

Istruzioni passo passo

«Prendere sul serio tutti i temi e le preoccupazioni»

L'obiettivo è quello di ottenere un **quadro completo**: come viene vissuto il turismo nella regione dalla popolazione locale, dagli ospiti, dal mondo politico ed economico e dagli investitori? Quali **opportunità** vedono e quali **sfide**? Le conoscenze acquisite fungono da base per decisioni strategiche e una comunicazione credibile. Lo sviluppo di una tale strategia può essere supportato anche dagli esperti di sostenibilità della rete FST.

Fase	Cosa fare	Consigli da Zurigo
1. Organizzare l'ascolto	Realizzazione di interviste, formati di dialogo (vedi modulo 3 del toolbox) o sondaggi online aperti con diversi gruppi di interesse (ad es. popolazione, commercio, utenti del tempo libero, ospiti).	La diversità conta: Zurigo ha volutamente raccolto punti di vista eterogenei, creando così profondità.
2. Pianificare la spedizione e gli incentivi	Valutare come rendere il sondaggio accessibile ai gruppi target e quali incentivi promuovono la partecipazione. Possibili modalità: invio di e-mail, invio postale, codici QR nei bollettini comunali o appelli sui social media o contatto diretto tramite organizzazioni locali. Gli incentivi possono includere, ad esempio, concorsi a premi, piccoli buoni o materiale informativo esclusivo per aumentare il tasso di partecipazione.	Un linguaggio semplice, testi introduttivi chiari e condizioni di partecipazione trasparenti aumentano il tasso di risposta. Piccoli premi o estrazioni a sorte stimolano la motivazione senza distorcere i risultati.
3. Valutare e raggruppare	Riassumere i risultati qualitativi e quantitativi, non solo in base ai fatti, ma anche agli stati d'animo, alle preoccupazioni e alle aspettative.	Rendere visibili anche «argomenti soft» come l'identità, l'orgoglio o il sovraccarico.
4. Rendere visibili ed esaminare i risultati	Comunicare apertamente i risultati: nel bollettino comunale, in un forum pubblico o attraverso una	Zurigo ha integrato i risultati in un congresso cittadino, dando vita a una vera e propria evoluzione.

piccola mostra. Importante: consentire domande di chiarimento.

- **Breve relazione** (1-2 pagine) con i risultati principali per il grande pubblico.
- **Briefing specialistico** per politici e organi competenti con raccomandazioni operative.
- **Evento di dialogo** (Townhall / World-Café) per discutere i temi prioritari.
- **Comunicazione di follow-up**: FAQ, matrice delle misure («Quali sono i prossimi passi?»), sintesi sui social media.

Fattori di successo
nell'applicazione

- Non solo parlare degli ospiti, ma **con tutte le parti interessate**
 - **Lasciare spazio alle voci critiche** senza giustificarsi
 - **Non limitarsi a raccogliere opinioni, ma pensare oltre**: qual è il significato concreto per la strategia, la comunicazione e i prodotti?
-