



---

# KIT DI APPRENDIMENTO PER FORMATORI SUL TURISMO ACCESSIBILE

## **Dispense dei Moduli / Unità di apprendimento**

---



### **Games Without Barriers**

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union G.A. n. 2019-1-IT01- KA202-007450  
CUP code G95G19000500006

The content of this document represents the views of the authors only and is their sole responsibility; it cannot be considered to reflect the views of the National Agency or the European Commission or any other body of the European Union. The National Agency and the European Commission do not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.



## Games Without Barriers Game-based learning in initial VET for Accessible Tourism

### Scheda di identificazione del documento

<b>Contratto No.:</b>	G.A. n. 2019-1-IT01- KA202-007450 CUP code G95G19000500006
<b>Titolo complete del progetto</b>	Game-based learning in initial VET for Accessible Tourism
<b>Nome del documento</b>	Kit di apprendimento per formatori sul Turismo Accessibile – <b>Dispense dei Moduli / Unità di apprendimento</b>
<b>Contributo a</b>	<b>Output intellettuale 1</b> – Kit di apprendimento per formatori sul Turismo Accessibile
<b>Livello di distribuzione</b>	Pubblico
<b>Data contrattuale di consegna</b>	30/04/2020 posposto al <b>30/11/2020</b> a seguito della modifica della convenzione di sovvenzione dovuta al Covid-19
<b>Questa versione</b>	31.10.2020 (versione inglese) – 31.12.2020 (versione italiana)
<b>Tipo</b>	Finale
<b>Stato &amp; Versione</b>	Versione 1
<b>Numero di pagine</b>	45
<b>Autore/i</b>	Emiliano Deferrari, Ivor Ambrose, Annagrazia Laura, Katerina Papamichail, Maria Stella Minuti, Stefania Berardi, Oderisi Nello Fiorucci.
<b>Traduttori</b>	Noris Ciani, Maria Giovanna Gagliardi, Maria Paola Martini, Luigina Partenzi, Patrizia Sordini
<b>Partner responsabile</b>	INCIPIT
<b>Abstract (per la disseminazione)</b>	
<p>Il presente documento è parte del “Kit di apprendimento per formatori sul Turismo Accessibile” e contiene le dispense consegnate, come materiale di supporto all’apprendimento, durante le sessioni in modalità virtuale sincrona dell’evento di apertura di formazione congiunta dello staff (Opening Joint staff training event). E’ costituito da 16 dispense, una per ogni Unità di apprendimento in cui si articola il percorso formativo.</p>	
<b>Parole chiave: moduli e unità di apprendimento, turismo accessibile / turismo per tutti - la sua storia e la sua importanza economica, esigenze di accessibilità dei turisti e customer care, valutazione dell'accessibilità, informazione e comunicazione.</b>	



## INDICE

<b>Introduzione</b> .....	<b>3</b>
<b>MODULO N° 1 - " Turismo Accessibile/Turismo per Tutti, la storia e la sua importanza economica"</b> .....	<b>4</b>
Unità di Apprendimento N°1 – “Trend e megatrend del turismo” .....	4
Unità di Apprendimento N°2 - “Storia del Turismo Accessibile e sua importanza economica” .....	8
Unità di Apprendimento N°3 - “Design for All, Universal Design” .....	12
Unità di Apprendimento N°4 - “Il turismo accessibile nel quadro politico e legislativo” ...	14
<b>MODULO N° 2 - “Esigenze di accessibilità dei turisti e customer care”</b> .....	<b>17</b>
Unità di Apprendimento N°5 - “Classificazione internazionale del funzionamento, della disabilità e della salute (ICF)” .....	17
Unità di Apprendimento N°6 – “Le principali esigenze di accessibilità delle persone con diverse disabilità e di altri gruppi di turisti” .....	20
Unità di Apprendimento N°7 – “La progettazione di un ambiente costruito accessibile a tutti gli utenti” .....	24
Unità di Apprendimento N°8 – “Comunicazione con le persone con disabilità e con altre esigenze specifiche di accessibilità; “galateo” del turismo accessibile” .....	26
Unità di Apprendimento N°9 - “Customer Care” .....	29
Unità di Apprendimento N°10 - “Gestione degli imprevisti” .....	32
<b>MODULO N° 3 - “Valutazione dell’accessibilità”</b> .....	<b>35</b>
Unità di Apprendimento N°11 - “Schemi informativi sull’accessibilità” .....	35
Unità di Apprendimento N°12 - “Dichiarazioni di accessibilità e strumenti di raccolta dei dati” .....	37
Unità di Apprendimento N°13 - “Realizzazione di una dichiarazione di accessibilità, tecniche di auditing” .....	39
<b>MODULO N° 4 - “Informazione e comunicazione”</b> .....	<b>40</b>
Unità di Apprendimento N°14 – “Fornire informazioni ai clienti con esigenze specifiche di accessibilità” .....	40
Unità di Apprendimento N°15 - “Le migliori tecniche per i diversi media” .....	42
Unità di Apprendimento N°16 - “Marketing dell’accessibilità” .....	44



## Introduzione

Il presente documento è parte del “Kit di apprendimento per formatori sul Turismo Accessibile” e contiene le dispense consegnate, come materiale di supporto all’apprendimento, durante le sessioni in modalità virtuale sincrona dell’evento di apertura di formazione congiunta dello staff (Opening Joint staff training event) indirizzato agli insegnanti delle scuole di formazione professionale del turismo partner nel progetto.

Le 16 dispense si riferiscono alle 16 Unità di apprendimento contenute nei 4 Moduli di apprendimento in cui è articolato il percorso formativo. Le dispense aiuteranno gli insegnanti ad approfondire i temi principali del turismo accessibile e ad acquisire tutti gli strumenti necessari per progettare Moduli di Formazione sul Turismo Accessibile rivolti ai propri studenti (IO2) e testarli durante gli scambi a breve termine di gruppi di alunni.



## **MODULO N° 1 - " Turismo Accessibile/Turismo per Tutti, la storia e la sua importanza economica"**

### **Unità di Apprendimento N°1 – “Trend e megatrend del turismo”**

Il turismo è uno dei settori economici più significativi e in più rapida crescita nel mondo. Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo, 1,46 miliardi di persone hanno viaggiato in un paese straniero nel 2019 e il loro numero dovrebbe raggiungere 1,8 miliardi nel 2030. Il turismo rappresenta il 10% del PIL mondiale e genera un posto di lavoro su 10: è, quindi, un motore chiave dello sviluppo socio-economico, che crea benessere per le comunità.

Dal punto di vista di chi lo pratica, il turismo offre possibilità uniche di evasione dalla vita di tutti i giorni, di socializzare e scoprire nuovi mondi e nuove culture. Ad oggi il turismo è considerato un bene di prima necessità, ma non tutte le persone possono goderne allo stesso modo e alcune ne sono escluse. Tra coloro la cui domanda di turismo è ancora largamente insoddisfatta ci sono le persone con esigenze di accesso specifiche che rappresentano una categoria molto ampia: include persone con disabilità - con problemi fisici, sensoriali o mentali -, anziani, persone con disabilità temporanee, famiglie con bambini, persone con allergie o esigenze dietetiche particolari e così via.

Le destinazioni turistiche, i prodotti e i servizi presentano ancora diverse barriere che ne impediscono il godimento da parte di persone con specifiche esigenze di accesso: non solo barriere fisiche e di comunicazione, ma anche barriere culturali e barriere rappresentate dalla mancanza di informazioni dettagliate e affidabili sulle condizioni di accessibilità delle strutture turistiche.

Il turismo accessibile per tutti si riferisce alle politiche e alle pratiche che mirano a rimuovere queste barriere, garantendo alle persone con specifiche esigenze di accesso la possibilità di godere delle proprie vacanze e del loro tempo libero senza ostacoli e difficoltà. Si tratta di migliorare i prodotti, i servizi e gli ambienti turistici in modo tale che possano essere tutti ugualmente e facilmente utilizzati per garantire alle persone con esigenze di accesso specifiche e alle loro famiglie un grado più elevato di autonomia nel godere la propria esperienza turistica.

Quelle destinazioni che creano ambienti, prodotti e servizi adatti a persone con specifiche esigenze di accesso sperimenteranno effetti positivi in termini di aumento dei flussi turistici, maggiori ritorni economici e maggiore competitività.

Le persone con specifiche esigenze di accesso rappresentano, infatti, un mercato potenzialmente ampio e in crescita che, qualora vengano fornite condizioni adeguate e confortevoli per viaggiare, può generare un aumento della domanda turistica nelle mete turistiche e della loro quota di mercato.

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità, ci sono approssimativamente 1 miliardo di persone con disabilità nel mondo. Ciò

significa che circa il 15% della popolazione mondiale ha una disabilità fisica, sensoriale o mentale.

Inoltre, poiché le persone anziane molto spesso hanno difficoltà simili nello svolgimento delle attività quotidiane, sono solitamente incluse tra coloro che esprimono esigenze di accesso specifiche, aumentando così notevolmente il numero complessivo di persone che possono beneficiare di servizi di turismo accessibile.

Le persone anziane rappresentano una significativa risorsa potenziale di attività turistica, se si considera che è in atto un rapido invecchiamento della popolazione. Nel 2019 c'erano 703 milioni di persone di età pari o superiore a 65 anni nel mondo, pari al 9% della popolazione mondiale. Si prevede che il loro numero aumenterà di oltre il 127% in 30 anni: entro il 2050, ci saranno 1,6 miliardi di persone di età pari o superiore a 65 anni in tutto il mondo, pari al 16,7% della popolazione mondiale totale.

A causa dell'invecchiamento della popolazione, il numero di persone con esigenze di accesso specifiche con la capacità di viaggiare è in aumento, aumentando la domanda di un ambiente, trasporti e servizi accessibili e, potenzialmente, portando benefici al settore del turismo.

Gran parte della popolazione anziana, infatti, ha un reddito disponibile significativo e la voglia di viaggiare, inoltre la loro spesa tende ad essere superiore a quella dei turisti in generale. Poiché le persone anziane non sono più attive nel mondo del lavoro, hanno la possibilità di viaggiare durante tutto l'anno, il che aiuta a ridurre la stagionalità della domanda sperimentata da molte destinazioni.

Oltre ai cambiamenti demografici, ci sono altri megatrend che influenzano le dinamiche del turismo e hanno un impatto sul turismo in generale e sul turismo accessibile per tutti in particolare. Questi megatrend riflettono i cambiamenti a lungo termine più significativi e di rilevanza globale nei settori sociale, economico, politico, ambientale e tecnologico. Si tratta di cambiamenti lenti, che hanno un'influenza profonda e duratura sulle attività, i processi e le percezioni umane.

Tra i megatrend considerati più significativi per il turismo, l'OCSE (Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE) – in inglese Organization for Economic Co-operation and Development OECD, *Tourism Trends and Policies*, 2018) ha focalizzato l'attenzione sulle seguenti categorie chiave, che potrebbero avere un'influenza significativa anche sul turismo accessibile a tutti: sviluppo di nuovi mercati emergenti, crescita del turismo sostenibile, mobilità in viaggio e innovazione tecnologica.

Lo sviluppo di nuovi mercati emergenti, come Cina e India, porterà ad un aumento della domanda turistica globale e richiederà "nuovi" prodotti, in grado di tener conto delle specifiche preferenze, gusti ed esigenze di questi mercati, abbattendo le barriere culturali che possono esistere nei confronti di clienti con usi e abitudini differenti.

Lo sviluppo del turismo sostenibile è un altro megatrend che caratterizza sempre più il settore a livello globale. La crescente consapevolezza degli impatti positivi e negativi del turismo sull'ambiente implica che le destinazioni

debbano adottare modelli di gestione sostenibile basata sui tre pilastri caratteristici della sostenibilità ambientale, economica e socio-culturale.

Il Turismo Accessibile contribuisce alla sostenibilità ambientale attraverso l'applicazione dei principi dell'Universal Design, che riduce al minimo la necessità di successivi adattamenti e riprogettazione, contribuendo così alla sostenibilità economica.

Il turismo accessibile contribuisce in particolare alla dimensione sociale dello sviluppo sostenibile, poiché mira a creare un ambiente in cui tutte le persone si sentano accolte e incluse, siano esse visitatori o cittadini locali. Questo porta le persone che lavorano nel settore turistico ad avere una maggiore sensibilità verso la qualità dell'esperienza turistica e pone le basi per la creazione di destinazioni più vivibili e accoglienti.

Inoltre, nuove forme di turismo sostenibile, come il turismo lento e il turismo esperienziale, stanno diventando sempre più diffusi e ben allineati con la pratica del turismo accessibile per tutti.

Il turismo lento, cioè il modo lento di viaggiare e scoprire il territorio, alla ricerca dell'autenticità e del rapporto con le comunità locali, ben si sposa con il turismo accessibile, che richiede, in generale, un ritmo più lento e dolce per la fruizione del territorio.

Lo sviluppo del turismo esperienziale negli ultimi anni è un aspetto particolarmente interessante anche in un'ottica di promozione del turismo accessibile, nel senso che le esperienze possono essere adattate alle esigenze di determinati gruppi di turisti, ad esempio esperienze tattili e percorsi sensoriali, ecc. per chi ha problemi di vista.

Le molteplici motivazioni alla base del turismo esperienziale portano alla necessità di considerare il mercato non come indifferenziato, ma suddiviso in "nicchie" di domanda caratterizzate da motivazioni, interessi e bisogni specifici, che richiedono prodotti turistici su misura per i clienti. Seguendo questa logica, lo sviluppo del prodotto può arrivare fino a configurare un rapporto di tipo "uno ad uno" con il turista, dove il prodotto può tenere conto delle esigenze specifiche e personalizzate del cliente, comprese quelle legate all'accessibilità.

La **mobilità di viaggio** sta diventando sempre più un elemento di qualità e sostenibilità dell'esperienza turistica con la conseguente richiesta di:

- sistemi intermodali efficienti, articolati e intelligenti;
- forme di mobilità ecosostenibili con l'emergere del trasporto elettrico e dei sistemi di condivisione dei singoli mezzi di trasporto;
- sviluppo di piattaforme e sistemi digitali che forniscono informazioni, comprese quelle sull'accessibilità, rendendo più facile e semplice per i viaggiatori con specifici requisiti di accesso pianificare il proprio viaggio.

L'**innovazione tecnologica** sta rimodellando il modo in cui le persone lavorano, comunicano, scelgono e acquistano viaggi nel settore del turismo, aumentando la capacità dei sistemi di offerta e dei canali di vendita di

personalizzare prodotti e processi di acquisto e di rendere più efficaci i sistemi di controllo qualità.

I principali motori del cambiamento che hanno anche un impatto sul turismo accessibile sono:

- *nuovi modelli di business digitale per imprese e destinazioni* con lo sviluppo di piattaforme peer to peer specializzate per nuovi marketplace altamente definiti nelle caratteristiche del profilo del cliente;
- *automazione dei processi produttivi aziendali e interaziendali*. Il processo di trasformazione digitale della vendita online apre nuove opportunità alle PMI per raggiungere facilmente i mercati di riferimento e interagire direttamente con i clienti, personalizzando la loro offerta sulle loro specifiche esigenze. La tendenza è verso una maggiore integrazione, in fase di progettazione e vendita del prodotto, tra servizi ricettivi e produttori di esperienze in loco;
- *big data e open data per elevare le capacità di business intelligence*. Possibilità per le destinazioni e le aziende turistiche di profilare efficacemente i target di domanda desiderati comprendendone le esigenze, i desideri e i processi di acquisto;
- *intelligenza artificiale*. Miglioramento dell'assistenza clienti automatizzando le operazioni precedentemente eseguite manualmente: ad es. robot e chatbot basati sulla tecnologia di riconoscimento del linguaggio in grado di migliorare la comunicazione con gli ospiti e fornire un'assistenza continua e personalizzata;
- *social media, recensioni, web reputation come strumenti di comunicazione tra turisti, destinazioni e aziende*. I turisti diventano testimonial che condividono i propri giudizi su attrazioni e servizi turistici, determinando la web reputation di destinazioni e aziende e fornendo approfondimenti / informazioni utili a chi ha esigenze specifiche;
- *realtà virtuale (RV) e aumentata (RA)*. Le nuove frontiere nella costruzione di contenuti per la comunicazione e nello sviluppo dei fattori di attrazione assicurati dall'applicazione di queste tecnologie appaiono infinite. RV e RA offrono il potenziale per creare esperienze sostitutive che possono essere particolarmente vantaggiose per le persone con esigenze di accesso specifiche.



## **Unità di Apprendimento N°2 - “Storia del Turismo Accessibile e sua importanza economica”**

Negli ultimi decenni, la tendenza a considerare i problemi delle persone con disabilità da una prospettiva basata sui diritti è maturata e si è ampiamente affermata a livello internazionale.

L'attenzione ai temi della disabilità nelle politiche pubbliche ha cominciato a crescere in modo significativo nel 1980.

Nel 1981 l'Assemblea Generale delle Nazioni Unite ha proclamato “L'Anno Internazionale delle Persone Disabili” volto ad accrescere la consapevolezza dei bisogni, delle capacità e delle aspirazioni delle persone con disabilità e della loro partecipazione, uguaglianza e integrazione.

Nel 1983 l'ONU ha deciso di proclamare in tutto il mondo il "Decennio dei disabili" (1983-1992).

Le iniziative a livello internazionale sono state seguite da iniziative a livello dell'UE le più importanti delle quali sono state: nel 1994, un Libro bianco intitolato "Azione per il futuro" ha affrontato l'integrazione sociale e l'indipendenza dei disabili e la "Guida europea di buone pratiche: verso le pari opportunità per i disabili" è stato pubblicato nel dicembre 1996.

Nel 1996, la Commissione europea ha pubblicato una comunicazione dal titolo "Pari opportunità per le persone con disabilità - Una nuova strategia comunitaria sulla disabilità 1996". Si basa, soprattutto, sulle “Regole standard per le pari opportunità per le persone con disabilità del 1993 ” delle Nazioni Unite, che sottolineano la rimozione delle barriere ambientali sui limiti funzionali degli individui, in un'ottica di pari partecipazione delle persone disabili nella società.

Nel novembre 2000, il Consiglio europeo ha adottato una direttiva che ha creato un quadro generale per promuovere la parità di trattamento delle persone con disabilità nell'occupazione e nel lavoro. Ha riconosciuto che la mancata fornitura di "sistemazioni ragionevoli" sul posto di lavoro potrebbe costituire una discriminazione.

Un programma d'azione dell'UE per combattere la discriminazione verso le persone con disabilità (2001-2006) è stato adottato per stimolare l'introduzione di misure specifiche contro la discriminazione ed è stato progettato per integrare il lavoro dell'UE e dei suoi Stati membri, in particolare nell'ambito legislativo.

L'anno 2003 è stato denominato "Anno europeo delle persone con disabilità" per evidenziare e sensibilizzare l'opinione pubblica sulla situazione affrontata dalle persone disabili. A tal fine, l'UE ha lanciato un piano d'azione intitolato Pari opportunità per le persone con disabilità: un piano d'azione europeo (2004 -2010). Ha cercato di garantire che le questioni relative alla disabilità fossero incorporate in tutte le politiche dell'UE che avrebbero potuto influire sulla vita delle persone con disabilità.

Accanto all'attenzione ai diritti delle persone con disabilità, si è sviluppata negli anni l'attenzione per quanto riguarda la fruibilità dei servizi turistici da

parte di persone con disabilità o più in generale da persone con specifiche esigenze di accesso.

Nel 1989 un gruppo di esperti britannici, tra cui l'English Tourist Board e Holiday Care Service (il primo servizio nazionale di informazione e consulenza per il turismo per le persone con disabilità), pubblicò un rapporto dal titolo "Tourism For All" al termine di un Congresso organizzato nel Regno Unito.

Questo Rapporto conteneva 63 raccomandazioni per l'industria del turismo, che sollecitavano gli operatori a tenere conto delle esigenze di tutti i visitatori, e in particolare dei gruppi di persone svantaggiate, nell'elaborazione dei loro programmi, in modo da poterli integrare nelle politiche turistiche.

Successivamente, l'approccio adottato dal Regno Unito è stato seguito da varie organizzazioni europee e americane che lavorano nello stesso campo.

In questo modo il termine "Tourism for All" ha assunto ben presto una declinazione internazionale: "Tourisme pour Tous", "Tourismus für Alle", "Turismo per Tutti" e "Turismo para Todos" e individuava, in ogni paese, tutte le organizzazioni e organismi coinvolti nella promozione dello sviluppo di turismo accessibile, nel modo più autonomo possibile, anche alle persone con disabilità.

Le due conferenze organizzate a Londra su questo argomento nel 1989 e nel 1993 furono considerate le iniziative più influenti dell'epoca. La seconda conferenza, "Turismo 2000", nell'ottobre 1993, è stata l'occasione per presentare il primo studio europeo "Approfittando delle opportunità" ("Profiting from opportunities") svolto da Touche Ross sul potenziale impatto economico delle persone con disabilità sul mercato turistico. I suoi risultati hanno mostrato che c'erano 30 milioni di disabili interessati a viaggiare ma che per vari motivi erano ancora esclusi dai circuiti turistici ufficiali.

Questi dati storici sono stati confermati da studi più recenti, sia a livello europeo che internazionale, nonostante l'oggettiva difficoltà di valutare il mercato sulla base di dati statistici, a causa della mancanza di un sistema standardizzato di classificazioni utilizzato per definire le persone che esprimono esigenze specifiche.

Tra questi, lo studio "Impatto economico e modelli di viaggio del turismo accessibile in Europa" commissionato nel 2014 dalla Commissione Europea fornisce un quadro coerente della domanda potenziale attuale e futura di turismo accessibile in Europa e stima il suo impatto economico.

Secondo questo studio, nel 2011 c'erano 138,6 milioni di persone con esigenze di accesso nell'UE, di cui il 35,9% erano persone con disabilità di età compresa tra 15 e 64 anni e il 64,1% era la popolazione più anziana di 65 anni o più.

Nel 2012, le persone con esigenze di accesso nell'UE hanno effettuato circa 783 milioni di viaggi, generando così un contributo totale lordo al valore aggiunto di circa 356 miliardi di euro e una occupazione totale di circa 8,7 milioni di persone.

Spinta dall'invecchiamento della popolazione, che in Europa è molto più alta che altrove, si prevede che la domanda crescerà del 10% fino a circa 862 milioni di viaggi all'anno entro il 2020, pari a un tasso di crescita medio dell'1,2% annuo. Tuttavia, il potenziale complessivo è di gran lunga maggiore: se fosse possibile aumentare significativamente l'accessibilità delle strutture legate al turismo, si potrebbero realizzare fino a 1.231 milioni di viaggi all'anno, pari a una crescita del 43,6%.

Se l'accessibilità fosse notevolmente migliorata, il contributo economico totale generato dai turisti dell'UE con esigenze di accesso specifiche dovrebbe aumentare rispetto al contributo attuale di circa il 36%.

Inoltre, come la maggior parte delle persone, le persone con disabilità o condizioni di salute a lungo termine raramente viaggiano da sole; al contrario, di solito preferiscono o hanno bisogno di viaggiare con parenti o amici. Secondo il già citato studio dell'UE, questi visitatori viaggiano con circa 1,9 compagni, in media.

Pertanto il contributo economico del Turismo Accessibile sarà moltiplicato per un fattore simile se l'effetto "compagno di viaggio" viene preso in considerazione.

Da quanto sopra è evidente che rendere accessibili i servizi turistici può avere un impatto importante e positivo sul settore turistico.

Ma qual'è la situazione dell'offerta di servizi di turismo accessibile? Secondo un altro studio commissionato dalla Commissione Europea nel 2015 - "Mappatura e verifica delle prestazioni dell'offerta di servizi turistici accessibili" - si stima che solo il 9,2% dell'offerta esistente di strutture e servizi turistici abbia almeno un certo livello di servizi per viaggiatori con disabilità o altri requisiti di accesso specifici.

Ciò significa che oltre 3 milioni di imprese turistiche non sono preparate a soddisfare adeguatamente il mercato dell'accessibilità, con un divario stimato del 27,8% tra l'offerta attuale e la domanda di servizi turistici accessibili.

Tre barriere chiave impediscono alle imprese di diventare sempre più accessibili: infrastrutture e barriere fisiche, barriere finanziarie inclusa la mancanza di un forte business case e barriere di conoscenza e informazione.

Molte aziende pubbliche e private non conoscono le esigenze dei clienti con requisiti di accesso specifici o spesso le interpretano male. Inoltre sottovalutano il valore degli investimenti nell'abbattimento delle barriere architettoniche e spesso esagerano tali costi. L'accessibilità è molto spesso vista come un "problema" legato alla conformità ai requisiti legali piuttosto che come una "opportunità di business".

Il turismo accessibile rappresenta invece una grande opportunità. Se l'offerta soddisfa la domanda di turisti con specifiche esigenze di accesso, l'industria del turismo beneficia di numerosi vantaggi: aumento dei flussi turistici e della spesa, riduzione della stagionalità, permanenze mediamente più lunghe, vantaggio competitivo, migliore immagine complessiva e qualità dei propri servizi in quanto i servizi accessibili sono servizi migliori per tutti i clienti.

Ma è importante ricordare che affinché questi benefici raggiungano appieno il loro potenziale, l'attenzione ai problemi di accessibilità dovrebbe coprire l'intera catena dei servizi turistici, che comprende tutti i servizi che un turista utilizza prima, durante e dopo il suo viaggio, dalla fase di progettazione fino al ritorno a casa.

Ciò significa coinvolgere un gran numero di attori del settore turistico: non solo le strutture ricettive, ma anche ristoranti, trasporti, musei, monumenti, impianti sportivi, eventi, servizi di informazione e accoglienza, servizi di guida e accompagnamento e così via.

Occorre capire che ogni elemento della catena turistica influenza e dipende dagli altri: se uno degli elementi è debole, in termini di qualità e soddisfazione dei visitatori, la vacanza può essere fortemente compromessa nel suo insieme.

Un hotel senza barriere di accesso, ma situato in una località in cui le strutture ricreative e culturali non sono accessibili a persone con requisiti di accesso specifici, sarebbe meno attraente per questi visitatori. Lo stesso varrebbe per un museo o un monumento accessibile che non può essere raggiunto con mezzi di trasporto adeguati o che non dispone di strutture ricettive adeguate nelle vicinanze per accogliere clienti con esigenze di accesso specifiche.

Le destinazioni dovrebbero quindi creare un'offerta completa di prodotti e servizi di "Turismo per Tutti" in cui tutti gli elementi della catena dell'offerta (sistemi di prenotazione, alloggio, trasporto, ecc.) siano facilmente accessibili.

## **Unità di Apprendimento N°3 - “Design per Tutti, Universal Design”**

Design per tutti e Universal Design mirano a rimuovere le barriere e garantire l'accesso a tutti attraverso la progettazione dell'ambiente, dei prodotti e dei servizi.

Design per Tutti significa progettare, sviluppare e commercializzare prodotti, servizi, sistemi e ambienti tradizionali in modo che siano accessibili e utilizzabili dalla più ampia gamma di utenti possibile.

Universal Design (UD) è la progettazione di prodotti e ambienti in modo che siano utilizzabili da tutte le persone, nella misura più ampia possibile, senza necessità di adattamento o progettazione specializzata. L'intento del concetto di design universale è quello di semplificare la vita a tutti. Il concetto di design universale si rivolge a tutte le persone di tutte le età, dimensioni e abilità.

### **I 7 principi dell'Universal Design**

- Uso equo
- Uso flessibile
- Uso semplice e intuitivo
- Informazione percettibile
- Tolleranza dell'errore
- Basso sforzo fisico
- Dimensioni e spazio idonei per l'accesso e l'uso

### **Gli obiettivi dell'Universal Design**

- Adattabilità al corpo
- Comfort
- Consapevolezza
- Comprensione
- Benessere
- Integrazione sociale
- Personalizzazione
- Appropriatazza culturale

L'Universal Design nell'intera catena dell'offerta turistica promuove sostenibilità, qualità, comfort, sicurezza, inclusione, uguaglianza, indipendenza e crescita.

Le conseguenze del mancato rispetto dei principi di UD includono qualità inferiore, esclusione, riduzione del ritorno sull'investimento, ambienti e servizi non sostenibili, crescita ostacolata.

Il coinvolgimento del cliente è un fattore chiave nei servizi turistici. Due riferimenti importanti sono:

- L'Universal Design for Customer Engagement Toolkit, del Centre of Excellence in UD-Ireland, fornisce una guida completa alle migliori pratiche per ottenere una migliore comunicazione con i clienti.
- Irish Standard (I.S.) 373: 2013 "Universal Design for customer engagement in tourism services", pubblicato dalla NSAI, National Standard Authority of Ireland.



L'istruzione e la formazione sono gli strumenti più importanti per raggiungere l'obiettivo di prodotti, servizi e ambienti progettati universalmente.

- C'è un grande divario nell'educazione al design. Ad architetti, progettisti e designer di prodotti e servizi non viene insegnato l'Universal Design e l'importanza dell'accessibilità, quindi non esiste una comprensione comune dei bisogni umani - "requisiti funzionali"
- La legislazione e gli standard non sono sufficienti e non possono essere ben compresi o applicati senza un adeguato background educativo.



## **Unità di Apprendimento N°4 - “Il turismo accessibile nel quadro politico e legislativo”**

Il turismo accessibile è stato sviluppato in linea con una serie di atti legislativi a diversi livelli di governance e in diversi settori politici.

Dal punto di vista delle politiche, siamo in grado di prendere in considerazione tutti gli atti e le leggi in materia di disabilità e accessibilità in tutti gli aspetti della vita dei cittadini, e gli atti e le leggi riguardanti il settore del turismo. Più in generale le politiche sanitarie, il benessere sociale e l'inclusione, l'istruzione, l'industria e le politiche relative al mercato hanno influenzato e modellato il turismo accessibile.

Le leggi sono state sviluppate a livello locale, regionale, nazionale, sovranazionale come nel caso dell'Unione Europea e in linea con le Risoluzioni e Convenzioni mondiali adottate dalle Nazioni Unite. Questo modulo presenta i principali atti e politiche mondiali ed europei.

Nell'andare a delineare la storia degli ultimi 15 anni, è essenziale nominare la "Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità" (UNCRPD) del 2006 che mira a "promuovere, proteggere e garantire il pieno ed uguale godimento di tutti i diritti umani e le libertà fondamentali di tutte le persone con disabilità, e promuovere il rispetto della loro dignità intrinseca". L'articolo 30 richiede: "Pari accesso alla partecipazione alla vita culturale, compresi il tempo libero, il turismo e lo sport"

La Convenzione è stata ratificata da 113 Stati (aprile 2008) e il suo protocollo opzionale da 96 Stati e organizzazioni di integrazione regionale, inclusa l'Unione Europea.

<https://www.un.org/development/desa/disabilities/%20convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>

L'attuazione della Convenzione negli Stati è stata a volte valutata in modo indipendente e nel 2020 ci sono state alcune criticità che devono ancora essere risolte o migliorate, come:

- Creare una solida base giuridica per l'organizzazione incaricata del monitoraggio
- Finanziamenti e personale insufficienti
- Scarsa indipendenza
- Coinvolgere pienamente le persone con disabilità e dare loro voce.

Per quanto riguarda la legislazione sul turismo, è necessario evidenziare una serie di passi importanti compiuti dalle istituzioni europee:

- Nel 2009, il trattato di Lisbona, che ha riformulato i precedenti trattati dell'Unione Europea, con l'articolo 195 ha conferito all'UE il potere di coordinare azioni e fornitura di informazioni a sostegno delle attività turistiche, che in precedenza era di competenza degli Stati membri.
- Nel 2010 e nel 2011, la comunicazione della Commissione europea: L'Europa, la destinazione turistica n. 1 al mondo e il rapporto del Parlamento europeo "L'Europa, la

destinazione turistica n. 1 al mondo - un nuovo quadro politico per il turismo in Europa" hanno attribuito grande importanza allo sviluppo dell'accessibilità in tutte le componenti della catena dei servizi turistici

- Nel 2012 è stata sviluppata un'azione preparatoria su "Turismo e accessibilità per tutti", che prevede il finanziamento di una serie di studi e progetti.
- Nel 2014/15, con il finanziamento dell'azione preparatoria dell'UE, la Commissione europea ha avviato 3 studi su:
  - Formazione / competenze e requisiti dei lavoratori nella catena di fornitura di servizi turistici accessibili;
  - L'impatto economico e le modalità di viaggio del turismo accessibile e
  - L'offerta di servizi turistici accessibili in Europa.

Questi studi sono ancora quelli più aggiornati e completi disponibili in Europa.

Nel 2013/2015 una serie di bandi aperti è stata lanciata dalla DG GROW per progetti che promuovono le risorse informatiche accessibili, l'imprenditorialità, la gestione e le competenze. Sono stati finanziati 19 progetti.

Dal 2010 sono state realizzate una serie di altre iniziative che hanno contribuito a sensibilizzare sull'importanza dell'accessibilità nel turismo, come l'Access City Awards (DG Occupazione, Affari Sociali e Inclusione), Capitale Europea del Turismo Intelligente Awards (DG GROW) e l'applicazione pilota della Carta di disabilità dell'UE in alcuni paesi.

Negli ultimi anni, vale la pena citare altre iniziative europee:

- Nel 2018 il Parlamento europeo ha pubblicato i risultati di una ricerca finanziata su "Trasporti e turismo per persone con disabilità e persone a mobilità ridotta" che ha evidenziato le sfide nel rendere la mobilità transfrontaliera, regionale e locale più accessibile per turisti e cittadini.
- Nel 2019 la proposta della Commissione europea per un Atto europeo sull'accessibilità è stata finalmente adottata dal Consiglio e dal Parlamento europeo. La legge prevede l'accessibilità di siti web, biglietteria, self-service interattivi e terminali, ma non prescrive né regola gli standard di accesso per i servizi turistici o l'ambiente edificato a livello dell'UE. I rappresentanti delle persone con disabilità affermano che la legge è quindi un passo indietro rispetto all'attuazione dell'UNCRPD.

A livello mondiale, l'Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite (UNWTO) ha adottato ufficialmente nel 2013 le "Raccomandazioni sul turismo accessibile" sviluppate con il supporto della Fondazione ONCE e della Rete europea per il turismo accessibile (ENAT), che sono state poi incaricate nel 2016, di progettare una serie di "Manuali sul turismo accessibile per tutti: principi, strumenti e buone pratiche". La Giornata mondiale del turismo dell'UNWTO, 2016, è stata dedicata al turismo accessibile.

È anche importante menzionare la pubblicazione delle Nazioni Unite nel 2015 dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile, che aiuteranno la transizione mondiale verso un mondo più sostenibile, responsabile, verde, equo, prospero e resiliente. Sia il turismo che la disabilità sono fattori di analisi dedicati e



nuove iniziative e piattaforme vengono create per segnalare i risultati e per aumentare la consapevolezza.

Il processo di standardizzazione delle norme sulle condizioni di accessibilità dell'ambiente costruito, del settore dei trasporti, della mobilità e del turismo è molto lungo e pieno di insidie, poiché sono in gioco molti interessi nazionali e aziendali, ma qui si possono citare 2 importanti iniziative:

- Il processo in corso per lo standard ISO DIS 21902 "Turismo e servizi correlati - Turismo accessibile per tutti - Requisiti e raccomandazioni".
- Standard Europei sull'Accessibilità dell'Ambiente Edificato CEN-CENELEC JTC 11 Mandate M/420 prEN\_17210.

È anche importante menzionare le iniziative relative ai diritti delle persone con disabilità al lavoro, e in particolare nel settore del turismo.

A livello dell'UE, nel 2017 il Consiglio d'Europa ha pubblicato il "Pilastro europeo dei diritti sociali" che, al punto 17, affermava: "Le persone con disabilità hanno diritto a un sostegno al reddito che garantisca una vita dignitosa, servizi che consentono loro di partecipare al mercato del lavoro e nella società e un ambiente di lavoro adeguato alle loro esigenze".

A livello mondiale, l'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), con il suo Global Business and Disability Network lancia nel 2020 una nuova iniziativa sul "Lavoro dignitoso per le persone con disabilità nel settore del turismo".

Quando si scrive questo volantino (aprile 2020), è difficile prevedere come le istituzioni europee affronteranno le sfide del turismo accessibile, poiché l'emergenza climatica e la pandemia COVID-19 stanno riscrivendo l'agenda economica, sociale e sanitaria. Quello che si può dire è che il programma politico EU Green Deal, nella sua ultima versione di gennaio 2020 ha mostrato solo l'intenzione di investire nel trasporto sostenibile, senza menzionare le parole "accessibilità" e "disabilità" in tutto il documento.

L'attività di lobby per dare forma al nuovo Programma Quadro europeo per il 2021-2027 è fondamentale. In questa materia, il Comitato economico e sociale europeo (CESE) sta lavorando per l'inclusione di più fondi e l'inclusione delle sfide della disabilità nella nuova "Strategia sulla disabilità 2021-2030" quando la Commissione non ha ancora iniziato a rivedere la vecchia strategia 2010 -2020.

Per quanto riguarda il turismo, il Manifesto del turismo (la più grande lobby europea del turismo, che comprende più di 50 organizzazioni internazionali di stakeholder) è recentemente riuscito a includere una linea di bilancio sul "turismo sostenibile" nella nuova bozza del programma quadro e a gennaio 2020 ha scritto alla nuova Presidente della Commissione Europea Ursula von Der Leyen, per dare al turismo il posto che merita, come uno dei pilastri dell'economia europea.

## **MODULO N° 2 - “Esigenze di accessibilità dei turisti e customer care”**

### **Unità di Apprendimento N°5 - “Classificazione internazionale del funzionamento, della disabilità e della salute (ICF)”**

Questa Unità di Apprendimento presenta i principi in base ai quali l'intera concezione di disabilità e accessibilità è cambiata negli ultimi vent'anni, grazie ad un'importante pubblicazione dell'ONU nel 2001, la Classificazione Internazionale del Funzionamento, della Disabilità e della Salute (ICF).

Il modello ICF fornisce un linguaggio internazionale, standardizzato e unificato per parlare di disabilità ed è diventato un modello di riferimento per la descrizione di fattori di salute, disabilità e ambientali.

ICF cambia il paradigma della disabilità, che dal 2001 è il risultato di una correlazione tra la salute delle persone, le loro caratteristiche e l'ambiente.

L'ICF fornisce strumenti di "azione" per i responsabili politici in diversi settori (politiche sociali, trasporti e anche turismo).

Il concetto principale può essere riassunto citando direttamente il documento quando si dice: «La disabilità è caratterizzata come la conseguenza o il risultato di una complessa relazione tra la condizione di salute di un individuo e i fattori personali, e i fattori ambientali che rappresentano le circostanze in cui vive l'individuo».

L'ICF è il risultato di un lungo processo di revisione di un precedente documento, l'ICIDH (International Classification of Impairments, Disabilities and Handicap, 1980) di cui rappresenta un'evoluzione e un complemento.

Per ICIDH, le menomazioni erano considerate come una perdita o un'anomalia di una struttura o funzione psicologica, anatomica, fisiologica. La disabilità era qualsiasi limitazione o perdita (derivante da una menomazione) della capacità di svolgere un'attività nel modo o nella misura considerati normali per un essere umano. Si è utilizzato il termine Handicap e si intendeva la condizione di svantaggio derivante da una menomazione o da una disabilità che in un determinato soggetto limita o impedisce l'adempimento del normale ruolo per quel soggetto in relazione all'età, al sesso e ai fattori socioculturali.

Questo modello è stato chiamato "modello medico di disabilità" in quanto considerava la disabilità una caratteristica della persona, direttamente causata da malattia, trauma o altra condizione di salute che richiedeva cure mediche fornite sotto forma di trattamento individuale da professionisti.

In questo modo le menomazioni erano viste come causa di Disabilità che poi producevano Handicap.

Al modello medico si è opposto il “modello sociale della disabilità” che vede la disabilità come un problema totalmente creato socialmente e per niente un attributo dell'individuo. Sul modello sociale, la disabilità richiede una risposta politica:

« La società disabilita le menomazioni ».



Il modello biopsicologico sviluppato con ICF fornisce una visione coerente delle diverse prospettive di salute: biologica, individuale e sociale. Sposta il concetto di disabilità dall'essere solo una conseguenza delle malattie al riconoscimento dell'interazione tra salute e funzionamento e fattori ambientali e personali.

Per il modello ICF, che è mostrato schematicamente sopra, una condizione di salute è un termine generico per malattia, disturbo, lesione o trauma.

Le condizioni di salute sono codificate utilizzando uno standard chiamato ICD-10, sviluppato in parallelo con ICF.

Le **menomazioni** sono problemi nelle funzioni o nella struttura del corpo come deviazione o perdita significativa.

Le **limitazioni delle attività** sono difficoltà che un individuo può incontrare nell'eseguire un'attività.

Le **restrizioni alla partecipazione** sono problemi che un individuo può sperimentare nel coinvolgimento in situazioni di vita.

I **fattori ambientali** compongono l'ambiente fisico, sociale e attitudinale in cui le persone vivono e conducono la loro vita. Gli ambienti possono facilitare il funzionamento o essere una barriera al funzionamento.

I **fattori personali** sono il contesto particolare di una vita e di uno stile di vita particolari e comprendono caratteristiche dell'individuo che non fanno parte di una condizione di salute o stato di salute.

Il modello biopsicosociale dell'ICF è diverso dai modelli precedenti in quanto si concentra sul funzionamento umano e non solo sulla disabilità. È un modello universale e non minoritario. È un modello integrato e non solo medico o sociale. È un modello interattivo e non progressivo o lineare.



In effetti, c'è un'uguaglianza di fattori che causano una disabilità e non una causalità eziologica. Il modello ICF comprende il contesto in cui vivono le persone, non è centrato sulle menomazioni delle persone. È applicabile a culture diverse, poiché non è legato a concetti occidentali. Il metodo è operativo e non guidato dalla sola teoria. Infine, copre l'intera vita delle persone, e non solo l'età adulta.

Il nuovo modello e la nuova terminologia fissati dall'ICF sono quindi una svolta copernicana, poiché il suo focus può essere riassunto come segue:

- Ciò che è importante è il "funzionamento umano" (non solo la disabilità)
- L'attenzione si concentra sulle funzioni del corpo invece che sulle menomazioni
- Il modello è incentrato sulle attività corporee invece che sulla limitazione delle attività
- Il modello si concentra sulla partecipazione delle persone nella società piuttosto che sui suoi handicap che impediscono la partecipazione.

Il contesto ambientale ha un ruolo fondamentale nel facilitare o, viceversa, ostacolare la partecipazione alla vita sociale, economica e lavorativa di ogni individuo.

L'accessibilità a luoghi, spazi e attrezzature rappresenta quindi il mezzo attraverso il quale consentire e garantire a tutti la partecipazione alle attività della vita in modo attivo e autonomo.



## **Unità di Apprendimento N°6 – “Le principali esigenze di accessibilità delle persone con diverse disabilità e di altri gruppi di turisti”**

Le capacità delle persone cambiano dall'infanzia alla vecchiaia e possono variare notevolmente indipendentemente dalla loro età. Le persone possono subire limitazioni alle loro attività a causa di una combinazione di possibili disabilità, condizioni di salute e fattori personali e ambientali.

La combinazione di disabilità può imporre limitazioni significative, come spesso accade nell'invecchiamento. I bambini possono anche avere requisiti di accesso specifici o disabilità. L'accessibilità a luoghi, spazi e attrezzature rappresenta quindi il mezzo attraverso il quale consentire e garantire a tutti la partecipazione alle attività della vita in modo attivo e autonomo. Le persone con disabilità possono avere una o più delle disabilità che seguono nei paragrafi successivi.

### **Disabilità motorie**

La disabilità motoria è la perdita parziale o totale delle capacità fisiche tra cui equilibrio, camminare, tenere e manipolare oggetti, spingere, tirare, sollevare e raggiungere. Molte attività coinvolgono più di una di queste abilità.

Le esigenze di accesso dei visitatori con disabilità motoria sono legate principalmente all'**ambiente costruito** che dovrebbe essere progettato privo di barriere e secondo i principi dell'Universal Design al fine di consentire a tutti gli utenti di muoversi in sicurezza e comfort, di utilizzare le strutture e partecipare alle attività.

**Persone con difficoltà / limitazioni nel camminare, equilibrio e forza limitata.** Questo gruppo è abbastanza differenziato dal tipo di danno. Per alcune persone, camminare in piano o su o giù per pendenze / scale è difficile. Alcune persone potrebbero avere una mobilità limitata, altre potrebbero non essere in grado di muoversi a piedi in modo indipendente. Le persone con scarso equilibrio, con resistenza e / o coordinazione ridotta sono in genere persone anziane, ma anche i bambini possono essere nelle stesse condizioni. Le persone con difficoltà di deambulazione potrebbero non essere in grado di camminare a lungo o addirittura di stare in piedi per molto tempo, si stancano rapidamente, si muovono lentamente, ecc. È più probabile che scivolino o cadano. Potrebbero aver bisogno di corrimano su entrambi i lati di una rampa o scala per il supporto. Possono avere difficoltà a camminare su superfici irregolari o sconnesse. Potrebbero aver bisogno di superfici antiscivolo. Potrebbe essere necessario noleggiare o prendere in prestito ausili per la deambulazione, sedie a rotelle o scooter disponibili in luoghi specifici. Potrebbero aver bisogno di un'altra persona che li aiuti a camminare.

**Persone con difficoltà nel maneggiare oggetti.** Le difficoltà/disabilità motorie non sono legate solo alle gambe ma anche ai movimenti di braccia, mani e dita.

Queste difficoltà possono impedire alle persone di manipolare o afferrare oggetti e di fare movimenti combinati o girare il polso, sollevare oggetti ecc. Queste persone possono anche avere difficoltà a tenere oggetti, trasportare borse e altri oggetti o girare le maniglie per aprire le porte, usare i rubinetti, ecc.

**Persone con un raggio d'azione limitato.** Il raggio d'azione dipende dall'altezza della persona, dalla sua capacità di usare le braccia e dall'equilibrio, dalla forza e/o dalla mobilità della parte superiore del corpo da seduti. È particolarmente importante avere le cose a portata di mano per chi ha limitazioni di mobilità più gravi. Per le persone su sedia a ruote il raggio d'azione è limitato dalla posizione da seduti.

## **Disabilità sensoriali.**

Questo si riferisce a disabilità in uno o più sensi: vista, udito, tatto, gusto e olfatto. Riducono la capacità di una persona di percepire, comprendere e agire in varie situazioni. Le persone che perdono uno dei sensi avanti nella vita possono trovare le loro attività gravemente limitate, mentre coloro che sono ciechi o sordi dalla nascita possono aver acquisito abilità che li aiutano a comunicare, orientarsi e svolgere le loro attività quotidiane in modo indipendente e trovare la loro strada.

Le persone con disabilità sensoriali spesso non possono viaggiare in modo indipendente e molte hanno un'altra persona: un compagno, un aiutante o un assistente che le aiuti, specialmente quando viaggiano e quando si trovano per la prima volta in un ambiente sconosciuto.

Le persone con disabilità sensoriali possono utilizzare tecnologie assistive specializzate per aiutarle a comunicare con altre persone, leggere o interpretare messaggi visivi o uditivi, orientarsi e muoversi.

**Disabilità della vista.** Le persone con problemi di vista possono essere cieche o ipovedenti. Possono essere esposte a pericoli, tra cui ferirsi camminando fuori dai sentieri, inciampando su gradini, urtando oggetti non contrassegnati o ferendosi su superfici calde o oggetti appuntiti e bordi. Se il problema della vista è combinato con problemi di equilibrio, l'individuo è esposto a rischi maggiori, tra cui la collisione con oggetti, lo scivolamento e la caduta. I visitatori con problemi di vista (non solo i non vedenti) possono utilizzare un bastone per rilevare gli ostacoli su un percorso. Alcuni possono utilizzare un cane guida (animale di servizio) per aiutarli a trovare la strada, a superare gli incroci e ad avvertirli dei pericoli. Le loro esigenze di accesso varieranno a seconda del livello di visus residuo della persona e saranno legate principalmente all'accesso alle informazioni, alla sicurezza del movimento e all'orientamento in un ambiente sconosciuto.

**Disabilità dell'udito.** Sono invisibili a prima vista. Includono perdita dell'udito parziale o sordità completa. La forza, il tono e l'intensità del suono che possono essere percepiti variano da persona a persona. Le esigenze di accesso delle persone con problemi di udito sono legate in particolare alla comunicazione e all'accesso alle informazioni. Le persone nate con problemi di udito o sordità comunicano principalmente utilizzando la lingua dei segni. Le lingue dei segni variano da paese a paese, quindi è importante saperlo ai fini dell'interpretazione. Le persone nate con problemi di udito possono avere difficoltà a scrivere e parlare a causa della difficoltà che hanno sperimentato nell'acquisizione del linguaggio.

**Disturbi del linguaggio.** Queste disabilità sono legate alla mancanza di capacità di parlare o alla disartria. Ciò può comportare difficoltà quando si tiene una conversazione con gli altri. Le persone possono essere fraintese e ciò può comportare il pericolo di non essere in grado di allertare il personale di servizio o un'altra persona quando si ha bisogno di aiuto o in caso di pericolo. Alcune persone usano la lingua dei segni per parlare o dispositivi di assistenza per migliorare o integrare il loro discorso, con una tastiera o un altro dispositivo di comunicazione. I pittogrammi possono anche servire come mezzo di comunicazione per coloro che non parlano. Avere carta e matita a portata di mano può aiutare a superare i problemi di comunicazione, in molte situazioni.

**Senso del tatto ridotto.** Queste persone possono avere danni ai nervi, paralisi o arti mancanti. Hanno problemi a percepire qualsiasi tipo di oggetto con cui devono interagire. Alcuni potrebbero non essere in grado di sentire nulla con la parte inferiore del corpo e le gambe, altri potrebbero anche avere una perdita di sensibilità nelle mani, nelle braccia e nella parte superiore del corpo. La mancanza di sensibilità può influire sulla capacità di utilizzare un touch screen o altri dispositivi che devono essere percepiti in parte con il tatto. Gli ospiti che non hanno il senso del tatto o della sensibilità possono essere a rischio di lesioni a causa di oggetti molto acuminati, molto caldi o molto freddi, poiché non reagiscono al contatto.

**Gusto e olfatto ridotti.** Quelle persone sperimentano problemi simili legati alla loro mancanza di percezione sensoriale. I principali pericoli che possono affrontare sono la mancata reazione a sostanze chimiche tossiche, altri inquinanti atmosferici pericolosi o al fumo di un incendio.

## **Disabilità cognitive, difficoltà di apprendimento e condizioni di malattia mentale**

In questa categoria molto ampia abbiamo persone con problemi di comprensione, elaborazione o utilizzo delle informazioni, persone nello spettro autistico, persone con sindrome di Asperger, persone con demenza, persone con perdita di memoria a breve termine, persone con dislessia, persone che sono per la prima volta utenti di un ambiente molto complesso e frenetico.



In generale, le persone con queste disabilità hanno difficoltà a imparare e capire come fa la maggior parte delle persone, ad accedere alle informazioni alla stessa velocità o allo stesso modo degli altri, difficoltà a seguire le istruzioni, a capire dove si trova qualcuno, a identificare le persone o a comportarsi in modo appropriato in un dato contesto.

Corrono rischi di disorientamento, di perdersi e possono sentirsi isolati. La perdita di memoria è una forma di deterioramento cognitivo. Può causare problemi di comportamento inappropriato in una determinata situazione.

Le persone con problemi cognitivi possono aver bisogno di assistenza e di informazioni semplificate e ben strutturate per consentire loro di essere al sicuro e di godersi una visita. È meglio usare segni, simboli e pittogrammi che affidarsi a parole stampate.

"Facile da leggere" è una forma di scrittura che è stata sviluppata per informare le persone con difficoltà di apprendimento in modo più semplice. Le persone che non comprendono la lingua locale possono trarre vantaggio da quanto sopra.

### **Altre persone con requisiti di accesso specifici**

È anche importante prestare attenzione ad altri gruppi di persone che possono avere requisiti di accesso specifici ma non sono inclusi interamente nelle categorie di cui sopra.

- Persone anziane
- Bambini piccoli
- Persone molto alte o molto basse
- Persone che non capiscono la lingua locale
- Persone con problemi di salute a lungo termine: epilessia, disturbi cardiovascolari, allergie e ipersensibilità, intolleranze alimentari e diete speciali, asma, ecc.





## **Unità di Apprendimento N°7 – “La progettazione di un ambiente costruito accessibile a tutti gli utenti”**

L'accessibilità nell'ambiente costruito è un diritto essenziale e fondamentale per tutti i membri della società. Fornire luoghi e spazi accessibili consente alle persone di godersi le attività quotidiane e di cogliere le opportunità che si coglie e consente loro di partecipare in modo sicuro, indipendente, conveniente, sicuro e con dignità.

I vantaggi di un ambiente costruito accessibile sono:

- Considerazione delle diverse capacità degli esseri umani
- Sicurezza e comodità per tutti
- Miglioramento della qualità della vita
- Supporta l'indipendenza degli utenti

L'ambiente accessibile include:

- Edifici pubblici e privati
- Movimento verso / all'interno / da - incluso accesso di emergenza ed evacuazione
- Spazi pubblici e strade
- Parcheggi
- Terminal dei trasporti – stazioni, porti, aeroporti ecc.
- Edifici e ambienti per il divertimento e il tempo libero; strutture culturali, educative e sportive
- Prodotti e servizi da costruzione (coperti dalla Direttiva UE sui prodotti da costruzione)
- Qualsiasi prodotto e servizio tecnologico utilizzato negli edifici, ad es. ascensori, scale mobili, tappeti mobili

**Nuovi progetti di design**, edifici e ambienti edificati possono essere accessibili a tutti gli utenti, sin dall'inizio seguendo i regolamenti edilizi e gli standard / linee guida per l'accessibilità

**Gli edifici e gli ambienti esistenti** richiedono spesso adattamenti per renderli accessibili perché sono stati progettati in un momento in cui l'accesso per tutti non era considerato una priorità.

Seguendo un approccio di Universal Design, la progettazione dell'ambiente costruito sarà accessibile e adatta alla più ampia gamma di utenti, comprese persone di diversa statura, persone con menomazioni o lesioni temporanee, persone con disabilità, persone con malattie a lungo termine, persone con allergie, famiglie con bambini piccoli, anziani e altri.

### **Abbiamo un ambiente costruito accessibile? Qual è il problema?**

Sebbene ci siano molte regole, regolamenti e standard sull'accessibilità negli stati dell'UE, l'effettiva accessibilità degli edifici e dell'ambiente non è ancora soddisfacente.



Ci sono molti esempi nell'attuale ambiente costruito in cui edifici o spazi completati non offrono un livello appropriato di accessibilità, anche in strutture di nuova costruzione.

Principali standard e linee guida esistenti

- Standard Nazionali e Linee Guida
- ISO 21542 Edilizia - Accessibilità e usabilità dell'ambiente costruito (in fase di revisione)
- ISO TC / 228 Turismo e servizi correlati (in fase di sviluppo)
- EU M420 / CEN-EN 17210-Accessibilità e usabilità dell'ambiente costruito- Requisiti funzionali (in fase di sviluppo)

Il solo fatto di seguire la legislazione e gli standard non è sempre sufficiente perché possono considerare solo requisiti minimi e la maggior parte dei professionisti non ha conoscenze e formazione specifiche per comprendere e applicare gli standard in modo appropriato nei loro progetti.

La mancanza di accessibilità è costosa da riparare, è uno spreco di finanziamenti pubblici e - fondamentale, nega a molti cittadini dell'UE il diritto alla libera circolazione e all'accesso a edifici e servizi.

Il modulo presenta alcune delle barriere di accesso comuni affrontate dagli utenti, seguite da esempi di buone pratiche nelle nuove costruzioni e adattamenti di ambienti ed edifici esistenti.



## **Unità di Apprendimento N°8 – “Comunicazione con le persone con disabilità e con altre esigenze specifiche di accessibilità; “galateo” del turismo accessibile”**

Molte persone impiegate nei servizi al pubblico della loro azienda sono preoccupate per la possibilità di dover interagire con clienti con disabilità o specifici requisiti di accesso. Temono di fare errori, di essere fraintese, di apparire scortesi o sgarbate, in altre parole si sentono inadeguate per una comunicazione di qualità con i loro clienti.

La formazione è essenziale per permettere loro di affrontare il problema. Se opportunamente formate sulle potenziali esigenze dei loro ospiti disabili e se in grado di gestire qualsiasi richiesta, il contatto sarà appropriato e apprezzato ed esse saranno sicure nel comunicare. E' anche molto importante conoscere in che modo le componenti del servizio turistico sono collegate nella cosiddetta “catena dei servizi turistici” che evidenzia le relazioni complementari che esistono fra di loro. Allo scopo di attrarre i turisti è necessario fornire un'ampia gamma di prodotti, distintamente ricettivi (ristorazione e alloggio), intrattenimento, divertimento, sport, cultura, trasporti ed essere in grado di soddisfare le diverse richieste dei clienti. E' necessario comprendere che ogni elemento della catena influenza e dipende dagli altri: se uno degli elementi è debole, dal punto di vista della qualità o dal punto di vista della fruibilità, la vacanza può essere fortemente compromessa nel suo complesso.

Chi sono i clienti?

I turisti con specifiche esigenze di accesso e le persone anziane non costituiscono un gruppo omogeneo. Essi possono avere diverse esigenze e diversi bisogni, in stretta relazione con il tipo di vacanza che stanno programmando. Innanzitutto, essi sono e vogliono essere considerati come **TURISTI** che stanno selezionando la destinazione delle loro vacanze come qualsiasi altro turista. Non rappresentano un gruppo chiuso, le loro motivazioni di viaggio e le loro abitudini di acquisto non differiscono in modo significativo da quelle degli altri viaggiatori. Tuttavia alcune specifiche esigenze devono essere prese in considerazione allo scopo di garantire la possibilità di godere pienamente della loro vacanza e del loro tempo libero. Le specifiche esigenze di ogni individuo devono essere perfettamente chiare per poter offrire un servizio di qualità.

E' necessario entrare in relazione e comunicare con gli ospiti con mente aperta, libera dalle leggende e dai pregiudizi sulle persone con disabilità che molto frequentemente creano barriere comportamentali.

Consideriamo le tre principali affermazioni sulla **DISABILITA'**:

1. Non è una malattia
2. Non significa non essere autonomi
3. Non rende le persone diverse dentro

e poi seguiamo i principi fondamentali di una buona accoglienza:

1. Rispettate sempre la dignità della persona
2. Considerate la persona e non la disabilità
3. Parlate direttamente al cliente e NON ad un assistente o un accompagnatore
4. Non date per scontato come comportarsi: chiedete al cliente e seguite le sue istruzioni
5. Non aiutate ad ogni costo: prima chiedete e attendete fino a quando la vostra offerta sarà accettata

Un minimo di flessibilità accompagnata da chiarezza e cortesia dovrebbe essere la chiave per la buona gestione di molte situazioni complesse che possono presentarsi a contatto con una persona con esigenze specifiche:

- a) Alcuni clienti possono avere bisogno di una maggiore quantità di tempo per fare o dire qualcosa. Se non avete capito ciò che è stato detto, chiedete di nuovo
- b) Le informazioni possono essere fornite in diversi formati (testo elettronico, caratteri di grandi dimensioni, braille o audio)
- c) Descrizione verbale della disposizione di un'area che include degli ostacoli come scale o mobilio, se il cliente ha una menomazione visiva
- d) Considerate gli animali di assistenza come un supporto essenziale per ogni cliente da loro accompagnato. Gli animali sono ammessi in tutti gli spazi pubblici e i pubblici trasporti e questo diritto è garantito per legge. Non li disturbate perché sono animali ben addestrati che lavorano
- e) Assicuratevi che le persone su sedia a ruote e le persone di bassa statura possano raggiungere sportelli o tavoli. Se ciò non è possibile, individuate una zona per sedervi per poter parlare al cliente in modo da mantenere il contatto visivo
- f) Scegliete la giusta posizione per parlare al cliente con menomazione acustica, senza urlare o esagerare nei gesti. Le situazioni critiche sono spesso riconducibili ad una attitudine scarsamente flessibile, all'assenza di aiuti e facilitatori (segnali acustici luminosi, semplice e chiara segnaletica grafica)
- g) Non considerate la Lingua dei Segni utilizzabile in ogni situazione perché è un linguaggio nazionale; per una comunicazione efficace sia il cliente che il fornitore del servizio devono conoscere ed usare lo STESSO linguaggio.

### Galateo della disabilità

Quando ci si rivolge ad un cliente con disabilità, è necessario usare un linguaggio e una terminologia appropriati, evitando espressioni e parole che potrebbero essere particolarmente irritanti se non offensive. Per esempio, termini come "handicappato" o "invalido", "storpio", "limitato" dovrebbero essere evitati. E' preferibile usare termini come "persona con disabilità", o "persona con mobilità ridotta".

Durante la conversazione non dovrete sentirvi a disagio nell'usare espressioni come "ci vediamo dopo", se l'ospite è cieco, E' molto probabile



che sia lui o lei ad usare la stessa espressione. Nella conversazione è necessario concentrare l'attenzione **SULLA PERSONA E NON SUL SUO ASPETTO**. E' sempre auspicabile l'uso di un linguaggio semplice, per esempio è meglio evitare acronimi, abbreviazioni, codici, espressioni in dialetto.

In generale

- Disponibilità e cortesia sono sempre gradite
- E' meglio avere un atteggiamento naturale, se ci si sente imbarazzati è importante ricordare che è normale; non c'è ragione di preoccuparsi per questo. Nelle relazioni con clienti disabili non ci sono particolari esigenze: solo professionalità e qualità in risposta ai diversi bisogni.
- Quando si parla è importante evitare l'uso di codici almeno nel contatto diretto: per esempio nel caso del personale di una compagnia aerea è preferibile non parlare di una sedia tipo W CHC (Sedia a ruote di tipo C) ma di un passeggero in sedia a ruote di tipo C.
- Quando non è possibile soddisfare le richieste del cliente con specifici requisiti di accesso è preferibile spiegarne le ragioni senza imbarazzo
- Non bisogna trattare gli adulti come bambini;

Facciamo in modo che le persone con menomazioni visive possano esplorare l'ambiente e gli oggetti al tatto.



## **Unità di Apprendimento N°9 - “Customer Care”**

Definire il concetto di Servizio Clienti non è semplice; esso comporta molte diverse strategie ed azioni che conducono ad un principio generale: il rapporto tra un'impresa e i suoi utenti per la soddisfazione degli ultimi.

Al Servizio Clienti è necessario affiancare anche il concetto di Gestione delle Relazioni con i Clienti (CRM): esso descrive una strategia aziendale che, basata su una filosofia aziendale e una cultura aziendale orientate verso il cliente, mira ad uno stile di gestione delle relazioni con i clienti che porterebbe ad un vantaggio competitivo e un aumento della redditività per l'impresa.

Quindi la Soddisfazione del Cliente diventa l'obiettivo primario di ogni servizio fornito dall'azienda, ponendo il Cliente al centro di tutte le scelte e di tutte le decisioni.

Tecnicamente parlando la Gestione delle Relazioni con i Clienti è l'insieme di ogni singolo punto di contatto con ogni singolo cliente- telefonate, e-mail, ordini, che si attiva ogni volta che si ha bisogno di comunicare con il cliente.

Si possono vedere le risposte precedenti del proprio team, gli argomenti e quello che è stato fatto. La Gestione delle Relazioni con i Clienti non è importante solo per immagazzinare le informazioni sui clienti, ma anche per migliorare il servizio clienti nel complesso. Una elevata qualità del servizio clienti crea clienti fedeli, anche se oggi i clienti sono meno inclini a restare fedeli ad una particolare azienda. La ragione risiede nel fatto che la possibilità di scelta per il consumatore è aumentata in modo esponenziale. I cambiamenti demografici ed economici uniti ai progressi delle tecnologie digitali stanno cambiando il comportamento del cliente più rapidamente rispetto alla rapidità delle risposte di molte grandi aziende. Questi cambiamenti generano delle notevoli opportunità per le aziende più agili e lungimiranti. Per rimanere all'avanguardia, le aziende più avanzate stanno trasformando le loro attività in imprese digitalmente abilitate e connesse, incentrate sul cliente e capaci di rispondere ai bisogni del cliente. Il progresso digitale e le crescenti aspettative del cliente stanno creando dei mercati in rapido mutamento dove la fidelizzazione viene difficilmente ottenuta e facilmente persa. Se i clienti non trovano quello che vogliono, andranno da qualcuno che li soddisfi.

La situazione è in qualche modo differente nel caso di imprese e strutture che offrono servizi turistici per clienti con specifici requisiti di accesso: infatti, questo tipo di turista può dimostrare un più elevato livello di fidelizzazione, collegata più all'effettiva rispondenza dell'offerta ai suoi bisogni che ad una generalizzata libertà di scelta.

Grazie ad Internet, ma anche grazie ad altre più moderne fonti di informazione come ad esempio informazioni tra pari nei social networks, molto importanti per questo tipo di mercato, i clienti con disabilità hanno accesso a molte più informazioni rispetto al passato e si sentono più forti e le loro scelte sono più concentrate sui loro reali desideri.

Una efficace assistenza Clienti dovrebbe seguire le seguenti regole “auree” per ottenere i risultati previsti, non importa quanto difficile possa essere:

1. Il Servizio Clienti è il lavoro di ognuno: ogni contatto con il cliente è importante. I Clienti non fanno differenza tra le diverse persone che operano in un'azienda. Non si curano dei ruoli. Ognuno rappresenta l'azienda ed è giudicato per il suo comportamento.
2. Fai domande ed ascolta le risposte: se conosci meglio il tuo cliente e le sue esigenze puoi evitare incomprensioni, errori e migliorare la relazione
3. Prometti solo ciò che puoi mantenere. Non c'è nulla di peggio che creare aspettative che non sono possono essere soddisfatte dal servizio fornito. Al contrario, fornire un eccellente servizio può far guadagnare più clienti e mantenerli
4. Il potere magico delle scuse: se qualcosa va storto è importante far capire al cliente che l'Azienda si preoccupa davvero e intende trovare delle soluzioni appropriate
5. Considera le risorse umane dell'azienda: esse devono avere familiarità con il prodotto/ servizio che stanno offrendo ai clienti. Non c'è nulla di più fastidioso che trovare qualcuno insicuro di ciò di cui sta parlando. Ecco dove la formazione gioca un ruolo decisivo nel costruire l'immagine di buona qualità ed affidabilità dell'Azienda. L'Azienda deve dare al personale la motivazione più efficace e corretta.



Oggi la voce del cliente ha un crescente numero di sbocchi sia attraverso i social media sia attraverso diversi tipi di siti web. Twitter, Facebook, la sezione dei commenti di un sito web, i siti di punteggio del servizio clienti possono costituire potenzialmente il punto di ingresso di un circolo virtuoso mentre una brutta esperienza, descritta attraverso gli stessi media, può creare un circolo molto negativo e conseguentemente risultati critici per l'azienda.

Per evitare che una brutta esperienza, una disaffezione del Cliente o delle lamentele possano danneggiare l'immagine e l'attività dell'azienda è necessario mettere in pratica delle tecniche che aiuteranno l'Azienda a

comprendere la ragione delle lamentele e delle situazioni critiche, a risolverle e quindi a migliorare complessivamente la qualità del servizio.

La tecnica del Problem solving può essere definita come l'arte di risolvere i problemi attraverso l'uso di tecniche che consentono di ottenere la massima efficacia ed efficienza e quindi di risolvere il problema.

Di fronte a un problema che dobbiamo risolvere, continuare con l'uso della stessa struttura di pensiero che ha generato il problema è naturalmente improduttivo.

Dobbiamo identificare qualcosa che non abbiamo ancora considerato, aprire le nostre menti a possibilità che non abbiamo ancora esplorato, facendo evolvere il nostro modo di pensare da un livello in cui non siamo in grado di risolvere il problema ad un livello più elevato in cui siamo in grado di comprendere la situazione.

I migliori strumenti per fare questo sono le domande

Tuttavia, devono essere domande produttive perché devono aiutare a risolvere il problema. Una buona domanda da farsi è sempre:

"Come posso risolvere questa situazione?"

Tutte le domande che iniziano con "Come posso...?" vanno nella giusta direzione.

È importante prendere in considerazione fasi specifiche:

- a) **INDIVIDUAZIONE DEL PROBLEMA:** Rendersi conto che si è creata una situazione spiacevole
- b) **IMPOSTAZIONE DEL PROBLEMA:** Definire il problema - porre domande **PERCHÉ?**
- c) **ANALISI del problema:** Dividere il problema principale in problemi secondari
- d) **RISOLUZIONE DEL PROBLEMA:** Eliminare le cause e rispondere alle domande

A questo punto dovrebbero essere sviluppate altre due fasi essenziali del Problem Solving: il compito del Problem Solving è quello di trasformare un problema ben definito in un progetto da gestire. Se l'impostazione del problema individua cosa fare, la soluzione del problema individua come farlo.

- e) **DECISIONE:** decidere di agire in base alle risposte ottenute
- f) **PRENDERE DECISIONE:** passare all'azione

Applicare i risultati alle regole e alle procedure dell'azienda è quindi una strategia vincente.



## **Unità di Apprendimento N°10 - “Gestione degli imprevisti”**

Anche un viaggio molto attentamente programmato per un turista con specifiche esigenze di accesso può incontrare problemi che potrebbero non essere stati previsti al momento della prenotazione, dell’attuazione dell’escursione o del soggiorno nella sua destinazione finale. Un turista che viaggia con una disabilità deve essere ben preparato per affrontare qualsiasi tipo di imprevisto che possa capitare alla sua attrezzatura o alla sue condizioni specifiche, che provano di essere ben lontani da ciò che era stato promesso dall’agenzia o dagli organizzatori del viaggio.

Ci possono essere eventi eccezionali, sia di natura privata (ferirsi durante il viaggio e avere bisogno di cure mediche) o di natura più generale come ad esempio tragici eventi naturali o situazioni di disordine sociale che potrebbero richiedere delle azioni volte a garantire la sicurezza del cliente e la prevenzione di danni personali.

Anche se pianificate con la massima attenzione e la massima cura del dettaglio, le informazioni raccolte prima di partire molto spesso possono essere imprecise se non completamente errate, le abitudini e/o la legislazione nel luogo di destinazione potrebbero non garantire le stesse esperienze di uguaglianza che le persone potrebbero avere a casa, il personale che fornisce i servizi potrebbe non essere formato abbastanza per sistemare le cose.

L’onere maggiore nell’evitare o nel risolvere situazioni scomode ricade sul personale: esso deve sapere cosa fare nelle situazioni critiche, deve sapere in che modo il servizio che sta offrendo è collegato o dipende dagli altri elementi della Catena dei Servizi Turistici, deve sapere come interagire con enti pubblici o privati che possano garantire una soluzione, ma soprattutto deve essere pienamente consapevole delle esigenze dei propri potenziali clienti.

La collaborazione con il cliente nell’identificare una soluzione che possa essere accettabile è essenziale.

Le risorse umane, a partire dalla Dirigenza fino agli esecutori di compiti specifici devono sapere come è stato organizzato il viaggio del cliente, chi è stato o chi è il responsabile per la corretta esecuzione del servizio di sua competenza e come contattare gli enti esterni al comparto turistico, ad esempio ospedali, compagnie assicurative, dipartimenti di polizia e organizzazioni pubbliche del turismo che sono istituzionalmente deputati ad intervenire quando si verificano specifiche situazioni o criticità.

Le situazioni impreviste possono essere divise in vari fondamentali gruppi:

1. Gli eventi che interessano l’autonomia del cliente come la perdita o il danneggiamento di ausili tecnici, nessuna sostituzione o parte di ricambio disponibile, nessuna possibilità di affitto, rifiuto di accettare animali di servizio all’interno delle strutture turistiche. La cancellazione o il ritardo di servizi che potrebbero danneggiare la regolare prosecuzione dell’intero viaggio.

In questi casi è importante cercare delle alternative ed essere preparati a coprire possibili costi aggiuntivi.

Per quanto riguarda gli animali di servizio, il fornitore di servizi deve fare riferimento all'autorità locale in grado di far rispettare la legge.

2. Le situazioni logistiche che impediscono al cliente di utilizzare in assoluta comodità (accessibilità, fruibilità) le strutture prenotate come ad esempio certe strutture ricettive i cui allestimenti sono totalmente o parzialmente non rispondenti a specifiche esigenze di accesso del cliente. E' importante considerare che tutte le strutture di un albergo (camera da letto, ristorante, ascensore, stanza da bagno, spa, piscina, sala conferenze, etc.) devono essere utilizzabili senza creare problemi di accesso o situazioni imbarazzanti.

Se, per qualsiasi ragione, ciò che è stato prenotato e pagato si rivelerà non adeguato, il gestore della struttura deve trovare un'alternativa adeguata, offrirla al cliente e aspettare la sua approvazione. I possibili costi aggiuntivi devono essere coperti o dalla struttura stessa o dall'Agenzia di viaggi/servizio di prenotazione online attraverso i quali il servizio è stato organizzato.

3. Problemi medici o di salute. Ogni turista viaggia normalmente con una scorta di medicinali/farmaci che potrebbero servire nel corso dell'intero viaggio. I turisti possono anche avere un'assicurazione medica che copre le principali esigenze mediche nel corso del viaggio, inclusa la possibilità di tornare a casa in situazione di emergenza.

Alcune situazioni impreviste possono tuttavia accadere durante il viaggio:

- a) Ammalarsi
- b) Ferirsi nell'uso di trasporti pubblici, o nella stanza stessa, o durante le visite turistiche
- c) Evacuazioni di emergenza a causa di incendio o fughe di gas, terremoti, inondazioni etc.
- d) Avere una reazione allergica al cibo, in caso di grave intolleranza

In tutti questi casi è importante chiamare immediatamente un dottore o un'ambulanza se la situazione è molto grave e organizzare il trasferimento presso il più vicino ospedale.

Di conseguenza tutti i numeri di riferimento e le persone di contatto a cui richiedere l'intervento, devono essere ad immediata disposizione del personale del fornitore dei servizi.

Anche se preparati nelle basi del primo soccorso è meglio aspettare i dottori e gli infermieri. Quando è richiesta un'evacuazione, non si deve spostare il cliente da soli; ciò potrebbe essere contrario ad alcune leggi nazionali.

Sarà anche importante verificare le condizioni di ogni Assicurazione Sanitaria, la sua copertura e le regole applicabili nel paese.

In generale le regole d'oro saranno:

- Essere consapevoli di tutti i dettagli del viaggio del cliente ed avere i contatti di tutti i relativi agenti che forniscono ogni componente del viaggio
- Mantenere la calma, analizzare la situazione, ascoltare il cliente e rassicurarlo sul fatto che si è là per risolvere il problema. E' importante ricordare che deve essere identificata una soluzione



- Essere preparati ad avviare le procedure di emergenza non appena possibile e a collegarsi con la persona giusta e con l'organizzazione che aiuterà a trovare una soluzione

Affrontare le situazioni impreviste e gestirle in modo che il cliente non patisca nessun disagio è parte del livello di qualità del servizio a cui mira ogni operatore turistico, sia privato che pubblico. Le risorse umane costituiscono una componente essenziale dell'offerta di qualità e il loro impegno deve essere valutato come una risorsa importante a vantaggio della loro attività.



## **MODULO N° 3 - “Valutazione dell’accessibilità”**

### **Unità di Apprendimento N°11 - “Schemi informativi sull’accessibilità”**

Che cos’è uno Schema Informativo sull’Accessibilità’?

- una fonte di informazione e comunicazione che mira ad assicurare la qualità dei beni materiali forniti nelle destinazioni turistiche
- può essere gestito da imprese pubbliche o private o da Organizzazioni non Governative destinate a soddisfare il bisogno di informazioni sull’accessibilità da parte di turisti con disabilità o di persone con altri requisiti di accesso

Uno Schema Informativo sull’Accessibilità dovrebbe rispondere alla domanda di ogni potenziale visitatore “E’ accessibile PER ME?”

Raccogliere e presentare informazioni e dati sull’accessibilità richiede un lavoro dettagliato e, nelle grandi strutture, può essere un compito complesso. Quindi, richiede un approccio strutturato. Ci sono molti diversi Schemi Informativi sull’Accessibilità che utilizzano diversi strumenti di raccolta dati e modi di presentazione dei dati.

#### **Alcune domande chiave da considerare**

- A chi si riferiscono i requisiti di accesso?
- Le informazioni sull’accessibilità sono per un solo tipo di utente o per molti? Come possiamo fidarci delle informazioni?
- Chi raccoglie le informazioni e come ha fatto a raccoglierle?
- Le informazioni sono affidabili, aggiornate, precise, pertinenti? Chi controlla le informazioni?

Sono stati esaminati alcuni esempi di Schemi Informativi sull’Accessibilità e le loro caratteristiche, tra cui i siti di prenotazione "mainstream" e i fornitori specializzati di informazioni turistiche accessibili: Hotels.com, Booking.com, TripAdvisor.com, Ewan's Guide, Accessaloo, Eating Out-Venue Guide, Pantou, The Accessible Directory.

**Pantou** è lo schema informativo sull’accessibilità delle strutture turistiche sviluppato da ENAT e EWORX nell’ambito di uno studio europeo.

- Originariamente finanziato dalla Commissione Europea
- Supporta le piccole e medie imprese del turismo che hanno servizi accessibili
- Comprende oltre 70 tipi di servizi, ad esempio siti del patrimonio culturale, alloggi, noleggio di attrezzature, guide turistiche, trasferimenti.
- Copre TUTTI i tipi di clienti e tutti i requisiti di accesso
- Oltre 900 fornitori accessibili già registrati
- Gratuito per le aziende, il settore pubblico e i visitatori



Pantou lavora con oltre 30 Schemi di Informazione sull'Accessibilità che permettono ai loro membri di registrarsi gratuitamente nell'elenco di Pantou

**I fornitori di servizi turistici** che sono certificati o etichettati da uno schema informativo sull'accessibilità possono indicare il nome dello schema da cui sono certificati durante il processo di registrazione a Pantou. Questo permette ai potenziali visitatori di verificare che l'accessibilità del luogo o del servizio sia adatta a loro.

I fornitori di servizi che non hanno uno Schema Informativo sull'Accessibilità nella loro città, regione o paese, **dovrebbero redigere e caricare una dichiarazione di accesso Pantou** utilizzando il questionario di "autovalutazione" e il modello WORD fornito dal sito.



## **Unità di Apprendimento N°12 - “Dichiarazioni di accessibilità e strumenti di raccolta dei dati”**

Una dichiarazione di accessibilità è un documento scritto da un fornitore di servizi (o da un agente incaricato) che descrive le caratteristiche di accessibilità di un servizio e/o di una struttura turistica, nel modo più oggettivo e concreto possibile.

In alcuni paesi o regioni viene utilizzato il termine "Guida all'accesso" o "Guida all'accessibilità". Significa la stessa cosa.

La Dichiarazione di Accesso è utilizzata per informare i potenziali clienti o visitatori sull'accessibilità del locale e/o del servizio ed è particolarmente utile come strumento di pianificazione per i visitatori che hanno specifiche esigenze di accesso.

Una dichiarazione di accessibilità si basa su una lista di controllo che viene utilizzata per descrivere o misurare l'accessibilità di un locale, di una proprietà o di un servizio per i visitatori.

I requisiti di accessibilità sono relativi a tutti gli utenti con varie disabilità e/o altri requisiti di accesso, come le persone con limitazioni e disabilità motorie, le persone con disabilità uditive, visive o cognitive, gli anziani, le famiglie con bambini piccoli e altro ancora.

Le informazioni sull'accessibilità fornite nelle dichiarazioni di accesso sono molto importanti per gli utenti con requisiti di accesso specifici.

Esse consentono a loro, alla loro famiglia e ai loro amici di prendere decisioni informate sulle loro visite in base alle loro esigenze, garantendo una visita e un'esperienza più sicura e di migliore qualità.

Una dichiarazione di accesso può essere di due tipi:

- 1) Effettuata da esperti dell'accessibilità individualmente o attraverso uno schema di informazioni sull'accessibilità. Le informazioni fornite attraverso tali “Access Statements” sono accurate e affidabili.
- 2) Autovalutata. Le Dichiarazioni di Accesso autovalutate sono fornite dagli operatori turistici/proprietari di aziende che non hanno conoscenze specifiche sull'accessibilità, ma possono essere quanto più possibile utili, a seconda della consapevolezza e dell'eventuale breve formazione del proprietario o del personale responsabile.

Avere una dichiarazione di accesso fornisce un'opportunità di marketing per un'azienda per raggiungere un mercato più ampio e dà ad un'azienda vantaggi competitivi, consentendo ai visitatori di prendere decisioni informate, sapendo se un locale e le sue strutture sono adatte a loro.

Le foto possono essere utilizzate nelle dichiarazioni di accessibilità come un ulteriore modo per informare le persone con requisiti di accesso specifici. Queste devono essere scattate per mostrare caratteristiche specifiche che sono di interesse fondamentale per il visitatore.



Anche I link ai video che mostrano l'accessibilità dell'azienda, ospitati su YouTube e Vimeo, sono a molto utili come fonti di informazione per tutti i potenziali visitatori e soprattutto per quelli con requisiti di accesso specifici.

Per compilare una dichiarazione di accessibilità sono necessari i seguenti strumenti di raccolta

- Modello di dichiarazione di accessibilità con domande/checklist a cui si deve rispondere.
- Istruzioni (se presenti) su come rispondere alle domande nella checklist.
- Guida alla misurazione e alle foto
- Metro a nastro
- Fotocamera
- Blocco note o tablet

Nelle presentazioni, vengono illustrati alcuni esempi di Dichiarazioni di accessibilità per illustrare i principi sopra descritti.

Nelle slide di presentazione dell'Unità di apprendimento, il modello "Pantou Access Statement" viene spiegato, sezione per sezione, indicando i diversi tipi di dati e informazioni da raccogliere e inserire nel modulo.

Questo modello sarà essere utilizzato dai discenti in un esercizio pratico di gruppo, quando verrà effettuato un controllo di accessibilità in una struttura turistica (Unità Didattica 13).



## **Unità di Apprendimento N°13 - “Realizzazione di una dichiarazione di accessibilità, tecniche di auditing”**

Questo esercizio sarà effettuato utilizzando lo strumento di raccolta Pantou e la sua lista di controllo.

Nell'intervista con il responsabile o il proprietario dell'edificio o della struttura e la persona responsabile dell'accessibilità (se presente) è importante identificare.

- Politica di gestione dell'accessibilità
- Aree da controllare
- Servizi offerti ai clienti

Gli studenti dovrebbero aver studiato in anticipo la Guida alle foto e alle misurazioni e dovrebbero anche essere equipaggiati con gli strumenti di misurazione appropriati, ad esempio metro a nastro, macchina fotografica, ecc.

### **Aree chiave da utilizzare come esempi nell'esercizio**

1. Caratteristiche comuni di edifici e strutture, ad es. ingresso, reception, servizi igienici ad uso pubblico, elementi di circolazione orizzontale e verticale (come corridoi, ascensori, scale ...)
2. Aree funzionali specifiche in base all'uso previsto dell'edificio o della struttura (ad es. aule in un edificio scolastico, camere in un hotel, zona pranzo in un ristorante)

Sul posto:

- Il gruppo è diviso in squadre più piccole per misurare, descrivere e registrare i dati per diverse aree dell'edificio/struttura, utilizzando la lista di controllo
- Il formatore supervisiona e guida i gruppi durante le misurazioni

Ogni edificio / luogo è un caso diverso e alcune caratteristiche o problemi di accesso potrebbero non essere completamente rilevati dalla lista di controllo. Per questo motivo, eventuali problemi specifici o situazioni / ostacoli imprevisti che possono essere riscontrati durante la verifica saranno spiegati dal formatore e verranno fornite ulteriori indicazioni.

Le foto vengono utilizzate per illustrare le caratteristiche di accessibilità e gli eventuali ostacoli al fine di migliorare le informazioni per gli utenti della guida.

I problemi di accessibilità che possono essere stati identificati dovrebbero essere descritti brevemente ed evidenziati come commenti, per garantire informazioni oggettive e affidabili utili al visitatore.



## **MODULO N° 4 - “Informazione e comunicazione”**

### **Unità di Apprendimento N°14 – “Fornire informazioni ai clienti con esigenze specifiche di accessibilità”**

Questa unità di apprendimento si concentra su come i fornitori di servizi turistici possono fornire informazioni sull'accessibilità ai clienti con esigenze specifiche di accesso.

I turisti con esigenze specifiche di accesso hanno bisogno di informazioni molto specifiche e concrete sulle condizioni di accessibilità che incontreranno nella struttura.

Pertanto, è importante garantire che le informazioni sull'accessibilità siano disponibili e che siano fornite in modo semplice e chiaro. Dovrebbero anche essere verificate da un esperto in materia di accessibilità e aggiornate. È essenziale prestare attenzione alla forma delle informazioni per garantire che le informazioni stesse siano accessibili alle persone con diverse esigenze di comunicazione.

Considerando il motivo per cui le persone acquistano prodotti e servizi di viaggio, possono esserci molte ragioni, ma, in particolare, i clienti sono motivati a trovare prodotti e servizi che offrano loro un'adeguata accessibilità, in modo sicuro ed inclusivo.

Nel momento in cui si propone di informare il cliente sull'accessibilità, il fornitore di servizi turistici deve "mettersi nei suoi panni". Ciò significa considerare innanzitutto ciò che il cliente già conosce delle proprie esigenze di accesso. Migliore è la comprensione delle esigenze dei propri clienti e migliore sarà la possibilità di informarli sui problemi di accessibilità che li riguardano.

Le capacità e le menomazioni degli utenti stabiliscono determinati requisiti relativamente al modo in cui le informazioni vengono loro fornite e stabiliscono di quali informazioni hanno bisogno. I fornitori di servizi turistici devono prendere in considerazione le diverse limitazioni e i diversi requisiti che riguardano le disabilità, le menomazioni o le condizioni di salute e di altro genere presentate dai visitatori.

Nei canali di informazione come i siti web ci sono cinque fattori critici su cui riflettere; le informazioni dovrebbero essere 1) facili da trovare 2) accessibili 3) affidabili 4) accurate e 5) aggiornate.

Ricordando il Viaggio del Visitatore (descritto nei moduli precedenti), i fornitori dovrebbero considerare l'importanza dell'accessibilità delle informazioni in tutte le fasi del viaggio: ricerca, pianificazione e prenotazione, accesso alle informazioni durante il viaggio, durante il soggiorno a destinazione e la fruizione delle esperienze e, poi, possibilità di condividere con gli altri le informazioni sulle esperienze dopo il ritorno a casa.

L'unità di apprendimento prende in considerazione un'analisi dei dati degli utenti da parte di Google che si riferisce alle loro "Cinque fasi di viaggio", che corrispondono strettamente al Viaggio del Visitatore.

Ci sono quattro passi importanti o principi generali nella progettazione della forma dell'informazione e del contenuto. Fase A. Percezione, Fase B. Reperibilità, Fase C. Comprensione e Fase D. Uso delle informazioni.

I fornitori di informazioni devono sviluppare contenuti che corrispondano alle capacità percettive degli utenti e che consentano loro di scoprire le informazioni e di comprenderle correttamente. Essi dovrebbero scegliere il layout, lo stile e il contenuto delle informazioni permettendo ai clienti di decidere come utilizzare e agire sul contenuto che viene presentato.

L'unità didattica presenta, a titolo di esempio, le informazioni sull'accessibilità fornite da Barcelona Turisme, mostrando il loro sito web specializzato per il Turismo Accessibile.

Il sito web offre una panoramica completa delle disponibilità della città in relazione a Cosa visitare, Trasporti, Dove dormire e Altri servizi. Il sito web utilizza pittogrammi che mostrano informazioni per gli utenti con disabilità visive, uditive, motorie o cognitive. Una sottosezione del sito contiene una funzione di ricerca delle attrazioni turistiche che permette agli utenti di selezionarne tipi specifici e di visualizzare un elenco di caratteristiche di accessibilità per ciascuno di essi. Le informazioni presentate entrano in molti dettagli per i diversi gruppi di utenti interessati. Un esempio di luogo accessibile è un teatro all'aperto. Per ogni attrazione turistica, la pagina web di Barcellona Turisme fornisce un modulo di feedback per i visitatori che può essere utilizzato per inviare commenti al sito web, consentendo agli utenti di fornire informazioni, ad esempio su questioni di accessibilità o problemi incontrati.

Ulteriori informazioni su come fornire informazioni ai clienti con requisiti di accesso sono riportate in due risorse chiave: 1) Le raccomandazioni dell'UNWTO (United Nations World Tourism Organization) sulle informazioni accessibili nel turismo; e 2) il Toolkit dell'autorità nazionale irlandese per i disabili sul coinvolgimento dei clienti nel turismo.

## **Unità di Apprendimento N°15 - “Le migliori tecniche per i diversi media”**

Questa unità didattica si concentra su 1) Come rendere le informazioni accessibili, comprensibili e utilizzabili dal maggior numero possibile di visitatori; e 2) Come progettare informazioni accessibili in diversi formati e distribuirle attraverso diversi canali informativi.

Il riferimento principale per questa unità di apprendimento è il "Toolkit on Universal Design for Customer Engagement in Tourism Services", sviluppato dalla Irish National Disability Authority e dal Centro di Eccellenza per il Design Universale di Dublino.

Il kit di strumenti di progettazione universale si basa su uno standard irlandese per la guida all'uso del design universale per migliorare l'impegno tra i fornitori di servizi turistici e i loro clienti. Si riferisce a: Comunicazioni elettroniche, Comunicazioni scritte, Comunicazioni telefoniche e Comunicazioni faccia a faccia - presentando consigli e indicazioni su come rendere il processo di comunicazione più facile e più efficace sia per il fornitore di servizi turistici che per il cliente.

In questa unità di apprendimento vengono presentati due brevi video che spiegano come le imprese irlandesi hanno tratto vantaggio dall'utilizzo del kit di strumenti sul design universale per il coinvolgimento dei clienti nei servizi turistici. Dagli studi effettuati dal centro di eccellenza nel design universale si evince che:

il 52% dei clienti acquista di più dall'azienda come risultato di una buona esperienza del cliente

il 58% dei clienti ha più probabilità di raccontare ad altri le proprie esperienze di servizio clienti oggi rispetto a cinque anni fa e

Il 24% dei clienti continuerà ad utilizzare i fornitori di servizi per due o più anni dopo una buona esperienza

Creare una buona esperienza per il cliente è una parte fondamentale della fornitura di Turismo Accessibile, e in questo processo il modo in cui le comunicazioni sono progettate è estremamente importante.

Partendo dalle comunicazioni elettroniche, l'unità di apprendimento descrive "10 consigli essenziali per i contenuti web". Molte di queste caratteristiche sono spiegate con esempi tratti dal toolkit.

Considerando la scrittura per il web vengono presentate una serie di linee guida che aiutano a presentare le informazioni in modo chiaro, coerente e conciso.

Per la comunicazione telefonica e video faccia a faccia è molto importante usare un linguaggio semplice per pensare a ciò che si dice, parlare chiaramente, parlare lentamente e mantenere i messaggi semplici. In una conversazione, il personale del turismo dovrebbe ascoltare e rispondere al cliente e non finire le frasi dei clienti! Sono descritti anche altri suggerimenti.



Le informazioni scritte giocano un ruolo chiave in qualsiasi attività turistica. Il design del documento è descritto con esempi relativi alle immagini, alla dimensione dei caratteri, al contrasto di colore e al layout.

L'Unità Didattica si conclude con i consigli chiave che sono stati dati nella precedente Unità Didattica (14) per quanto riguarda il design della comunicazione:

Fase A. Percepire - l'utente può percepire le informazioni; quali formati, quale stile?

Fase B. Scoprire - l'utente può scoprire le informazioni che sta cercando?

Fase C. Capire - l'informazione è in una forma che l'utente può capire?

Fase D. Uso - l'utente è in grado di agire, sulla base delle informazioni fornite?



## **Unità di Apprendimento N°16 - “Marketing dell’accessibilità”**

Questa unità di apprendimento si concentra su come commercializzare l'accessibilità di luoghi, prodotti e servizi turistici per turisti con disabilità e/o persone con specifiche esigenze di accesso. Spiega come gli ospiti cercano l'accessibilità, i diversi canali di comunicazione disponibili e cosa spinge i turisti a prenotare. L'unità include esempi di buone strategie e pratiche di comunicazione da parte delle destinazioni turistiche e delle imprese di tutta Europa.

L'Unità Didattica non esamina la dimensione o il valore del mercato del Turismo Accessibile, che è stato trattato in precedenza. In questo caso, l'attenzione si concentra su come presentare le informazioni sull'offerta e coinvolgere i clienti in modo efficace utilizzando i canali più appropriati.

Si osserva, come nella precedente Unità di Apprendimento, che è particolarmente importante per le persone con requisiti di accesso che le informazioni siano facili da trovare, accessibili, affidabili, accurate e aggiornate.

Sei strumenti chiave di marketing sono elencati come segue A. la propria dichiarazione di accesso o guida all'accessibilità, B. un sito web accessibile, C. social media, D. Apps, E. Blogger e canali di recensioni di viaggi, e F. agenzie e operatori specializzati in annunci.

(A) e (B) La Guida all'accessibilità sul sito web di Eden Project, un'attrazione turistica nel sud-ovest dell'Inghilterra, viene presentata come esempio di buona pratica. Questa attrazione ha vinto un premio di VisitEngland come uno dei migliori luoghi accessibili in Inghilterra. Ha un sito web accessibile che è stato progettato per essere utilizzabile da persone con disabilità, in conformità con le linee guida WCAG, e dispone di una vasta gamma di servizi e di un ambiente accessibile e di immagini adatte alle persone con disabilità, alle famiglie e ai visitatori più anziani. La Guida all'Accessibilità fornisce molti dettagli su come raggiungere la destinazione, i parcheggi e i punti di sosta accessibili, il centro visitatori, i servizi igienici accessibili e una serie di suggerimenti per aiutare i visitatori ad avere una visita confortevole e piacevole.

(C) Canali dei social media. Le imprese turistiche utilizzano i canali dei social media prima di tutto per diffondere la conoscenza dell'azienda, in secondo luogo per attirare nuovi clienti e in terzo luogo per aumentare la soddisfazione dei clienti, utilizzando le piattaforme dei social media come strumento di comunicazione per coinvolgere i clienti a fornire supporto e rispondere alle richieste di servizio. Vengono presentati alcuni dei canali di social media più popolari: Instagram Twitter Facebook, Pinterest e Facebook.

(D) Le applicazioni sono sempre più utilizzate per presentare ai turisti informazioni sull'accessibilità. Sul mercato esiste un'ampia varietà di applicazioni che servono a diversi scopi. Le applicazioni sono utilizzate per la navigazione e il supporto informativo per le persone in movimento, comprese quelle con problemi di vista o di udito. Ci sono molte applicazioni collegate agli schemi di informazione sull'accessibilità, come menzionato in precedenti



unità di apprendimento. L'app Tur4All sviluppata da PREDIF in Spagna è un esempio di una di queste app per l'accessibilità

(E) Lavorare con i bloggers di viaggio e soprattutto con le stesse persone con disabilità si è dimostrato un modo molto efficace per raggiungere i clienti con requisiti di accesso. Bloggers e Vloggers (video bloggers) sono in grado di dare un'opinione di prima mano su ciò che hanno vissuto e di far vivere la destinazione in modi che molte guide di viaggio e siti web non possono fare. Solo alcuni siti web di noti blogger di viaggio sono mostrati come esempi. Questo è un ambito in cui le destinazioni possono guadagnare credibilità e reputazione grazie al passaparola che proviene da questi siti di blog.

(F) Infine, ci sono molte agenzie e operatori specializzati in annunci che forniscono anche canali di marketing adeguati per offerte accessibili. Due esempi sono mostrati: il sito web di "Tui" l'operatore turistico e Pantou.org che sarà familiare ai discenti di questo corso. Qualunque sia il canale di marketing utilizzato, i principi chiave rimangono gli stessi quando si progetta il contenuto per il marketing ai potenziali visitatori. I fornitori dovrebbero chiedersi

- Per chi è questo?
- Che cosa vogliono?
- Cosa voglio io?

Quando il fornitore di servizi turistici sa queste cose, allora può commercializzare il suo prodotto in base alle esigenze di quella specifica persona.

