

COME COINVOLGERE GLI STAKEHOLDER NELLO SVILUPPO DEL PRODOTTO ACCESSIBILE



1. DI COSA TRATTA QUESTA LINEA GUIDA?

Questa linea guida propone i vantaggi di coinvolgere i diversi agenti nella creazione del prodotto, identificando i principali stakeholder e fornendo diversi strumenti per coinvolgerli. Inoltre, si allega la descrizione di un piano per un processo partecipativo.

2. CHI PUÒ BENEFICIARE DI QUESTA LINEA GUIDA?

Questa linea guida è stata creata per tutte le parti interessate a collaborare per raggiungere il massimo livello di accessibilità in tutta la catena del consumo turistico: Organizzazioni di persone con disabilità / ONG, agenzie governative, istituzioni accademiche e settore privato.

3. COME PROMUOVERE IL TUO BUSINESS IN MODO ACCESSIBILE?

Si tratta di un processo che porta grandi benefici alle aziende ma che richiede di anticipare la sua preparazione: l'identificazione dei gruppi di interesse, la forma di partecipazione, la preparazione di un piano e la sua esecuzione.

- Un processo di co-creazione implica il coinvolgimento delle parti interessate in una fase iniziale, quando le opzioni sono aperte e possono influenzare il risultato, condividendo conoscenze e idee con la possibilità di incorporarle nella decisione finale.
- I benefici chiave di un processo di coinvolgimento degli stakeholder ben pianificato e implementato sono: Decisioni informate, proprietà, cambiamento duraturo, evitare o gestire i conflitti e costi ridotti.
- L'identificazione dei gruppi di interesse è legata all'identificazione dei ruoli e degli interessi dei diversi gruppi, e sulla base di questo, definire ciò che vogliamo ottenere e qual è il modo più appropriato per coinvolgere questi gruppi.
- Ci sono diversi modi per coinvolgere le parti interessate nei processi di pianificazione, decisione e attuazione.
- Gli stakeholder possono partecipare in diverse forme:
 - ✓ Condividere informazioni
 - ✓ Raccolta di informazioni
 - ✓ Consultazione
 - ✓ Processo decisionale condiviso



4. PIANIFICAZIONE DEL PROCESSO PARTECIPATIVO

Al fine di definire un piano efficace per la partecipazione degli stakeholder, una questione chiave è quella di avere una buona conoscenza delle partnership in corso nella regione di destinazione. Le partnership esistenti e quelle nuove possono essere descritte come reti e cluster.

A seconda della maturità di una destinazione turistica, è possibile che una struttura separata sia dedicata al coordinamento e alla gestione delle iniziative comuni in materia di turismo - Destination management organisation (DMO). Se tale organizzazione separata non esiste, di solito, le funzioni di coordinamento e marketing sono di competenza delle autorità pubbliche locali.

Un esempio di cooperazione di successo tra enti pubblici e altre organizzazioni è la [Accessible Travel Guide](#) sviluppata dal Consiglio di Madrid, in collaborazione con Predif (una ONG che rappresenta le persone con disabilità) e altre organizzazioni turistiche.

A parte il caso ideale in cui esiste una DMO ben sviluppata e capace di includere l'obiettivo del turismo accessibile nella sua struttura, la realtà di solito comprende partnership e reti frammentate tra diversi attori locali.

A seconda della situazione, l'approccio utilizzato per coinvolgere le imprese locali include alcune o tutte le seguenti strategie:

- ✓ incorporare l'iniziativa del turismo accessibile all'interno di un organismo di coordinamento del turismo locale esistente;
- ✓ identificare le imprese collaborative per entrare a far parte di una rete locale dedicata al turismo accessibile;
- ✓ intervistare le imprese separate per identificare le loro competenze e cercare motivi comuni tra loro che possano servire come incentivi per la cooperazione.

Le interazioni tra gli attori del turismo locale formano il potenziale per lo sviluppo di offerte congiunte tra loro, compresi i servizi per le persone con bisogni speciali.

Uno strumento essenziale per coinvolgere le parti interessate nella causa sono le campagne di informazione per aumentare la consapevolezza dell'importanza e dei benefici dell'accessibilità. I passi principali nell'implementazione delle campagne informative sono:

- ✓ Definizione dei gruppi target
- ✓ Comunicazione del messaggio principale
- ✓ Produzione del contenuto
- ✓ Tempistica.

La raccolta di fondi è essenziale per ogni causa al fine di realizzare la sua missione. Due approcci principali possono essere portati all'attenzione:

- ✓ richiedere fondi pubblici o
- ✓ raccogliere fondi attraverso le donazioni.

Per saperne di più sui principi di un efficace fundraising potete leggere qui:

<https://www.hawthornbusinessgroup.co.uk/principles-effective-fundraising/>