 pages) présentant les principaux résultats à l'intention du grand public.
 - **Briefing technique** à l'intention des responsables politiques et des services spécialisés, avec des recommandations d'action.
 - **Événement de dialogue** (Townhall / World-Café) pour discuter des thèmes prioritaires.
 - **Communication de suivi**: FAQ, matrice des mesures («Que va-t-il se passer ensuite?»), résumés sur les réseaux sociaux.

Facteurs de réussite
dans l'application

- Ne pas seulement parler des clients-e, mais discuter **avec toutes les personnes concernées**
 - **Laisser la place aux voix critiques** sans se justifier
 - **Ne pas se contenter de recueillir des opinions, mais aller plus loin**: qu'est-ce que cela signifie concrètement pour la stratégie, la communication et les produits?
-