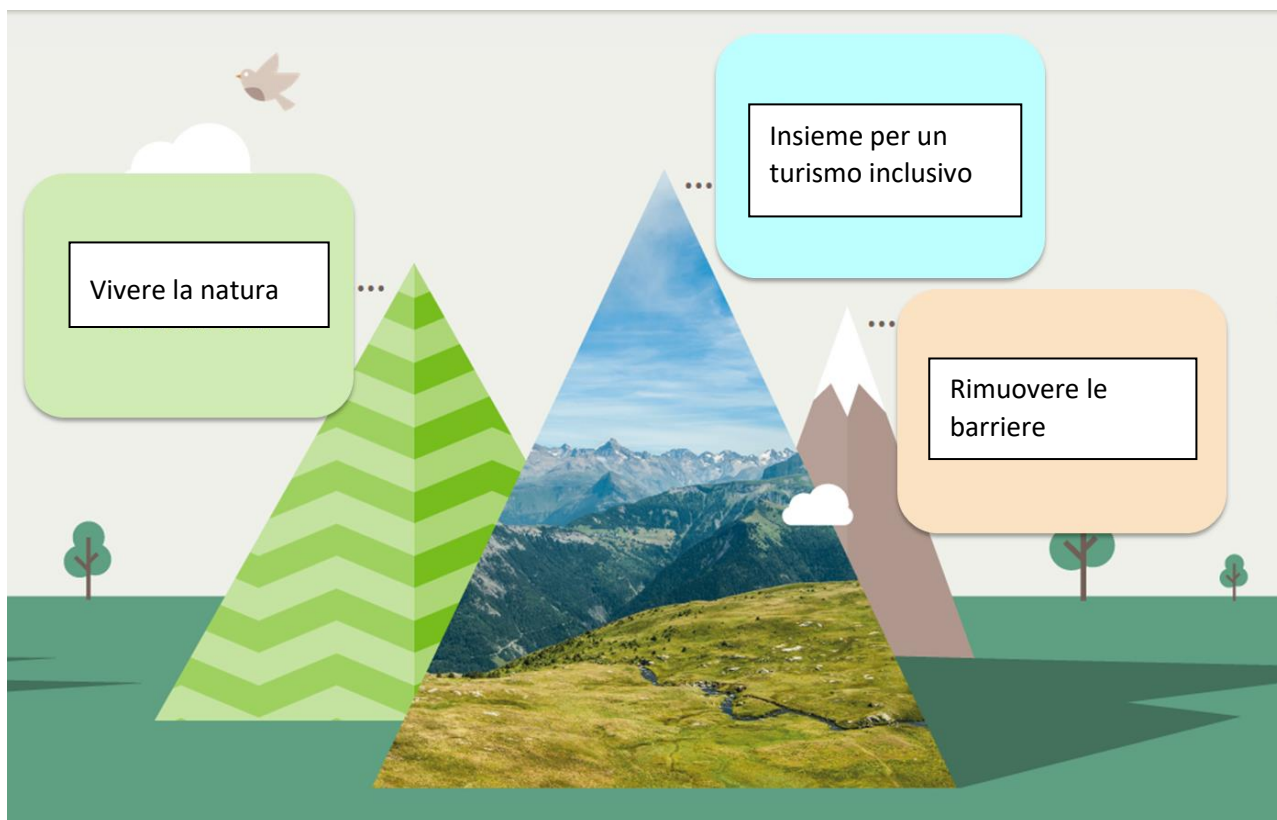


GATE - Granting Accessible Tourism for Everyone

LINEE GUIDA



**Aggiornato al:
16 settembre 2020**

Indice

1 Progetto GATE. Il turismo per tutti	3
1.1 Il Progetto GATE	3
1.1.1 Il contesto del progetto	3
1.1.2 I punti chiave	3
1.2 Turismo senza barriere	4
1.2.1 Turismo per tutti.....	4
1.2.2 Non un mercato di nicchia, ma offerte per tutti.....	4
1.2.3 Gruppi di persone con esigenze particolari	4
2 Linee guida GATE.....	5
2.1 Obiettivi e temi chiave.....	5
2.2 Insieme per un turismo inclusivo	5
2.2.1 Strategia di sviluppo regionale	5
2.2.2 Pacchetto <i>all inclusive</i> per un turismo senza barriere	6
2.2.3 Reti e collaborazioni	6
2.2.4 Partecipazione dei gruppi target	6
2.2.5 Sensibilizzazione e qualificazione	6
2.2.6 Marketing e comunicazione	7
2.3 Rimuovere le barriere.....	7
2.3.1 Informazioni affidabili sull’offerta regionale	7
2.3.2 Segnalazione dell’assenza di barriere	8
2.3.3 Applicazioni e contenuti web senza barriere.....	8
2.3.4 Mobilità locale senza barriere	8
2.4 Vivere la natura	9
2.4.1 Accessibilità fisica dei sentieri escursionistici	9
2.4.2 Segnali multisensoriali con funzione informativa e di orientamento	9
2.4.3 Infrastrutture senza barriere	9
3 Vantaggi competitivi: fatti e cifre	11
4 Guide sull’accessibilità	13
5 Bibliografia.....	16

1 Progetto GATE. Il turismo per tutti

1.1 Il Progetto GATE

1.1.1 Il contesto del progetto

GATE (Granting Accessible Tourism for Everyone) è un Progetto di cooperazione transfrontaliera tra partner italiani e austriaci volto a promuovere offerte turistiche senza barriere e aperte a tutti nell'area alpina e prealpina. Attraverso lo sviluppo del turismo inclusivo si punta a consentire una migliore accessibilità a territori naturali e culturali, valorizzandoli così nell'ambito dello sviluppo regionale. Al fine di raggiungere questi obiettivi, il progetto riserva particolare attenzione all'impiego delle nuove tecnologie.

Il Progetto GATE è promosso nel quadro del programma Interreg V-A Italia-Austria. Sono Partner del Progetto la Fondazione Dolomiti UNESCO (Lead Partner), la cooperativa sociale independent L. di Merano, il Comune di Santorso, il CAI Alpago, l'Università di Innsbruck (Centro Ricerche Turismo e Tempo Libero) e il Salzburg Research.

1.1.2 I punti chiave

Esperienze outdoor senza barriere nell'area alpina

Il fulcro del Progetto GATE si traduce in offerte turistiche senza barriere nella natura del territorio alpino e prealpino, area dall'immenso valore naturale, paesaggistico e geologico che in parte è anche riconosciuta come Patrimonio Mondiale. Tra queste, sentieri, parchi e attrazioni che consentono anche alle persone con disabilità di godere di esperienze paesaggistiche e a contatto con la natura.

Offerte turistiche senza barriere per tutti

Le offerte turistiche senza barriere sono facilmente accessibili e utilizzabili da tutti. Secondo una regola empirica spesso citata, un ambiente accessibile senza barriere è indispensabile per il 10% della popolazione, utile per il 30-40% e comodo per il 100% (Neumann & Reuber 2004: 13). Ad esempio, le offerte senza barriere sono utili, oltre che alle persone con varie disabilità, anche agli anziani, alle donne incinte, alle famiglie con bimbi in carrozzina o comunque in tenera età, alle persone particolarmente alte o basse e a chi lamenta ferite o lesioni (UNWTO 2013: 4).

Turismo inclusivo

GATE punta a realizzare un progetto di turismo inclusivo che comprende, oltre all'eliminazione delle barriere architettoniche attuata grazie a principi quali il "Design per tutti", anche la dimensione sociale ed economica dell'offerta turistica inclusiva (Buhalis & Darcy 2010). La dimensione sociale si riferisce alla partecipazione, vale a dire alla collaborazione tra gli interessati e gli enti regionali in veste di stakeholder, mentre la dimensione economica si riferisce alla consapevolezza che il turismo inclusivo è vantaggioso anche sotto l'aspetto della redditività, a livello sia regionale che dei singoli attori coinvolti.

Supporto digitale

Oggi, nella concorrenza per l'accaparramento della clientela, l'impiego dei media digitali è un aspetto chiave dell'attività turistica e d'altro canto, per gli ospiti con disabilità, informazioni accurate sulle offerte turistiche senza barriere e le altre caratteristiche dei luoghi da visitare costituiscono un

argomento importante pro o contro la scelta dell'una o dell'altra offerta. Proprio per questa ragione il progetto GATE pone un ulteriore accento sui servizi digitali, per esempio sui portali turistici, sulle app guida per telefoni cellulari e sulle postazioni informative nei parchi, dotate di iBeacons. Avvicinandosi agli iBeacons, questi attivano funzioni sui dispositivi mobili, consentendo di visualizzare determinate informazioni. Questi servizi sostengono l'accessibilità in quanto l'utente non è costretto a reperire e richiamare personalmente le varie informazioni. Per sentieri e parchi tuttavia sono ancora necessari sistemi guida e cartellonistica fisicamente presenti in loco, adatti a informare e orientare tutti i visitatori. Nelle linee guida GATE non vengono invece considerati, o lo vengono solo marginalmente, i servizi e le misure senza barriere nei settori dei trasporti, degli alloggi e del commercio (vendita, noleggio).

1.2 Turismo senza barriere

1.2.1 Turismo per tutti

Fino al 2000, con l'espressione "turismo per tutti" si designavano soprattutto le misure adottate a favore degli ospiti con disabilità e le relative offerte erano considerate un mercato di nicchia ristretto ma *cost intensive*. Il cambio di prospettiva fu promosso da studi che mettevano in evidenza il grande potenziale del "turismo per tutti", primi fra tutti quelli condotti in Germania su incarico ministeriale (Neumann & Reuber 2004; Neumann et al. 2008; Lorenz et al. 2013) e quello finanziato dalla UE sul potenziale economico del turismo senza barriere in Europa (GfK Belgium et al. 2014).

Oggi, quindi, all'assenza di barriere è attribuita un'importanza molto maggiore, tanto che un recente sondaggio condotto tra 500 operatori turistici tedeschi su temi che acquisiranno sempre maggiore importanza nel contesto aziendale ha ottenuto il seguente risultato: *"Il tema del clima e dell'ambiente si colloca al primo posto con il 61%, ma sono considerati rilevanti per il futuro anche i temi della e-mobility con il 58%, dell'assenza di barriere con il 43%, del networking/della cooperazione con il 45% e della fidelizzazione della clientela con il 42%"*. L'assenza di barriere, tuttavia, non è affatto un tema "di tendenza". Solo il 7% l'ha citato come uno dei tre temi più importanti fino al 2030, a pari merito con "nuove strutture/nuovi modelli di business". Come temi di tendenza veri e propri possiamo citare ad esempio quello dell'"ambiente/clima" con il 26% e soprattutto quello della "digitalizzazione" con il 46% (Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes 2019 - Centro di competenze federale per il turismo 2019).

1.2.2 Non un mercato di nicchia, ma offerte per tutti

Per offerte turistiche senza barriere si intendono i servizi e gli ambienti facilmente accessibili e utilizzabili da parte di tutti. Non si tratta di un mercato di nicchia, ma di un vantaggio competitivo per i fornitori di servizi e le destinazioni che si basano sull'accessibilità. Anche gli abitanti beneficiano dello sviluppo senza barriere di una regione turistica: le infrastrutture e gli ambienti senza barriere elevano infatti la qualità di vita e di soggiorno nelle aree rurali e in quelle alpine, con la conseguenza che il turismo inclusivo genera un profitto sia per gli ospiti che per le popolazioni locali.

1.2.3 Gruppi di persone con esigenze particolari

L'assenza di barriere è nell'interesse di tutti e non va quindi associata a un unico gruppo di persone, tuttavia nelle indagini si distinguono di solito i seguenti gruppi di viaggiatori con esigenze particolari: anziani (dai 65 anni in su), con limitazioni nello svolgere attività che riguardano circa i 2/3 di tutti gli interessati; persone più giovani (fino a 64 anni) con varie limitazioni riguardo alla mobilità, alla vista,

all'udito o anche all'apprendimento; persone senza impedimenti ma con difficoltà a viaggiare, in particolare famiglie con bambini piccoli. Hanno inoltre esigenze particolari, anche se solo temporaneamente, altri soggetti quali ad esempio donne incinte o persone con lesioni o ferite. Con le offerte senza barriere si possono quindi raggiungere gruppi target molto ampi, in quanto si tratta di offerte apprezzate sia da persone disabili (in misura maggiore o minore) che da persone non disabili.

2 Linee guida GATE

2.1 Obiettivi e temi chiave

L'obiettivo delle linee guida GATE per il turismo inclusivo è migliorare l'accessibilità delle aree naturali e culturali nella fascia alpina e prealpina grazie all'abbattimento delle barriere, liberando in tal modo il grande potenziale del turismo inclusivo e mettendolo al servizio dello sviluppo regionale. Le linee guida sono state pensate per le amministrazioni regionali e locali, le associazioni di disabili, le organizzazioni della società civile, gli operatori turistici e le istituzioni che tutelano il patrimonio naturale/culturale.

Le Linee guida GATE si articolano in tre temi chiave:

- **Insieme per un turismo inclusivo** - realizzare il turismo inclusivo lavorando insieme, con la collaborazione di tutti i gruppi d'interesse.
- **Rimuovere le barriere** – predisporre informazioni accessibili e affidabili sull'offerta regionale e la mobilità senza barriere sul posto.
- **Vivere la natura** – consentire ai visitatori di vivere esperienze nella natura rimuovendo ogni barriera da sentieri, parchi e altri punti di attrattiva.

2.2 Insieme per un turismo inclusivo

Il turismo inclusivo è un elemento basilare per lo sviluppo sostenibile dell'attrattività turistica del territorio alpino e delle sue destinazioni, ma è realizzabile solo con la collaborazione di diversi attori e prendendo in considerazione varie problematiche e fattori di successo.

2.2.1 Strategia di sviluppo regionale

Il turismo inclusivo non può essere realizzato con l'attuazione di singoli interventi, ma necessita di un'offerta complessiva di dotazioni e servizi privi di barriere - offerta che, per essere concretizzata, richiede una strategia di sviluppo coordinata e a lungo termine.

Per pianificare in modo strategico e attuare passo dopo passo le misure necessarie per lo sviluppo dell'offerta si dovrebbe adottare un piano di interventi basato sulle esigenze degli ospiti e, dove necessario, stabilire delle priorità, preferibilmente puntando a iniziative di efficacia quanto più ampia possibile. L'implementazione di un tale piano di interventi richiederebbe una direzione e un coordinamento centralizzati, chiamati a detenere una precisa responsabilità per i relativi sottoprogetti.

Infine, ma non meno importante, è essenziale che una strategia di sviluppo regionale coinvolga il maggior numero possibile di partner di sviluppo, fornitori di servizi e altri gruppi di interesse nel

processo decisionale e di attuazione. Con la loro esperienza, le persone con disabilità sono uno dei partner chiave per lo sviluppo.

2.2.2 Pacchetto all inclusive per un turismo senza barriere

Al fine di offrire agli ospiti un soggiorno quanto più possibile privo di barriere si deve creare un “pacchetto completo per una destinazione senza barriere” che comprenda tutta la filiera dei servizi turistici, abbracciando un’ampia gamma di singole prestazioni ed esperienze prive di barriere, tra cui alloggi, servizi di ristorazione, trasporti locali (autobus, impianti di risalita), attrazioni, sentieri escursionistici, servizi specializzati (ad es. noleggio di ausili per disabili, servizi di assistenza, dialisi nel luogo di vacanza...) ecc.

Per soddisfare il criterio della totale assenza di barriere, i vari stakeholder devono disporre di un adeguato *know how* e lavorare in stretta collaborazione - collaborazione che richiederà immancabilmente una consapevolezza e un impegno comuni a favore del turismo inclusivo.

2.2.3 Reti e collaborazioni

Un fattore di successo chiave per la realizzazione di una destinazione inclusiva è il potenziamento delle reti e delle partnership regionali e locali. Di conseguenza, nel piano degli interventi si dovranno prevedere anche progetti comuni per offerte inclusive di partner regionali e locali.

Oltre ai principali stakeholder turistici, agli enti pubblici locali e alle organizzazioni dei soggetti interessati, si dovranno tenere in considerazione anche i contributi delle istituzioni di tutela del patrimonio naturale e culturale, delle strutture sanitarie, delle imprese sociali e di altre organizzazioni della società civile.

2.2.4 Partecipazione dei gruppi target

I progetti di miglioramento, in termini di assenza di barriere, dell’offerta per le vacanze e il tempo libero dovrebbero essere sviluppati, attuati e valutati insieme agli interessati.

Le persone con disabilità hanno conoscenze di prima mano e sono nella posizione migliore per valutare se un’offerta turistica soddisfa le loro esigenze. Gli interessati dovrebbero essere coinvolti sin dall’inizio, già nella fase di accertamento e progettazione delle migliori.

Secondo il principio dell’“accessibilità per tutti”, lo sviluppo del turismo inclusivo dovrebbe concentrarsi su soluzioni che siano vantaggiose per tutti gli ospiti e per la popolazione locale.

2.2.5 Sensibilizzazione e qualificazione

Per lo sviluppo del turismo inclusivo è necessario anche, in linea generale, che gli stakeholder acquisiscano sensibilità e consapevolezza delle esigenze e dei desideri delle persone con disabilità.

Di conseguenza, stakeholder e personale addetto devono conseguire, attraverso consulenze e corsi di formazione, una qualificazione in materia di formulazione di offerte turistiche inclusive. I contenuti di tale formazione possono includere, ad esempio, la progettazione di strutture senza barriere architettoniche, come trattare con gli ospiti con varie disabilità e buoni esempi di esperienze di vacanza senza barriere architettoniche.

Impiegare persone con disabilità negli esercizi e negli impianti turistici favorisce la sensibilizzazione e crea competenze.

Si dovrebbero mettere in risalto e premiare soluzioni esemplari di turismo inclusivo (funzione modello). Infine, ma non meno importante, la popolazione locale dovrebbe anche essere informata sui vantaggi dell'accessibilità per tutti e sulle misure corrispondenti.

2.2.6 Marketing e comunicazione

L'assenza di barriere si traduce in qualità e comfort per tutti i gruppi target turistici, in particolare per le persone con disabilità, per gli anziani, per le famiglie ecc. Di conseguenza, l'assenza di barriere dovrebbe costituire un elemento chiave del piano di marketing regionale e dei servizi di informazione e comunicazione in campo turistico.

Tutte le offerte e i servizi senza barriere disponibili lungo tutta la filiera dei servizi turistici di una data destinazione dovrebbero essere raccolti e descritti in dettaglio in una banca dati pubblica, e verificati sul posto, secondo criteri obiettivi, da esperti del settore.

In tal modo, le persone con disabilità potrebbero fruire di descrizioni affidabili, con indicazioni dimensionali precise e foto di tutte le caratteristiche, così da poter valutare autonomamente l'idoneità di un'offerta alle loro personalissime esigenze.

Queste informazioni sono molto utili non solo per i singoli viaggiatori, ma anche per i vari fornitori di servizi, come i tour operator. La comunicazione non deve quindi avvenire solo attraverso canali informativi specializzati, ma deve essere integrata in tutta la pubblicità turistica "classica" (siti web) attraverso interfacce digitali.

A livello di marketing, oltre all'accessibilità funzionale di hotel, mezzi di trasporto, attrazioni ecc. si dovrebbe puntare, tra l'altro, sulle esperienze rese possibili dal turismo inclusivo, ponendo al centro del marketing e del branding la qualità dei servizi e delle esperienze che questo tipo di turismo rende disponibili.

Nella commercializzazione e nella comunicazione si dovrebbero raggiungere e coinvolgere anche i gruppi target che viaggiano o che organizzano viaggi con persone disabili, ad esempio famiglie, gruppi di anziani, organizzatori di gite, aziende di autobus ecc., che possono contribuire anch'esse con uno specifico *know how* allo sviluppo del turismo inclusivo.

2.3 Rimuovere le barriere

L'informazione e l'accesso alle esperienze naturalistiche nella regione alpina devono essere realizzate, ove possibile, senza barriere architettoniche. Questo compito riguarda in particolare i responsabili del paesaggio naturale e culturale, i servizi di trasporto pubblico locali, gli impianti di risalita, i sentieri, i parchi naturali e le attrazioni culturali.

2.3.1 Informazioni affidabili sull'offerta regionale

Per le persone con disabilità un fattore decisionale molto importante è rappresentato da informazioni precise e affidabili sull'utilizzo delle offerte turistiche locali, intendendosi con ciò l'acquisizione, sia preventivamente che durante il soggiorno, di informazioni sulle caratteristiche dei luoghi e sui servizi disponibili.

I media digitali offrono un supporto essenziale nella fornitura di informazioni aggiornate e affidabili. Tuttavia, è necessario rispettare i requisiti relativi alla progettazione senza barriere di questi supporti (accessibilità al Web).

2.3.2 Segnalazione dell'assenza di barriere

Una segnalazione chiara dell'effettiva idoneità di un'offerta turistica per l'uno o l'altro tipo di disabilità aiuta i visitatori interessati a orientarsi con cognizione di causa.

Un'indagine svolta nel quadro del Progetto Gate ha messo tuttavia in evidenza che a tutt'oggi molte località turistiche e molti operatori non provvedono a una segnalazione con pittogrammi *ad hoc*.

Ad esempio, il ben noto pittogramma della sedia a rotelle non dovrebbe essere utilizzato per segnalare l'assenza di barriere in generale, ma solo nei casi in cui è possibile l'accesso autonomo con tale mezzo, mentre per altre forme di disabilità non è adatto. Le persone con disabilità visive, ad esempio, non possono necessariamente dedurre dal pittogramma di una sedia a rotelle che in un parco troveranno delle informazioni in alfabeto Braille o percorsi tattili.

In un documento relativo al tema dei segnali multisensoriali, il progetto GATE ha elaborato una raccolta di segnali adatti alle diverse forme di disabilità (v. GATE 2020a).

2.3.3 Applicazioni e contenuti web senza barriere

Per quanto riguarda le applicazioni e i contenuti web senza barriere, oggi si seguono in genere le esaurienti direttive del World Wide Web Consortium (WCAG 2.0).

Alcuni semplici requisiti, che però spesso non vengono soddisfatti o lo vengono solo in parte, sono:

- *l'utilizzo in generale*: idoneità per tutti i web browser più noti, menu chiari, tutte le funzionalità accessibili anche da tastiera;
- *i testi*: facilmente comprensibili ("easy to read"), con possibilità di ingrandire i caratteri;
- *la visualizzazione*: colori contrastanti, immagini con testo descrittivo sullo sfondo (per poter essere letto dallo screen reader), video con sottotitoli.
- *i documenti*: download proposto solo per documenti e modelli pdf senza barriere.

Si raccomanda di far eseguire un controllo esterno della pagina web a un esperto o a persone che usano correntemente degli ausili per disabili.

Per colmare possibili lacune nell'accessibilità sono necessarie due fasi di test: un'analisi con l'ausilio di software e personale tecnico informatico e un test di usabilità (*usability*), che coinvolge non solo gli esperti in ausili tecnici ma anche persone con diverse disabilità e anziani.

Per quanto riguarda i contenuti presentati online sarebbe inoltre opportuno, oltre a un'accurata indicazione delle aree oggetto dell'offerta (ad es. zone di un parco o tratti di un sentiero escursionistico), raccogliere tutte le informazioni importanti in una voce di menu dedicata ("Accessibilità").

2.3.4 Mobilità locale senza barriere

Una volta arrivati nella regione scelta per le loro vacanze, molto importante per gli ospiti con varie disabilità è la mobilità sul posto. La possibilità di spostarsi per quanto possibile senza barriere nell'ambito della destinazione è infatti considerata particolarmente importante dalle persone con disabilità, e nel contempo è spesso vista come difficoltosa.

Di conseguenza, per una destinazione turistica la mobilità riveste grande importanza. Si tratta di un campo in cui gli stakeholder regionali e locali possono eliminare o quanto meno ridurre le difficoltà con l'adozione di misure appropriate e in cui è particolarmente consigliato il coinvolgimento del *know how* delle persone disabili per l'individuazione, la pianificazione e l'attuazione di tali misure.

2.4 Vivere la natura

Il Progetto GATE persegue principalmente l'obiettivo di consentire agli ospiti e agli abitanti affetti da disabilità di vivere esperienze nella natura. Per raggiungere questo obiettivo è necessario da un lato garantire l'accessibilità fisica di sentieri, parchi e altre attrazioni, dall'altro fornire informazioni affidabili sull'effettiva assenza di barriere a fronte dei vari tipi di disabilità. Ma GATE fa un altro passo ancora, puntando su applicazioni digitali che consentono di approfondire la conoscenza del patrimonio naturale e culturale mediante i racconti e l'apprendimento interattivo. Inoltre, le persone con mobilità limitata possono lasciarsi guidare con la realtà virtuale verso luoghi che altrimenti sarebbero loro inaccessibili.

2.4.1 Accessibilità fisica dei sentieri escursionistici

L'escursionismo è una delle attività più apprezzate in natura e può essere praticato o reso agevole anche a persone con disabilità. Le località turistiche dell'area alpina dovrebbero adeguare almeno una parte di sentieri attraenti e in linea di massima idonei alle esigenze delle persone con disabilità mettendole in grado di utilizzarli nel modo più indipendente possibile.

I requisiti che i sentieri devono soddisfare variano a seconda del tipo e della portata della disabilità. Tali requisiti riguardano ad esempio la lunghezza complessiva, i dislivelli, la larghezza del tracciato e le caratteristiche del terreno. In linea generale il suolo lungo il sentiero dovrebbe essere stabile e facilmente percorribile con passeggini o sedie a rotelle, con una larghezza di almeno 90 cm. Da escludere asperità grossolane, scalini, tornelli, ostacoli da superare ecc.

Soprattutto nei sentieri escursionistici più lunghi occorre fare in modo che vi sia un mix equilibrato di gradi di difficoltà, privilegiando combinazioni di tratti rettilinei e circolari e, sulle grandi distanze, anche scorciatoie che abbreviano il percorso. Se i sentieri sono utilizzati anche da altri utenti (ad es. ciclisti) si deve evitare di mettersi reciprocamente in pericolo.

2.4.2 Segnali multisensoriali con funzione informativa e di orientamento

Per le persone con disabilità è particolarmente importante che i sentieri, i parchi e le altre offerte esperienziali nella natura rispondano esattamente alle caratteristiche comunicate sulle piattaforme o nelle pubblicità online. Informazioni o indicazioni orientative carenti o imprecise possono infatti avere conseguenze anche pesanti sulla salute dei visitatori.

Ci sono molti modi per rendere le esperienze nella natura più accessibili e sicure per tutti i visitatori attraverso segnali multisensoriali per l'informazione e l'orientamento. Si tratta di sistemi guida, cartelli informativi, targhe ecc. che consentono di recepire le informazioni e le indicazioni attraverso i vari sensi come vista, udito, udito e vista e tatto.

Alcuni esempi sono i cartelli escursionistici con elementi tattili, i percorsi o i segnali tattili sul terreno, le informazioni in alfabeto Braille su cartelli o parapetti, come pure le guide multimediali, le postazioni informative, gli iBeacon che forniscono informazioni sulla presenza di ostacoli, ecc. I principi base e molti esempi di segni multisensoriali sono descritti in uno studio GATE separato (GATE 2020a/b).

2.4.3 Infrastrutture senza barriere

Nella programmazione di offerte esperienziali senza barriere nella natura, oltre all'accessibilità fisica e a una segnalazione adeguata vanno considerate ovviamente anche le esigenze relative alle

infrastrutture. Tra queste, rivestono particolare importanza i parcheggi, la raggiungibilità con i mezzi pubblici, l'accessibilità di edifici, impianti igienici e punti di sosta e ristoro.

Nelle vicinanze dovrebbero essere disponibili parcheggi riservati di ampiezza adeguata (350 cm) nonché, ove possibile, mezzi pubblici senza barriere (ad es. autobus con pianale ribassato).

Gli edifici lungo il percorso – ad es. centri visitatori o trattorie – dovrebbero essere privi di gradini ma dotati di rampe con pendenza inferiore al 5-8% (in Italia) e con aree di movimento nella zona di ingresso e di uscita di almeno 150 x 150 cm. All'entrata di edifici e impianti igienici si dovrebbero installare normali porte a battente o scorrevoli e i percorsi per i WC dovrebbero essere larghi almeno 90 cm. Nei WC poi si dovrebbe tener conto di esigenze quali un sufficiente spazio di manovra e la raggiungibilità di sciacquone e rubinetti anche da seduti.

Inoltre, nei parchi e lungo i sentieri dovrebbero essere predisposte a distanze regolari sedute con schienale, nonché punti di sosta e ristoro privi di barriere (ad es. tavoli accessibili con la sedia a rotelle).

3 Vantaggi competitivi: fatti e cifre

L'accessibilità è un elemento essenziale per migliorare la qualità e l'attrattiva di una destinazione turistica e dei servizi che offre.

Scelta delle destinazioni turistiche

Le persone con esigenze particolari in termini di accessibilità scelgono attentamente la meta delle loro vacanze per evitare problemi una volta giunte sul posto. In un sondaggio online condotto in Germania, su 1.361 persone con disabilità o che hanno viaggiato con persone disabili, l'accessibilità sul posto è risultata essere per oltre il 96% degli intervistati un fattore chiave ("molto importante" per l'81,7%) nella scelta della meta in cui trascorrere le proprie ferie (IUBH Università internazionale di scienze applicate 2019). Le destinazioni facilmente accessibili sono spesso raccomandate da amici o parenti: *"Le esperienze positive vengono trasmesse in media a 5-6 persone, quelle negative a circa 10-11 persone"* (Stein 2008). Utilizzando i social media online è possibile raggiungere un numero notevolmente più alto di queste persone.

Più viaggiatori con problematiche legate all'età

Anche la crescita demografica gioca a favore dei servizi turistici accessibili. Secondo Eurostat, nel 2017 il 47% degli anziani (di età superiore a 65 anni) ha viaggiato almeno una volta. Di questi 48 milioni di turisti, il 26,3% ha viaggiato solo sul territorio nazionale, il 14% sul territorio nazionale e all'estero e il 7% solo all'estero (Eurostat 2019c). Se si considerano i cambiamenti demografici, la fascia d'età superiore ai 65 anni nell'Unione Europea è destinata a crescere. All'inizio del 2018, circa il 20% - cioè una persona su cinque - aveva più di 65 anni. Secondo Eurostat, questo segmento salirà al 24% entro il 2030 e al 27% - ossia una persona su quattro - entro il 2040 (Eurostat 2019b). Di conseguenza, aumenterà anche la percentuale di viaggiatori con problematiche varie legate all'età e con l'esigenza di disporre di servizi turistici accessibili.

Accompagnatori

Solitamente le persone con disabilità e gli anziani con problematiche legate all'età non viaggiano da soli ma con il partner, con familiari o amici o anche in comitiva. Secondo un sondaggio online incentrato sul turismo nell'UE, si prevede una media di 1,9 accompagnatori, più precisamente 1,6 persone, per i viaggiatori anziani e 2,2 persone per i viaggiatori con disabilità (GfK Belgium et al. 2014: 421 e 437). Servono quindi proposte turistiche accessibili per accogliere l'intera famiglia o la comitiva.

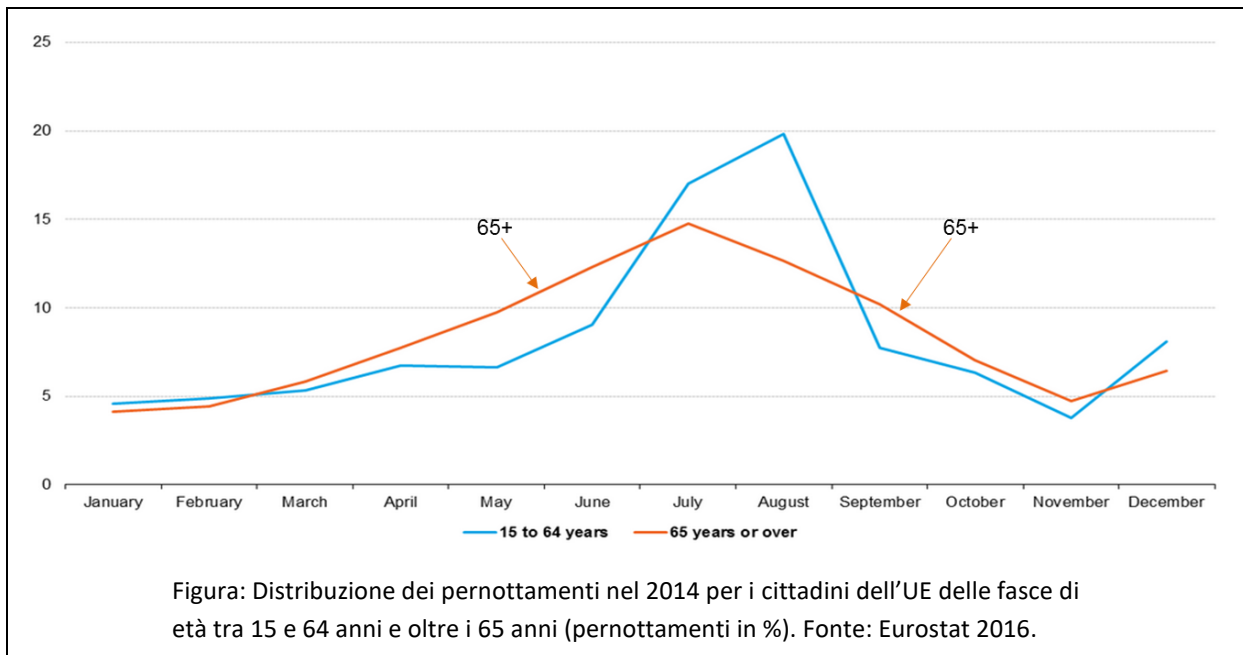
Potenziali clienti abituali

Vi è un'alta probabilità che i viaggiatori con esigenze particolari in termini di accessibilità diventino clienti abituali. Nel sondaggio online precedentemente citato, oltre l'80% delle persone intervistate - viaggiatori con disabilità, anziani (65+), viaggiatori con bambini - ha confermato la propria disponibilità a tornare nella stessa località turistica (GfK Belgium et al. 2014: 194-195). In un sondaggio online condotto in Germania su 1.361 persone con disabilità o che hanno viaggiato con persone disabili, circa il 29% degli intervistati ha dichiarato di essere già stato in ferie nella destinazione scelta per le ultime vacanze (IUBH Università internazionale di scienze applicate 2019).

Basse stagioni

Gli anziani e le altre persone con disabilità scelgono la bassa stagione per le loro vacanze con maggiore frequenza di altri viaggiatori, soprattutto per il minore sovraffollamento delle località

turistiche e i prezzi più bassi; inoltre, in questo modo evitano i periodi troppo caldi della stagione estiva. Gli anziani sono generalmente più flessibili nella scelta del periodo di vacanza. In un confronto condotto da Eurostat nel 2014, se si considerano i pernottamenti relativi alle fasce d'età tra 15 e 64 anni e oltre i 65 anni, emerge che le persone di età superiore ai 65 anni viaggiano più spesso tra marzo e giugno e tra settembre e novembre. Questi mesi rappresentano il 58% dei pernottamenti totali nella fascia d'età dei 65+ e il 46% nella fascia compresa tra 15 e 64 anni, con una differenza quindi del 10% (Eurostat 2016; vedi anche Eurostat 2019a).



Viaggi scartati per la carenza di servizi turistici accessibili

Diversi sondaggi indicano che molte persone con disabilità non si recano nelle destinazioni turistiche inizialmente prese in considerazione a causa della carenza di servizi accessibili. In un'indagine rappresentativa condotta in Germania, qui spesso citata, il 37% delle persone con limitazioni motorie e funzionali ha dichiarato di aver già rinunciato a un viaggio perché sul posto non erano disponibili offerte, strutture o servizi senza barriere o accessibili ai disabili; il 48% ha invece dichiarato che viaggerebbe più spesso se fosse disponibile un maggior numero di servizi turistici accessibili (Neumann & Reuber 2004: 31). In un sondaggio rappresentativo condotto in Gran Bretagna, il 13% degli intervistati ha dichiarato di non aver viaggiato negli ultimi 12 mesi a causa di dubbi sulla disponibilità di strutture turistiche accessibili nella destinazione scelta (VisitEngland 2018). In un sondaggio online condotto invece a livello europeo, negli ultimi 12 mesi le potenziali destinazioni turistiche non sono state scelte dal 9% degli intervistati rientranti nella fascia d'età superiore ai 65 anni, dal 15% dei giovani disabili e dal 26% delle famiglie con bambini piccoli per la mancanza di strutture accessibili, informazioni insufficienti e motivi analoghi (GfK Belgium et al. 2014: 155-156).

4 Guide sull'accessibilità

Di seguito una selezione di guide sull'accessibilità:

Contenuti web accessibili

WCAG 2.0 - Web Content Accessibility Guidelines / Linee guida per l'accessibilità dei contenuti Web, traduzione italiana autorizzata, 21/12/2009, <http://www.w3.org/Translations/WCAG20-it/>

Netzwerk Barrierefrei (2016). Barrierefreiheit von Websites und Dokumenten Technisches Informationsblatt, April 2016, <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/Barrierefreiheit-Websites-und-Dokumente.pdf>

European Blind Union (o.J.). Informationen für alle zugänglich machen, <http://www.euroblind.org/publications-and-resources/informationen-fur-alle-zuganglich-machen>

Web Accessibility Certificate Austria (WACA), Abwicklung durch Hilfgemeinschaft der Blinden und Sehschwachen Österreichs, Zertifizierung durch TÜV Austria, <https://waca.at>

Turismo accessibile

ADAC - Allgemeiner Deutscher Automobil Club (2003). Barrierefreier Tourismus für Alle. Eine Planungshilfe für Tourismus-Praktiker zur erfolgreichen Entwicklung barrierefreier Angebote. München: ADAC, https://hdb-sn.de/wp-content/uploads/2016/09/planungshilfe_barrierefreier_tourismus_komplett.pdf

Ambrose I., Garcia A., Papamichail K. & Veitch C. (2017). Accessible Tourism Destination Handbook. European Network for Accessible Tourism (ENAT). Lisbon: Turismo de Portugal, <http://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/all-for-all/accessible-tourism-destination-management-handbook-enat.pdf>

Grundner M.R. & Schmied-Länger B. (2014). Barrierefreiheit im Tourismus – Aspekte der rechtlichen und baulichen Grundlagen. Hrsg. von BMWFW, Wirtschaftskammer Österreich & Austrian Standards, Wien, Oktober 2014, <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/Barrierefreiheit-im-Tourismus.pdf>

Istituto Italiano per il Turismo per Tutti (ed.) (2010). Viaggiare senza limiti: il turismo per tutti in Europa / Travel without limits: Tourism for All in Europe. Venaria, Italy: Luca Ricci, October 2010, http://www.turismabile.it/attachments/article/142/viaggiare_senza_limiti_web.pdf

ProjectM / Lorenz A. et al. (2013). Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen. Band 5: Kurzreport Barrierefreiheit. Herausgegeben vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin, Februar 2013, <https://www.projectm.de/sites/default/files/2016-04/tourismusperspektiven-barrierefreiheit.pdf>

Rheinland-Pfalz Tourismus (2018). Nachhaltige Wertschöpfung durch barrierefreie Reiseangebote. Praktikerleitfaden für Betriebe, Orte und Regionen in Rheinland-Pfalz. Koblenz, https://rlp.tourismusnetzwerk.info/download/Leitfaden_Barrierefrei_Screenreader.pdf

RKW Kompetenzzentrum & EDAD (Hrsg.) (2011). Gesund und sicher unterwegs. Konzepte und Marktchancen für kleine und mittlere Unternehmen im Tourismus. RKW Kompetenzzentrum & Europäisches Institut Design für Alle in Deutschland, https://www.design-fuer-alle.de/wp-content/uploads/EDAD_RKW_Gesund_und_sicher_unterwegs_2011.pdf

UNWTO - World Tourism Organization (2016). Manuals on Accessible Tourism for All – Definition and context; Accessibility chain and recommendations, Principal intervention areas, Indicators for assessing accessibility in tourism, Good practices of accessible tourism for all;
<https://www.unwto.org/accessibility>

VisitScotland (2016). Easy does it. Simple, low-cost changes to benefit you and your visitors. Edinburgh, June 2016, <https://www.visitscotland.org/binaries/content/assets/dot-org/pdf/marketing-materials/easy-does-it.pdf>

Wirtschaftskammer Österreich – Barrierefreiheit in der Tourismus-, Freizeit-, Kultur- und Gesundheitswirtschaft. Publikationen, Rechtsinformationen und Links,
<https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/barrierefreiheit1.html>

Vivere la natura

BMFWF - Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft & WKO - Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (Hrsg.) (2015). Tourismus für Alle. Eine Orientierungshilfe für barrierefreie Naturangebote. 2. Auflage. Wien: BMFWF - Tourismus-Serviceestelle,
<https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/Tourismus-Barrierefreiheit-barrierefreie-Naturangebote.pdf>

Bundesamt für Naturschutz (2017). Naturschutz: einladend - sozial - integrativ. Angebote für Menschen mit Einschränkungen. A. Biendarra, G. Hein, T. Hövelman et al., Bonn, BfN -Skripten 474 [siehe besonders die Beiträge von H.-G. Heiden, T. Schäfer, Thomas & Wosnitza],
<https://www.bfn.de/fileadmin/BfN/service/Dokumente/skripten/Skript474.pdf>

Naturfreunde Internationale (2014). Naturerleben für Alle. Ein Leitfaden zur Gestaltung barrierefreier Naturerlebnisangebote. Naturfreunde & Österreichische Bundesforste, Wien, Oktober 2014,
https://www.nf-int.org/sites/default/files/infomaterial/downloads/2018-03/Handlungsleitfaden%20Naturerleben%20fuer%20Alle_web.pdf

Regione del Veneto (2003). Il verde è di tutti. Schede tecniche per la progettazione e la realizzazione di aree verdi accessibili e fruibili. A cura di Lucia Lancerin. Venezia,
<http://repository.regione.veneto.it/public/b008608f269614ae4d2ced2b0effe584.php?lang=it&dl=true>

Sentieri escursionistici

Gather M., Friedrich J., Sommer S. & Zeigerer A. (2005). Planungsleitfaden für die barrierefreie Gestaltung von Wanderwegen. Institut Verkehr und Raum an der Fachhochschule Erfurt. Hrsg. Thüringer Ministerium für Soziales, Familie und Gesundheit, Erfurt,
https://www.thueringen.de/imperia/md/content/tmsfg/bb/publikation/thm_freiraumus2.pdf

Greenways4ALL (2017). How to Make Accessible Greenways, <https://www.aevv-egwa.org/download/greenways4all/gw4all-publications/GW4ALL-leaflet-AccesibleGreenways-EN-fin.pdf>

Lebenshilfe Wittmund & Regionales Umweltzentrum Schortens (2002). Natur für alle. Planungshilfen zur Barrierefreiheit, Planungshilfe 4 – Weggestaltung, <https://ruz-schortens.de/natur-fuer-alle.html>

Rheinland-Pfalz Tourismus (2018). Wanderwege-Leitfaden Rheinland-Pfalz: Ergänzungsband barrierefreie Wanderwege. Koblenz, <https://rlp.tourismusnetzwerk.info/wp->

[content/uploads/2018/04/Wanderwege-Leitfaden-Rheinland-Pfalz-Erg%C3%A4nzungsband -
Barrierefreie-Wanderwege.pdf](http://www.naturparke.de/content/uploads/2018/04/Wanderwege-Leitfaden-Rheinland-Pfalz-Erg%C3%A4nzungsband_-_Barrierefreie-Wanderwege.pdf)

Parchi naturali

EUROPARC Deutschland (2017). Barrierefreies Naturerleben planen. Berlin, <http://www.euoparc-deutschland.de/wp-content/uploads/2017/03/Barrierefreies-Naturerleben-planen.pdf> --

Ministero dell’Ambiente e della Tutela del Territorio (2003). Parchi per tutti: Linee guida per gli enti di gestione dei parchi nazionali italiani. Associazione ACLI Anni Verdi, Roma, <http://www.parchipertutti.it/?LevelID=59>

Verband Deutscher Naturparke & EUROPARC Deutschland (2016): Faszination Natur erlebbar machen. Wegweiser für die Konzeption und Umsetzung von Naturerlebnisangeboten in den Nationalen Naturlandschaften. Bonn: Bundesamt für Naturschutz, http://www.euoparc-deutschland.de/wp-content/uploads/2015/10/Wegweiser-f%C3%BCr-die-Konzeption-und-Umsetzung-von-Naturerlebnisangeboten_barrierefrei.pdf

Verband Deutscher Naturparke (Hrsg.) (2016). Barrierefreies Naturerleben Gestalten! Ein Leitfaden für die Praxis. In Zusammenarbeit mit dem Bundeskompetenzzentrum Barrierefreiheit. Bonn: VDN, <https://www.naturparke.de/service/infothek/d/fd/leitfaden-finalpdf-1946/download.html>

Musei e mostre

Associazione dei musei svizzeri (2016). Musei senza barriere / Barrierefreie Museen, <https://www.museums.ch/it/publicazioni/standard/accessibilita.html>

Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft & Wirtschaftskammer Österreich (2015). Tourismus für Alle - Barrierefreie Kunst- und Kulturangebote - inklusiv und innovativ. 2.Auflage, <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/Tourismus-Barrierefreie-Kunst-und-Kulturangebote.pdf>

COME-IN! - Cooperating for Open Access to Museums (2017). Publications – Guidelines / Linee guida / Richtlinien, <http://www.central2020.eu/Content.Node/COME-IN.html>

Deutscher Museumsbund (2013). Das inklusive Museum. Ein Leitfaden zu Barrierefreiheit und Inklusion. Berlin: DMB, <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2017/03/dmb-barrierefreiheit-digital-160728.pdf>

Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo (2008). Linee guida per il superamento delle barriere architettoniche nei luoghi di interesse culturale. Decreto ministeriale 28 marzo 2008, https://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1311244354128_plugin-LINEE_GUIDA_PER_IL_SUPERAMENTO DELLE BARRIERE ARCHITETTONICHE.pdf

Zuccalà, Amir (ed.) (2018). Andiamo al museo. Esperienze, proposte e buone prassi per un patrimonio culturale accessibile alle persone sorde. Ente Nazionale per la protezione e l’assistenza dei Sordi - Onlus, Roma, <https://www.accessibitaly.it/wp-content/uploads/2019/07/PUB-Andiamo-al-Museo.pdf>

5 Bibliografia

- Buhalis, D., & Darcy, S. (eds.) (2010). Accessible tourism: Concepts and issues. Bristol: Channel View Publications.
- Buhalis, D., Darcy, S., & Ambrose, I. (eds.) (2012). Best Practice in Accessible Tourism: Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism. Bristol: Channel View Publications.
- Eurostat (2016). Tourism trends and ageing (Nov. 2016), https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_trends_and_ageing#Seasonal_patterns
- Eurostat (2019a). Seasonality in tourism demand (May 2019), https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Seasonality_in_tourism_demand
- Eurostat (2019b). Population structure and ageing (July 2019), https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Population_structure_and_ageing
- Eurostat (2019c). Tourism statistics - participation in tourism (September 2019), https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_participation_in_tourism
- GATE - Granting Accessible Tourism for Everyone, <https://gateproject.dolomitiunesco.info>
- GATE (2020a). Universität Innsbruck & Salzburg Research: Multisensorische Zeichen für Barrierefreiheit und Sicherheit von Freizeit- und Tourismusangeboten (siehe GATE Webseite).
- GATE (2020b). Universität Innsbruck & Salzburg Research: Multisensorisches Zeichenset für inklusive Freizeit- und Tourismusangebote (siehe GATE Webseite).
- GfK Belgium et al. (2014). Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe: Final Report. Study for the European Commission, DG Enterprise and Industry prepared by GfK Belgium, University of Surrey, Neumann Consult & ProASolutions, <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/7221/attachments/1/translations/en/renditions/native>
- IUBH Internationale Hochschule (2019). IUBH Touristik-Radar 2019: Barrierefreier Tourismus für Alle, https://www.iubh.de/wp-content/uploads/1903_Themenmappe-Tourismus-mit-Behinderung_fin_web.pdf
- Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes (Hrsg.) (2019). Tourismus 2030: Bausteine der Zukunft. Fakten - Thesen - Perspektiven. Hamburg. https://www.kompetenzzentrum-tourismus.de/images/aktuelles/Tourismus2030_Web.pdf
- Lorenz, A., Melzer, H., & Schieferer, J. (2013). Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen: Kurzreport Barrierefreiheit. Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Tourismus/tourismusperspektiven-in-laendlichen-raeumen-barrierefreiheit.html>
- Michopoulou, E., Darcy, S., Ambrose, I., & Buhalis, D. (2015). Accessible tourism futures: the world we dream to live in and the opportunities we hope to have. Journal of Tourism Futures, 1(3), 179–188, <https://doi.org/10.1108/JTF-08-2015-0043>
- Neumann, P., & Reuber, P. (2004). Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für Alle. Langfassung einer Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit.

Münstersche Geographische Arbeiten 47, <https://www.uni-muenster.de/imperia/md/content/geographie/publikationen/mga/mga47.pdf>

Neumann, P., Pagenkopf, K., Schieferer, J., & Lorenz, A. (2008). Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland: Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung. Herausgegeben vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi).

http://www.holicap.de/cms/upload/dokumente/BMWi-Studie_Barrierefreier_Tourismus.pdf

RKW Kompetenzzentrum (Hrsg.) (2011). Wirtschaftsfaktor Alter: Körperliche Veränderungen verstehen - Angebote anpassen. Eschborn, http://handwerk-owl.de/media/1394004591_wirtschaftsfaktor_alter.pdf

Stein, Signe (2008). Barrierefreier Tourismus. In: Nullbarriere.de,

<https://nullbarriere.de/barrierefreiheit-tourismus.htm>

UNWTO - World Tourism Organization (2013). Recommendations on accessible tourism for all.

Madrid: UNWTO, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415984>

VisitEngland (2018). Accessibility - Non Participation. May 2018,

https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/business-hub/resources/latent_demand_accessibility_research.pdf

WCAG 2.0 - Web Content Accessibility Guidelines / Linee guida per l'accessibilità dei contenuti Web, traduzione italiana autorizzata, 21/12/2009, <http://www.w3.org/Translations/WCAG20-it/>