



GHIDUL DE ÎNVĂȚARE AL FORMATORILOR PE TURISM ACCESIBIL

Fișele modulelor și unităților de învățare



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.

Jocuri fără bariere
Învățarea bazată pe joc în instruirea profesională pentru turism
accesibil

Fișa de identificare a documentului

Contract No.:	G.A. n. 2019-1-IT01- KA202-007450 CUP code G95G19000500006
Numele întreg al proiectului	Jocuri fără bariere Învățarea bazată pe joc în instruirea profesională pentru turism accesibil
Numele documentului	Ghidul de învățare al formatorilor pe Turism Accesibil - Fișele unităților/modulelor de învățare
Contribuind la	Intellectual Output 1 – Ghidul de învățare al formatorilor pe Turism Accesibil
Nivelul de distribuție	Public
Data de livrare contractuală	30/04/2020 amânat până la 30/11/2020 urmând rectificarea adusă acordului de finanțare datorită Covid-19
Această versiune	30.11.2020 (versiunea în engleză) - 31.12.2020 (versiunea în română)
Type	Final
Status & Versiune	Versiunea 1
Număr de pagini	44
Autori	Emiliano Deferrari, Ivor Ambrose, Annagrazia Laura, Katerina Papamichail, Maria Stella Minuti, Stefania Berardi, Anna Boccioli
Traducători	Monica Tămaș, Bogdana Vasile
IO / Responsabil	INCIPIT Consulting
Abstract (pentru diseminare)	
Prezentul document face parte din „Ghidul de învățare a formatorilor privind turismul accesibil” și conține fișele furnizate, ca material de sprijin pentru învățare, în timpul sesiunilor online sincrone ale evenimentului de formare a personalului numit “Opening Joint Staff”. Există 16 documente, câte unul pentru fiecare unitate de învățare în care este prezentată calea de formare.	
Cuvinte cheie: module și unități de învățare, turism accesibil / turism pentru toți - istoria sa și premise, cerințele de acces ale turiștilor și asistența pentru clienți, evaluarea accesibilității, informații și comunicare	

Cuprins

Introducere	3
Modulul de învățare Nr. 1 “Turism Accesibil/Turismul pentru toți, istoria sa și argumente economice”	4
Unitatea de învățare Nr. 1-“Tendințe în turism și megatendințe”	4
Unitate de învățare Nr. 2- “Istoria turismului accesibil și premise”	8
Unitatea de învățare Nr. 3 - “Design pentru toți, Design universal”	11
Unitatea de învățare Nr. 4 - “Turismul Accesibil în cadrul legislative și politic”	13
Modulul de învățare Nr. 2 - “Nevoile de acces ale turiștilor și servicii clienți”	16
Unitatea de învățare Nr. 5 - “Clasificarea internațională de funcționare, Dizabilitate și sănătate” CIF	16
Unitatea de învățare Nr.6 – “Principalele nevoi de acces ale persoanelor cu diferite tipuri de dizabilități și alte grupuri de turiști”	19
Unitatea de învățare Nr. 7 – “Proiectarea unui cadru construit accesibil tuturor utilizatorilor”	23
Unitatea de învățare Nr. 8 – “Comunicarea cu persoanele cu dizabilități și alte nevoi de acces; etica turismului accesibil”	25
Unitatea de învățare Nr. 9 - “Servicii clienți”	28
Unitatea de învățare Nr. 10 - “Gestionarea situațiilor neprevăzute”	31
Modulul de învățare Nr. 3 - “Evaluarea accesibilității”	34
Unitatea de învățare Nr. 11 - “Sisteme de informare a accesibilității”	34
Unitatea de învățare Nr. 12 - “Rapoarte de acces și instrumente de colectare”	36
Unitatea de învățare Nr. 13 - “Elaborarea unui audit de acces, tehnici de audit”	38
Modulul de învățare Nr. 4 - “Informație și comunicare”	39
Unitatea de învățare Nr. 14 – “Furnizarea de informații clienților cu nevoi de acces”	39
Unitatea de învățare Nr. 15 - “Metode corespunzătoare pentru diferite suporturi”	41
Unitatea de învățare Nr. 16 - “Accesibilitatea de marketing”	43



Introducere

Prezentul document face parte din „Ghidul de învățare al formatorilor privind turismul accesibil” și conține fișierele și materialele sprijin de învățare furnizate în cadrul sesiunilor online sincrone ale cursului de formare a profesorilor din școlile de învățământ profesional partenerare în proiect. Cele 16 documente se referă la cele 16 unități de învățare incluse în cele patru module de învățare în care este prezentată calea de instruire. Acestea vor ajuta profesorii să aprofundeze detaliile principalelor subiecte ale turismului accesibil și să dobândească toate abilitățile necesare pentru a concepe module de formare în turism accesibil, direcționate către studenții lor (IO2) și pentru a le testa în timpul mobilităților pe termen scurt ale grupurilor de elevi.



Modulul de învățare Nr. 1 “Turism Accesibil/Turismul pentru toți, istoria sa și argumente economice”

Unitatea de învățare Nr. 1-“Tendențe în turism și megatendențe”

Turismul este una dintre sectoarele economice majore cu cea mai rapidă creștere în lume. Potrivit Organizației Mondiale a Turismului, 1,46 miliarde de oameni au călătorit într-o țară străină în 2019 și se preconizează că numărul acestora va ajunge la 1,8 miliarde în 2030. Turismul reprezintă 10% din PIB-ul mondial și generează un loc de muncă din 10: este, prin urmare, un factor cheie al dezvoltării socio-economice, creând bunăstare pentru comunități. Din punctul de vedere al celor care îl practică, turismul oferă oportunități unice de a scăpa din viața de zi cu zi, de a socializa și de a descoperi noi lumi și noi culturi. Turismul este considerat deocamdată o necesitate primară, dar nu toți oamenii se pot bucura de el în același mod și unii sunt excluși.

Printre cei a căror cerere pentru turism este încă în mare măsură nesatisfăcută există persoane cu cerințe specifice de acces care reprezintă o categorie foarte largă: această categorie include persoanele cu dizabilități - care au deficiențe fizice, senzoriale sau mentale -, persoanele în vârstă, persoanele cu deficiențe temporare, familiile cu copii, persoanele cu alergii sau cu nevoi dietetice speciale și așa mai departe.

Destinațiile, produsele și serviciile turistice prezintă încă multe bariere care împiedică persoanele cu cerințe specifice de acces să se bucure de ele. Acestea nu sunt doar bariere fizice și de comunicare, ci și bariere culturale și bariere ridicate de lipsa de informații detaliate oferite și fiabile despre condițiile de accesibilitate a premiselor din turism.

Turismul accesibil pentru toți se referă la politici și practici care au ca scop eliminarea acestor bariere, garantând persoanelor cu cerințe specifice de acces posibilitatea de a se bucura de vacanțe și de timpul liber fără obstacole și dificultăți. Este vorba despre îmbunătățirea produselor, serviciilor și mediilor turistice în așa fel încât să poată fi toate utilizate în mod egal și ușor, pentru a acorda persoanelor cu cerințe specifice de acces și familiilor lor un grad mai mare de autonomie în a se bucura de experiența lor turistică.

Acele destinații care creează medii, produse și servicii adecvate pentru persoanele cu cerințe specifice de acces vor avea efecte pozitive în ceea ce privește creșterea fluxurilor de turism, rentabilitate economică mai mare și competitivitate sporită.

Oamenii cu cerințe specifice de acces reprezintă, de fapt, o piață potențială mare și în creștere care, dacă sunt oferite condiții adecvate și confortabile de călătorie, poate genera creșterea cererii în turism pentru destinațiile turistice și a cotei lor de piață.

Potrivit Organizației Mondiale a Sănătății, există aproximativ 1 miliard de persoane cu dizabilități în lume. Acest lucru înseamnă că aproximativ 15% din populația lumii are dizabilități fizice, senzoriale sau mentale.

Mai mult, întrucât persoanele în vârstă au deseori dificultăți similare în desfășurarea activităților zilnice, ei, adesea sunt incluși printre cei cu cerințe specifice de acces, astfel, crescând considerabil numărul total de persoane care pot beneficia de servicii de turism accesibile.

Persoanele în vârstă reprezintă o sursă de afaceri semnificativă potențială în domeniul turismului, dacă luăm în considerare îmbătrânirea rapidă a populației. În 2019, în lume existau 703 de milioane de persoane cu vârsta de 65 de ani sau peste, reprezentând 9% din populația globală. Se preconizează că numărul acestora va crește cu peste 127% în 30 de ani: până în 2050, vor exista 1,6 miliarde de persoane cu vârsta peste 65 de ani la nivel mondial, reprezentând 16,7% din populația mondială totală.

Datorită îmbătrânirii populației, numărul persoanelor cu nevoi specifice de acces dar cu capacitate de călătorie crește, mărind astfel, cererea pentru un mediu, transport și servicii accesibile și, prin urmare, aducând beneficii sectorului turistic. De fapt, o mare parte a populației în vârstă are venituri disponibile semnificative, iar dorința de a călători și cheltuielile acestora tind să fie mai mari decât cele ale turiștilor în general. Deoarece persoanele în vârstă nu mai sunt active în forța de muncă, ei au posibilitatea de a călători pe tot parcursul anului, ceea ce ajută la reducerea sezonality cererii cu care se confruntă multe destinații.

Pe lângă schimbările demografice, există și alte megatendințe, care influențează dinamica turismului și au un impact asupra turismului în general și în special, asupra turismului accesibil pentru toți. Aceste megatendințe surprind cele mai semnificative și relevante schimbări pe termen lung în domeniile social, economic, politic, de mediu și tehnologic. Acestea sunt schimbări lente, care au o influență profundă și durabilă asupra activităților, proceselor și percepțiilor umane.

Dintre megatendințele considerate cele mai semnificative pentru turism, OECD (OECD, *Tourism Trends and Policies*, 2018) a concentrat atenția asupra următoarelor categorii cheie, care ar putea avea o influență semnificativă și asupra turismului accesibil pentru toți: **dezvoltarea de noi piețe emergente, turism durabil creștere, mobilitate de călătorie și inovație tehnologică.**

Dezvoltarea de **noi piețe emergente**, precum China și India, va duce la o creștere a cererii globale de turism și va necesita oferte „noi”, capabile să țină cont de preferințele specifice, gusturile și cerințele acestor piețe, prin desființarea barierelor culturale care pot exista în fața clienților cu obiceiuri diferite.

Dezvoltarea **turismului durabil** este un alt megatend care caracterizează din ce în ce mai mult sectorul la nivel global. Creșterea conștientizării impactului pozitiv și negativ al turismului asupra mediului implică faptul că destinațiile trebuie să adopte modele de management durabil bazate pe cei trei piloni caracteristici ai durabilității: *mediu, economic și socio-cultural*.

Turismul accesibil contribuie la sustenabilitatea mediului prin aplicarea principiilor de proiectare universală, care minimizează nevoia de adaptări și reproiectări ulterioare, contribuind astfel la sustenabilitatea economică.

Turismul accesibil contribuie în special la dimensiunea socială a dezvoltării durabile, deoarece vizează crearea unui mediu în care toți oamenii se simt

bineveniți și incluși, indiferent dacă sunt vizitatori sau cetățeni locali. Îi determină pe oamenii care lucrează în industria turismului să aibă o sensibilitate mai mare față de calitatea experienței turistice și pune bazele pentru crearea unor destinații mai viabile și primitoare.

În plus, noile forme de turism durabil, precum turismul lent și turismul experiențial, devin din ce în ce mai răspândite și sunt bine aliniate cu practica turismului accesibil pentru toți.

Turismul lent, adică un mod lent de a călători și de a descoperi teritoriul, de a căuta autenticitate și relații cu comunitățile locale, se potrivește bine turismului accesibil, care necesită, în general, un ritm mai lent și mai blând pentru delectarea teritoriului.

Dezvoltarea turismului experiențial în ultimii ani este un aspect deosebit de interesant și în vederea promovării turismului accesibil, în sensul că experiențele pot fi adaptate pentru a se potrivi cerințelor anumitor grupuri de turiști, de exemplu, experiențele tactile și căile senzoriale etc. pentru cei cu deficiențe de vedere.

Motivațiile multiple care stau la baza turismului experiențial duc la necesitatea de a considera piața nu ca nediferențiată, ci împărțită în „nișe” ale cererii caracterizate de motivații, interese și nevoi specifice, care necesită produse turistice personalizate pentru clienți. Urmând această logică, dezvoltarea produsului poate merge până la configurarea unui tip de relație „unu la unu” cu turistul, unde produsul poate ține seama de nevoile specifice și personalizate ale clientului, inclusiv cele legate de accesibilitate.

Mobilitatea călătoriei devine din ce în ce mai mult un element de calitate și durabilitate a experienței turistice, cu solicitarea consecventă pentru:

- sisteme de intermodalitate eficiente, articulate și inteligente;
- forme de mobilitate durabile din punct de vedere ecologic odată cu apariția sistemelor de transport electric și de partajare pentru mijloacele individuale de transport;
- dezvoltarea de platforme și sisteme digitale care furnizează informații, inclusiv cele despre accesibilitate, făcând mai ușor și mai simplu pentru călătorii cu cerințe specifice de acces să își planifice călătoria.

Inovația tehnologică remodelează modul în care oamenii lucrează, comunică, aleg și cumpără călătorii în sectorul turistic, crește capacitatea sistemelor de ofertă și a canalelor de vânzare pentru a personaliza produsele și procesele de cumpărare și pentru a face sistemele de control al calității mai eficiente.

Principalii factori de schimbare care au, de asemenea, un impact asupra turismului accesibil sunt:

- *noi modele digitale de afaceri pentru întreprinderi și destinații*, cu dezvoltarea de platforme de la persoană la persoană, specializate pentru noi piețe și definite în caracteristicile profilului clientului;
- *automatizarea proceselor de producție între companii* și în cadrul companiilor. Procesul de transformare digitală a vânzărilor online deschide noi oportunități pentru IMM-uri de a ajunge cu ușurință pe piețele țintă și de a interacționa direct cu clienții, personalizându-și oferta

- în funcție de cerințele lor specifice. Tendința este spre o integrare mai mare, în faza de proiectare și vânzare a produselor, între serviciile de cazare și producătorii de experiențe la fața locului;
- *date mari și date deschise* pentru a crește capacitatea inteligenței afacerilor. Posibilitatea pentru destinații și companii de turism de a profila în mod eficient obiectivele cerute dorite prin înțelegerea nevoilor, dorințelor și proceselor de cumpărare ale acestora;
 - *inteligentă artificială*. Îmbunătățirea serviciilor clienților prin automatizarea operațiunilor efectuate anterior manual: de ex. roboți și chatbots bazate pe tehnologia de recunoaștere a limbii, care pot îmbunătăți comunicarea cu oaspeții și pot oferi asistență continuă și personalizată;
 - *rețelele sociale, recenzii, reputația web ca instrumente de comunicare între turiști, destinații și companii*. Turiștii devin mărturii care își împărtășesc propriile judecăți cu privire la atracțiile și serviciile turistice care determină reputația web a destinațiilor și companiilor și furnizează analize aprofundate / informații utile celor care au nevoi specifice;
 - *realitate virtuală și augmentată*. Noile frontiere în construcția de conținuturi pentru comunicare și dezvoltarea factorilor de atracție asigurați prin aplicarea acestor tehnologii par a fi infinite. VR și AR oferă potențialul de a crea experiențe alternative care pot fi deosebit de benefice pentru persoanele cu nevoi de acces.

Unitate de învățare Nr. 2- “Istoria turismului accesibil și premise”

În ultimele decenii, tendința de a lua în considerare problemele persoanelor cu dizabilități dintr-o perspectivă bazată pe drepturi s-a maturizat și s-a stabilizat pe scară largă la nivel internațional.

Atenția asupra problemelor celor cu handicap a început să crească semnificativ în procesul de elaborare a politicilor publice în anii 1980.

„Anul internațional al persoanelor cu dizabilități” a fost proclamat de Adunarea Generală a Organizației Națiunilor Unite în 1981, având ca scop creșterea gradului de conștientizare a nevoilor, abilităților și aspirațiilor persoanelor cu dizabilități și a participării, egalității și integrării acestora. În 1983 ONU a decis să proclame în întreaga lume „Deceniul persoanelor cu dizabilități” (1983-1992).

Inițiativele la nivel internațional au fost urmate de inițiative la nivelul UE, dintre care cele mai importante au fost:

În 1994, o carte albă intitulată „Acțiune pentru viitor” a abordat integrarea socială și independența persoanelor cu dizabilități, iar „Ghidul european al bunelor practici: către șanse egale pentru persoanele cu handicap” a fost lansat în decembrie 1996.

În 1996, Comisia Europeană a publicat o comunicare intitulată „Egalitatea de șanse pentru persoanele cu dizabilități - O nouă strategie comunitară pentru dizabilități 1996”. Se bazează, mai presus de toate, pe „Normele standard ale ONU privind egalizarea oportunităților pentru persoanele cu dizabilități din 1993”, care subliniază eliminarea barierelor de mediu asupra limitărilor funcționale ale indivizilor, în vederea participării egale a persoanelor cu dizabilități în societate .

În noiembrie 2000, Consiliul European a adoptat o directivă, care a creat un cadru general pentru promovarea tratamentului egal al persoanelor cu dizabilități în angajare și muncă. Acesta a recunoscut că nerespectarea „acomodării rezonabile” la locul de muncă ar putea constitui discriminare. Un program de acțiune al UE pentru combaterea discriminării împotriva persoanelor cu dizabilități (2001-2006) a fost adoptat pentru a stimula introducerea unor măsuri specifice de combatere a discriminării și a fost conceput pentru a completa activitatea UE și a statelor sale membre, în special a activității lor legislative.

Anul 2003 a fost numit „Anul european al persoanelor cu dizabilități” pentru a evidenția și a sensibiliza publicul cu privire la situația cu care se confruntă persoanele cu dizabilități. În acest scop, UE a lansat un plan de acțiune intitulat Șanse egale pentru persoanele cu dizabilități: un plan de acțiune european (2004-2010). A încercat să se asigure că problemele legate de dizabilități au fost încorporate în toate politicile UE care pot afecta viața persoanelor cu dizabilități.

Pe lângă atenția acordată drepturilor persoanelor cu dizabilități, atenția s-a îndreptat de-a lungul anilor și asupra gradului de utilizare a serviciilor turistice de către persoanele cu dizabilități sau, mai general, de către persoanele cu cerințe specifice de acces.

În 1989, un grup de experți britanici, inclusiv English Tourism Board și Holiday Care Service (primul serviciu național de informare și consiliere din Europa pentru turismul persoanelor cu dizabilități), a publicat un raport

intitulat „Tourism For All” la sfârșitul unui congres organizat în Regatul Unit. Acest raport conținea 63 de recomandări pentru industria turismului, care îi îndeamnă pe operatori să ia în considerare în elaborarea programelor lor, nevoile tuturor vizitatorilor și, în special, a grupurilor de persoane defavorizate, astfel încât acestea să poată fi integrate în politicile de turism. Ulterior, abordarea adoptată de Regatul Unit a fost urmată de diferite organizații europene și americane care lucrează în același domeniu.

În acest fel, termenul „Turism pentru toți” a luat în curând o declinare internațională: „Tourisme pour Tous”, „Tourismus für Alle”, „Turismo per Tutti” și „Turismo para Todos” și a identificat, în fiecare țară, toate organizațiile și organismele implicate în promovarea dezvoltării turismului accesibil, cât mai autonom posibil, și pentru persoanele cu dizabilități.

Cele două conferințe organizate la Londra pe acest subiect în 1989 și 1993 au fost considerate a fi cele mai influente inițiative ale vremii. A doua conferință, „Turismul 2000” din octombrie 1993, a fost prilejul prezentării primului studiu european „Profitând de oportunități” realizat de Touche Ross asupra potențialului impact economic al persoanelor cu dizabilități pe piața turismului. Rezultatele sale au arătat că există 30 de milioane de persoane cu dizabilități interesate să călătorească, dar din diferite motive, acestea au fost încă excluse din circuitele oficiale de turism.

Aceste date istorice au fost confirmate de studii mai recente, atât la nivel european, cât și internațional, în ciuda dificultății obiective de evaluare a pieței pe baza datelor statistice, din cauza lipsei unui sistem standardizat de clasificări utilizate pentru a defini persoanele care exprimă nevoi specifice. . Printre acestea, studiul „Impactul economic și modelele de călătorie ale turismului accesibil în Europa” comandat în 2014 de Comisia Europeană oferă o imagine coerentă a cererii potențiale actuale și viitoare de turism accesibil în Europa și estimează impactul său economic.

Conform acestui studiu, în 2011 existau 138,6 milioane de persoane cu nevoi de acces în UE, din care 35,9% erau persoane cu dizabilități cu vârste cuprinse între 15 și 64 de ani, iar 64,1% erau populația în etate cu vârsta de 65 de ani sau peste. În 2012, persoanele cu nevoi de acces din UE au efectuat aproximativ 783 milioane de călătorii, generând astfel o contribuție totală cu valoare adăugată brută de aproximativ 356 miliarde EUR și aproximativ 8,7 milioane de locuri de muncă în domeniul turismului.

Cu toate acestea, potențialul general este mult mai mare: dacă ar fi posibilă creșterea semnificativă a accesibilității facilităților legate de turism, atunci s-ar putea realiza până la 1,231 milioane de călătorii pe an. Dacă accesibilitatea este îmbunătățită semnificativ, contribuția economică totală generată de turiștii UE cu nevoi specifice de acces este de așteptat să crească față de contribuția actuală cu aproximativ 36%.

La fel ca majoritatea oamenilor, persoanele cu dizabilități sau cei cu condiții de sănătate pe termen lung, călătoresc rar singure; dimpotrivă, de obicei preferă sau trebuie să călătorească cu rudele sau prietenii. Conform studiului precedent al UE, în medie, acești vizitatori călătoresc în medie cu aproximativ 1,9 însoțitori. Prin urmare, contribuția economică a turismului accesibil va fi înmulțită cu un factor similar dacă se ia în considerare efectul însoțitorului de călătorie. Din cele menționate mai sus, este evident că accesibilitatea serviciilor turistice poate avea un impact pozitiv important asupra sectorului turistic.

Dar care este situația ofertei de servicii turistice accesibile?

Potrivit unui alt studiu comandat de Comisia Europeană în 2015 - „Cartografierea și verificarea performanței ofertei de servicii turistice accesibile” - se estimează că doar 9,2% din oferta existentă de facilități și servicii turistice au cel puțin un anumit nivel de furnizare pentru călătorii cu dizabilități sau alte cerințe specifice de acces. Aceasta înseamnă că peste 3 milioane de afaceri turistice nu sunt pregătite să satisfacă în mod adecvat piața accesibilității, cu un decalaj estimat de 27,8% între oferta actuală și cererea de servicii turistice accesibile.

Există trei bariere cheie care împiedică afacerile să devină din ce în ce mai accesibile: barierele fizice și de infrastructură, barierele financiare, inclusiv lipsa unui studiu de fezabilitate puternic și barierele de cunoaștere și informare.

Multe întreprinderi publice și private nu cunosc nevoile clienților cu cerințe specifice de acces sau deseori le interpretează greșit. De asemenea, subestimează valoarea investițiilor în spargerea barierelor arhitecturale și deseori exagerează cu aceste costuri. Accesibilitatea este foarte des văzută ca o „problemă” legată de respectarea cerințelor, decât o „oportunitate de afaceri”.

În schimb, turismul accesibil reprezintă o mare oportunitate. Dacă oferta satisface cererea turiștilor cu cerințe specifice de acces, industria turismului beneficiază de multe avantaje: creșterea fluxurilor și cheltuielilor turistice, reducerea sezonității, sejururi medii mai lungi, avantaj competitiv, o imagine generală mai bună și o calitate a serviciilor, deoarece serviciile accesibile sunt servicii mai bune pentru toți clienții.

Însă, este important să ne amintim că, pentru ca aceste beneficii să își atingă pe deplin potențialul, atenția asupra problemelor de accesibilitate ar trebui să acopere întregul lanț de servicii turistice, care cuprinde toate serviciile pe care un turist le folosește înainte, în timpul și după călătoria sa, de la planificarea călătoriei până la întoarcerea acasă.

Aceasta înseamnă implicarea unui număr mare de actori din industria turistică: nu numai facilitățile de cazare, ci și restaurantele, transporturile, muzeele, monumentele, facilitățile sportive, evenimentele, serviciile de informare și primire, serviciile de ghidare și însoțire etc.

Este necesar să înțelegem că fiecare element al lanțului turistic influențează și depinde de celelalte: dacă unul dintre elemente este slab, în ceea ce privește calitatea și satisfacția vizitatorilor, vacanța poate fi puternic compromisă în ansamblu.

Un hotel fără bariere de acces, dar situat într-un loc în care facilitățile recreative și culturale nu sunt accesibile persoanelor cu cerințe specifice de acces, ar fi mai puțin atractiv pentru acești vizitatori. Același lucru s-ar aplica unui muzeu sau monument accesibil la care nu se poate ajunge cu mijloace de transport adecvate sau care nu are facilități de ospitalitate adecvate prin apropiere pentru a găzdui clienții cu cerințe specifice de acces.

Destinațiile ar trebui, prin urmare, să creeze o ofertă cuprinzătoare de turism pentru toate produsele și serviciile în care toate elementele lanțului de aprovizionare (sisteme de rezervare, cazare, transport etc.) sunt accesibile.

Unitatea de învățare Nr. 3 - “Design pentru toți, Design universal”

Designul pentru toți și designul universal au ca scop eliminarea barierelor și asigurarea accesului tuturor prin proiectarea mediului, produselor și serviciilor construite.

Proiectarea pentru toți înseamnă proiectarea, dezvoltarea și **comercializarea produselor, serviciilor, sistemelor și mediilor** obișnuite pentru a fi accesibile și utilizabile de o gamă cât mai largă de utilizatori posibil.

Designul universal (UD) este proiectarea de produse și medii care să poată fi utilizate de toți oamenii, în cea mai mare măsură posibilă, fără a fi nevoie de adaptare sau design specializat. Intenția conceptului de design universal este de a simplifica și ușura viața pentru tuturor. Conceptul de design universal vizează toți oamenii de toate vârstele, dimensiunile și abilitățile avute.

Cele 7 principii ale designului universal:

- Utilizare echitabilă
- Flexibilitate în utilizare
- Utilizare simplă și intuitivă
- Informații perceptibile
- Toleranță la eroare
- Efort fizic redus
- Dimensiune și spațiu pentru abordare și utilizare

Obiectivele designului universal

- Întreținere corporală
- Confort
- Conștientizare
- Înțelegere
- wellness
- Integrare socială
- Personalizare
- Adaptare culturală

Designul universal în turism pentru întregul lanț de aprovizionare sprijină durabilitatea, calitatea, confortul, siguranța, incluziunea, egalitatea, independența și creșterea.

Consecințele **nerespectării** principiilor UD includ o calitate mai scăzută, excludere, rentabilitate redusă a investițiilor, lipsa mediului și serviciilor durabile, frânează creșterea.

- Implicarea clienților este esențială în serviciile de turism. Două referințe importante sunt:

- Setul de instrumente pentru designul universal în vederea implicării clienților, oferit de Centrul de excelență din UD-Irlanda, oferă îndrumări cuprinzătoare privind cele mai bune practici pentru realizarea unei comunicări mai bune cu clienții.
- Irish Standard (I.S.) 373: 2013 „Design universal pentru implicarea clienților în servicii turistice”, care a fost publicat de NSAI, Autoritatea Națională pentru Standarde din Irlanda.

Educația și formarea sunt cele mai importante instrumente pentru atingerea obiectivului produselor, serviciilor și mediilor concepute universal.

- Există un decalaj mare în predarea proiectării. Arhitecții, planificatorii și proiectanții de produse și servicii nu sunt învățați despre designul universal și importanța accesibilității, prin urmare nu există o înțelegere comună a nevoilor umane - „cerințe funcționale”
- Legislația și standardele nu sunt suficiente și nu pot fi bine înțelese sau aplicate fără un cadru educațional adecvat.

Unitatea de învățare Nr. 4 - “Turismul Accesibil în cadrul legislative și politic”

Turismul accesibil a fost dezvoltat în conformitate cu o serie de acte legislative la diferite niveluri de guvernare și în diferite direcții politice.

Din punctul de vedere al politicilor, putem lua în considerare toate actele și legile privind handicapul și accesibilitatea în toate aspectele vieții cetățenilor, precum și actele și legile privind sectorul turistic. În general, politicile de sănătate, bunăstarea socială, incluziunea, educația, industria și politicile legate de piață au afectat și modelat turismul accesibil.

Legile au fost elaborate la nivel local, regional, național, supra-național ca în cazul Uniunii Europene și în conformitate cu rezoluțiile și convențiile mondiale adoptate de Națiunile Unite. Acest modul prezintă principalele documente și politici la nivel mondial și european.

Formând istoria ultimilor 15 ani, este esențial să se numească „Convenția Organizației Națiunilor Unite privind drepturile persoanelor cu dizabilități” din 2006 (UNCRPD) care are ca scop **„promovarea, protejarea și asigurarea stăpânirii depline și egale a tuturor drepturilor omului și libertățile fundamentale ale tuturor persoanelor cu dizabilități și de a promova respectarea demnității lor inerente”**.

Articolul 30 prevede: „Acces egal în participarea la viața culturală, inclusiv timp liber, turism și sport”

Convenția a fost ratificată de 181 de state părți (aprilie 2020) și protocolul său opțional de 96 de state părți și organizații de integrare regională, inclusiv Uniunea Europeană.

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

Punerea în aplicare a Convenției în țări a fost evaluată independent în 2020, prin urmare au existat o serie de aspecte critice care trebuie încă rezolvate sau îmbunătățite, cum ar fi:

- Crearea unei baze juridice solide pentru organizația responsabilă de monitorizare
- Finanțare și personal insuficiente
- Lipsa de independență
- Implicarea deplină a persoanelor cu dizabilități și acordarea lor de voce.

În ceea ce privește legislația în domeniul turismului, trebuie evidențiate o serie de pași importanți luați de instituțiile europene:

- În 2009, tratatul de la Lisabona, care a reformulat tratatele trecute ale Uniunii Europene, cu articolul 195, a conferit UE puterea de a coordona acțiuni și a furniza informații în sprijinul activităților turistice, care anterior era de competența statelor membre.
- În 2010 și 2011, Comunicarea Comisiei Europene: **Europa, prima destinație turistică din lume** și raportul Parlamentului European „Europa,

prima destinație turistică din lume - un nou cadru politic pentru turismul din Europa” a acordat o mare importanță dezvoltării accesibilității în lanțul turistic din întreaga lume.

- În 2012, a fost dezvoltată o acțiune pregătitoare privind „Turismul și accesibilitatea pentru toți”, prevăzând o serie de studii și proiecte care urmează să fie finanțate.
- În 2014/15, cu finanțare din Acțiunea pregătitoare a UE, Comisia Europeană a inițiat 3 **studii de cartografiere** a
 - Instruire / Abilități și cerințe ale lucrătorilor din lanțul de aprovizionare cu servicii turistice accesibile;
 - Impactul economic și modelele de călătorie ale turismului accesibil și furnizarea de servicii turistice accesibile în Europa.

Aceste studii sunt în continuare cele mai actualizate și cuprinzătoare studii disponibile în Europa.

În 2013/2015, o serie de **apeluri deschise** au fost lansate de DG GROW pentru proiecte care promovează itinerarii accesibile, antreprenoriat, management și competențe. Au fost finanțate 19 proiecte.

Începând cu 2010 au fost realizate o serie de alte inițiative care au contribuit la creșterea gradului de conștientizare a importanței accesibilității în turism, cum ar fi Premiile Access City (DG Ocuparea forței de muncă, afaceri sociale și incluziune), Premiile Capitalei europene a turismului inteligent (DG GROW) și aplicația pilot pentru cardul de handicap al UE în unele țări

În ultimii ani, merită menționate alte inițiative europene:

- În 2018, Parlamentul European a publicat rezultatele unei cercetări finanțate privind „**Transportul și turismul pentru persoanele cu dizabilități și persoanele cu mobilitate redusă**”, care a evidențiat provocările de a face mobilitatea transfrontalieră, regională și locală mai accesibilă pentru turiști și cetățeni.
- În 2019, propunerea Comisiei Europene pentru un **act european de accesibilitate** a fost adoptată în cele din urmă de Consiliu și Parlamentul European. Legea prevede accesibilitatea site-urilor web, a ticketingului, a autoserviciilor interactive și a terminalelor, dar nu prevede sau reglementează standardele de acces pentru serviciile turistice sau mediul construit la nivelul UE. Reprezentanții persoanelor cu dizabilități susțin că legea este, prin urmare, un pas înapoi de la punerea în aplicare a UNCRPD.

La nivel mondial, Organizația Mondială a Turismului a ONU (OMT) a adoptat oficial în 2013 „**Recomandările privind turismul accesibil**” elaborate cu sprijinul Fundației ONCE și a Rețelei europene pentru turism accesibil (ENAT), care au fost însărcinați în 2016, cu proiectarea unor serii de „**manuale privind turismul accesibil pentru toți**: principii, instrumente și bune practici”. Ziua Mondială a Turismului a OMT, 2016, a fost dedicată turismului accesibil.

De asemenea, este important să menționăm publicarea ONU în 2015 a celor **17 obiective de dezvoltare durabilă**, care vor ajuta tranziția mondială către

o lume mai durabilă, responsabilă, verde, echitabilă, prosperă și rezistentă. Atât Turismul, cât și Dizabilitatea sunt factori ai analizei dedicate, iar noi inițiative și platforme sunt create pentru a raporta realizările și pentru a conștientiza.

Procesul de standardizare a normelor privind condițiile de accesibilitate a mediului construit, a sectorului transporturilor, mobilității și turismului este foarte lung și plin de capcane, deoarece sunt în joc numeroase interese naționale și corporative, dar aici pot fi menționate 2 inițiative importante:

- Procesul în desfășurare pentru **standardul ISO DIS 21902** „Turism și servicii conexe - Turism accesibil pentru toți - Cerințe și recomandări”
- Standardul european privind accesibilitatea mediului construit **CEN-CENELEC JTC 11 Mandat M / 420 prEN_17210**.

De asemenea, este important să menționăm inițiativele legate de drepturile persoanelor cu dizabilități de a lucra, în special în sectorul turismului.

La nivelul UE, în 2017, Consiliul Europei a publicat „**Pilonul European al Drepturilor Sociale**”, care, la punctul 17, a afirmat „Persoanele cu dizabilități au dreptul la sprijin pentru venituri care asigură o viață demnă, servicii care le permit să participe la piața muncii și în societate și un mediu de lucru adaptat nevoilor lor”.

La nivel mondial, Organizația Internațională a Muncii (OIM), cu rețeaua sa globală de afaceri și dizabilități, lansează în 2020 o nouă inițiativă privind „**Munca decentă pentru persoanele cu dizabilități din sectorul turistic**”.

La redactarea acestui document (aprilie 2020), este dificil să se prevadă modul în care instituțiile europene vor aborda provocările turismului accesibil, deoarece urgența climatică și pandemia COVID-19 rescriu agenda economică, socială și de sănătate. Ceea ce se poate spune este că programul politic **UE Green Deal**, în ultima sa versiune din ianuarie 2020, a arătat doar intenția de a investi în transport durabil, fără a menționa cuvintele „accesibilitate” și „dizabilitate” pe întregul document.

Presiunea pentru a forma noul program-cadru european pentru 2021 - 2027 este crucială. În această privință, Comitetul Economic și Social European (CESE) lucrează pentru includerea mai multor fonduri și includerea provocărilor legate de dizabilități în noua „**Strategie pentru dizabilități 2021-2030**”, atunci când Comisia nu a început încă să revizuiască vechea strategie 2010 -2020.

În ceea ce privește turismul, '**Manifestul turismului**' (cel mai mare lobby european pentru turism, care cuprinde peste 50 de organizații internaționale de acționari) a reușit recent să includă o linie bugetară privind „turismul durabil” în noul proiect al programului-cadru, iar în ianuarie 2020 i-a scris noului președinte al Comisiei Europene Ursula von Der Leyen, pentru a da turismului locul pe care îl merită, fiind unul dintre pilonii economiei europene.

Modulul de învățare Nr. 2 - “Nevoile de acces ale turiștilor și servicii clienți”

Unitatea de învățare Nr. 5 - “Clasificarea internațională de funcționare, Dizabilitate și sănătate” CIF

Această unitate de învățare prezintă principiile conform cărora întreaga concepție a dizabilității și accesibilității s-a schimbat în ultimii douăzeci de ani, grație unei publicații importante a organizației ONU pentru sănătate mondială în 2001, „Clasificarea internațională a funcționării și a dizabilității (ICF).

Modelul ICF oferă un limbaj internațional, standardizat și unificat pentru a vorbi despre dizabilități și care a devenit un model de referință pentru descrierea factorilor de sănătate, dizabilități și de mediu.

ICF schimbă paradigma dizabilității, care este din 2001, rezultatul unei corelații între sănătatea persoanelor, caracteristicile acestora și mediul înconjurător.

ICF oferă instrumente de „acțiune” pentru factorii de decizie din diferite domenii (politici sociale, transporturi și, de asemenea, turism).

Conceptul principal poate fi rezumat citând direct documentul atunci când spune că „dizabilitatea este caracterizată ca rezultatul unei relații complexe între starea de sănătate a unui individ și factorii personali și factorii externi care reprezintă circumstanțele în care trăiește individul” .

ICF este rezultatul unui lung proces de revizuire a unui document anterior, ICIDH (Clasificarea internațională a deficiențelor, dizabilităților și handicapurilor, 1980), al cărui proces reprezintă o evoluție.

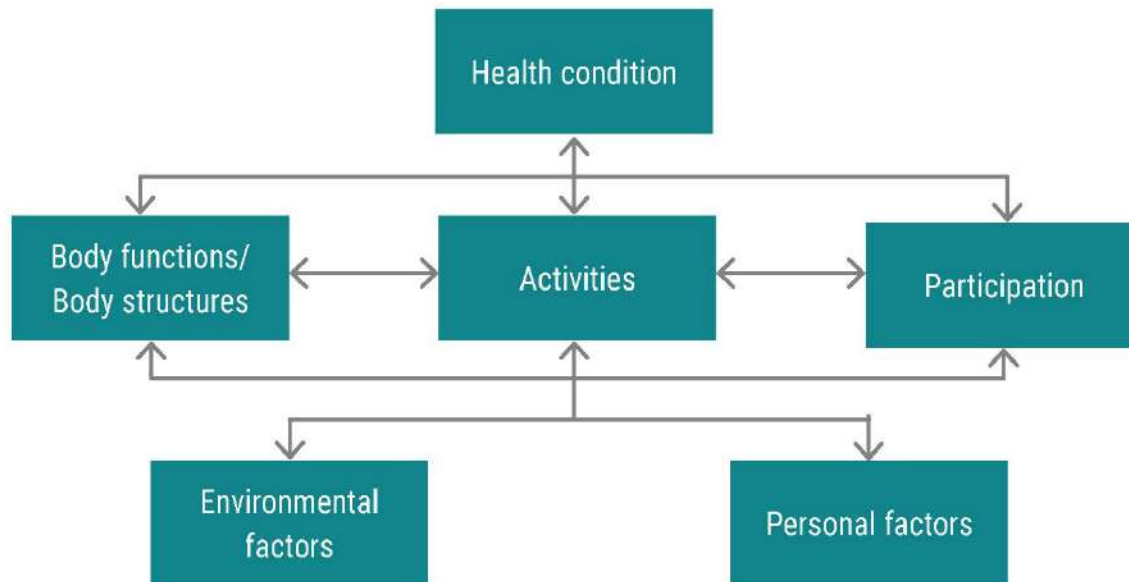
Pentru ICIDH, **deficiențele** au fost considerate ca o pierdere sau anomalie a unei structuri sau funcții psihologice, anatomice, fiziologice. **Incapacitatea** a reprezentat orice limitare sau pierdere (rezultată din afectarea) capacității de a efectua o activitate în maniera sau măsura considerată normală pentru o ființă umană. S-a folosit termenul **handicap** și a însemnat condiția de dezavantaj care rezultă dintr-o deficiență sau un handicap care, într-un anumit subiect, limitează sau împiedică îndeplinirea rolului normal pentru subiectul respectiv în raport cu vârsta, sexul și factorii socio-culturali.

Acest model a fost numit „**modelul medical al dizabilității**”, întrucât privea dizabilitatea ca o caracteristică a persoanei, cauzată direct de boli, traume sau alte stări de sănătate care necesitau îngrijiri medicale oferite sub formă de tratament individual de către profesioniști.

În acest fel, deficiențele au fost văzute ca fiind cauza handicapurilor, care a produs apoi handicapuri.

Modelului medical i s-a opus „**modelul social al dizabilităților**”, care vede dizabilitatea ca pe o problemă totală creată social și deloc un atribut al individului. În ceea ce privește modelul social, dizabilitatea cere un răspuns politic: „Societatea dezactivează deficiențele”.

Modelul biopsihologic dezvoltat cu ICF oferă o viziune coerentă a diferitelor perspective ale sănătății: biologice, individuale și sociale. Mută conceptul de handicap departe de a fi doar o consecință a bolilor la o recunoaștere a interacțiunii dintre sănătate și funcționare și factorii de mediu și personali.



Pentru modelul ICF, care este prezentat schematic mai sus, o stare de sănătate este un termen-umbrelă pentru boală, tulburare, leziuni sau traume. Condițiile de sănătate sunt codificate folosind un standard numit ICD-10, dezvoltat în paralel cu ICF.

Deficiențele sunt probleme ale funcțiilor sau structurii corpului ca deviație sau pierdere semnificativă.

Limitările activității sunt dificultăți pe care le poate avea un individ în executarea activităților.

Restricțiile de participare sunt probleme pe care o persoană le poate întâmpina în implicarea în situații de viață.

Factorii de mediu alcătuiesc mediul fizic, social și atitudinal în care oamenii își trăiesc și își duc viața. Mediile pot facilita funcționarea sau pot fi o barieră în calea funcționării.

Factorii personali sunt fundalul particular al unei vieți și a unui stil de viață și cuprind trăsături ale individului care nu fac parte din condițiile de sănătate sau starea de sănătate a acestuia.

Modelul biopsihosocial al ICF este diferit de modelele anterioare, deoarece se concentrează pe funcționarea umană și nu doar pe handicap. Este un model universal și nu unul minoritar. Este un model integrat și nu numai medical sau social. Este un model interactiv, și nu progresiv sau liniar.

De fapt, există o egalitate de factori care cauzează un handicap și nu o cauzalitate etiologică. Modelul ICF include contextul în care trăiesc persoanele și nu este centrat pe deficiențele persoanelor. Este aplicabil în diferite culturi, deoarece nu este legat de conceptele occidentale. Metoda

este operațională și nu este ghidată doar de teorie. În cele din urmă, acoperă întreaga viață a oamenilor și nu numai vârsta adultă.

Noul model și terminologiile stabilite de ICF sunt, prin urmare, o cotitură copernicană, deoarece accentul său poate fi rezumat după cum urmează:

- Ceea ce este important este „Funcționarea umană” (nu numai dizabilitatea)
- Accentul este pus pe funcțiile corpului în loc de deficiențe
- Modelul este centrat pe activități corporale în loc de limitare a activităților
- Modelul se concentrează mai degrabă pe participarea oamenilor în societate decât pe handicapurile sale care împiedică participarea.

Contextul de mediu are un rol fundamental în facilitarea sau, invers, împiedicarea participării la viața socială, economică și profesională a fiecărui individ.

Accesibilitatea la locuri, spații și echipamente reprezintă, prin urmare, mijloacele prin care se permite și se garantează participarea tuturor la activitățile de viață într-un mod activ și autonom.

Unitatea de învățare Nr.6 – “Principalele nevoi de acces ale persoanelor cu diferite tipuri de dizabilități și alte grupuri de turiști”

Abilitățile oamenilor se schimbă de la copilărie la bătrânețe și pot varia considerabil indiferent de vârsta lor. Oamenii pot experimenta restricții la activitățile lor din cauza unui amestec de posibile deficiențe, condiții de sănătate și factori personali și de mediu. Combinația de deficiențe poate impune limitări semnificative, așa cum se întâmplă adesea la îmbătrânire. Copiii pot avea, de asemenea, cerințe specifice de acces sau deficiențe. Accesibilitatea la locuri, spații și echipamente reprezintă, prin urmare, mijloacele prin care să permită și să garanteze participarea tuturor la activitățile de viață într-un mod activ și autonom. Persoanele cu dizabilități pot avea una sau mai multe dintre deficiențele care urmează în paragrafele următoare.

Deficiențe motorii

Deficiența motorie este pierderea parțială sau totală a abilităților fizice, inclusiv echilibrul, mersul pe jos, ținerea și manipularea obiectelor, împingerea, tragerea, ridicarea și atingerea. Multe activități implică mai mult de una dintre aceste abilități.

Nevoile de acces ale vizitatorilor cu deficiențe motorii sunt legate în principal **de mediul construit**, care ar trebui să fie proiectat fără bariere și conform principiilor de proiectare universală, pentru a permite tuturor utilizatorilor să se deplaseze în siguranță și confort, să folosească facilitățile și să participe la activități.

Persoane cu dificultăți / limitări în mers, echilibru și forță limitată. Acest grup este destul de diferențiat de tipul deprecierii lor. Pentru unii oameni, mersul drept sau în sus sau în jos pe pante / scări este dificil. Unele persoane pot avea o gamă limitată de mișcare, altele ar putea să nu se poată deplasa independent pe jos. Persoanele cu echilibru slab, cu rezistență redusă și / sau coordonare sunt de obicei persoane mai în vârstă, dar și copiii pot fi în aceeași stare.

Este posibil ca persoanele cu dificultăți de mers să nu poată parcurge un drum lung sau chiar să stea în picioare mult timp, obosind rapid, mișcându-se încet etc. Pot fi predispuse să alunece sau să cadă. Este posibil să aibă nevoie de balustrade pe ambele părți ale unei rampe sau scări pentru sprijin. Este posibil să aibă dificultăți în mersul pe suprafețe inegale sau libere. Este posibil să aibă nevoie de suprafețe antiderapante. Este posibil să fie nevoie să închirieze sau să împrumute mijloace de mers pe jos, scaune cu rotile sau scutere disponibile în locuri specifice. Este posibil să aibă nevoie de o altă persoană care să îi sprijine să meargă.

Persoane cu dificultăți în manipularea obiectelor. Dificultățile / deficiențele motorii nu sunt legate doar de picioare, ci și de mișcările brațelor, mâinilor și degetelor. Aceste deficiențe pot împiedica oamenii să manipuleze sau să apuce obiecte și să facă mișcări combinate sau să întoarcă încheietura mâinii, să ridice obiecte etc. Aceste persoane pot avea,

de asemenea, dificultăți în a ține obiecte, a căra plase și alte obiecte sau în utilizarea robinetelor sau apăsarea mânerelor pentru a deschide ușile, etc.

Persoane limitate de înălțime. Posibilitatea atingerii obiectelor aflate la înălțime depinde de înălțimea persoanei, de capacitatea acesteia de a-și folosi brațele și echilibrul, puterea și / sau mobilitatea corpului superior în timp ce este așezată. Este deosebit de important să aibă lucruri la îndemână cei cu restricții de mobilitate mai severe.

Pentru persoanele care utilizează scaun cu roțile, gradul de atingere a obiectelor aflate la înălțime este limitat în funcție de poziția așezată.

Gradul de atingere a obiectelor aflate la înălțime depinde de înălțimea persoanei, de capacitatea lor de a-și folosi brațele și echilibrul, puterea și / sau mobilitatea corpului superior în timp ce este așezată. Este deosebit de important să aibă lucruri la îndemână cei cu restricții de mobilitate mai severe.

Pentru persoanele care utilizează un scaun cu roțile, posibilitatea atingerii obiectelor aflate la înălțime este limitat în funcție de poziția șezutului.

Deficiențe senzoriale

Aceasta se referă la deficiența unuia sau mai multor simțuri - vedere, auz, atingere, gust și miros. Acestea reduc capacitatea unei persoane de a percepe, înțelege și acționa în diverse situații. Persoanele care își pierd unul dintre simțuri mai târziu în viață își pot fi sever restricționate în activitățile desfășurate, în timp ce cei care au fost orbi sau surzi de la naștere e posibil să fi învățat abilități care îi ajută să comunice, să se orienteze și să își desfășoare activitățile zilnice într-un mod independent găsindu-și calea.

Persoanele cu deficiențe senzoriale adesea nu pot călători independent și mulți au o altă persoană - un însoțitor, un ajutor sau un asistent care să îi ajute, mai ales atunci când călătoresc și când vin pentru prima dată în împrejurimi necunoscute.

Persoanele cu deficiențe senzoriale pot utiliza tehnologii de asistență specializate pentru a le ajuta să comunice cu alte persoane, să citească sau să interpreteze mesaje vizuale sau auditive, să se orienteze și să se deplaseze.

Deficiențe de vedere. Persoanele cu deficiențe de vedere pot fi oarbe sau parțial miop. Ele pot fi **expuse pericolelor**, inclusiv rănindu-se în timpul mersului pe cărări, împiedicându-se pe trepte, lovind obiectele nemarcate sau provocându-și răni de la contactul cu suprafețe încinse sau tăindu-se cu obiecte ascuțite. Dacă problema vederii este combinată cu probleme de echilibru, individul este expus unor riscuri mai mari, inclusiv coliziune cu obiecte, alunecare și cădere. Vizitatorii cu deficiențe de vedere (nu numai persoanele nevăzătoare) pot folosi un baston pentru a detecta obstacolele pe un traseu. Unii pot folosi un câine ghid (animal de serviciu) pentru a-i ajuta în găsirea căilor, negocierea trecerilor rutiere și avertizarea lor cu privire la pericole. Nevoile lor de acces vor varia în funcție de nivelul de vedere al

persoanei și vor fi legate în principal de accesul la informații, siguranța mișcării și orientarea într-un mediu necunoscut.

Deficiența de auz. Sunt invizibili la prima vedere. Acestea includ pierderea parțială a auzului sau surditatea completă. Puterea, înălțimea și intensitatea sunetului care pot fi percepute variază de la persoană la persoană. Nevoile de acces ale persoanelor cu deficiențe de auz sunt legate în special de comunicare și acces la informații. Oamenii născuți cu deficiențe de auz sau surditate comunică în principal folosind limbajul semnelor. Limbajul semnelor variază de la o țară la alta, deci este important să știți în scopuri de interpretare. Persoanele născute cu deficiențe de auz pot avea dificultăți în scris și vorbire din cauza dificultăților pe care le-au experimentat în dobândirea limbajului.

Deficiențe de vorbire. Aceste deficiențe sunt legate de lipsa abilității de a vorbi sau disartrie. Acest lucru poate implica dificultăți atunci când purtați o conversație cu ceilalți. Oamenii pot fi înțeleși greșit și acest lucru poate duce la pericolul de a nu putea alerta personalul de serviciu sau o altă persoană când are nevoie de ajutor sau când există un pericol. Unele persoane folosesc limbajul semnelor pentru a vorbi sau dispozitive de asistență pentru a-și îmbunătăți sau completa vorbirea, fie cu o tastatură, fie cu un alt dispozitiv de comunicare. Pictogramele pot servi și ca mijloc de comunicare pentru cei cărora le lipsește vorbirea. A avea hârtie și creion la îndemână poate ajuta la depășirea problemelor de comunicare, în multe situații.

Simțul tactil redus. Aceste persoane pot avea leziuni ale nervilor, paralizie sau lipsa membrelor. Au probleme în a detecta orice fel de obiecte cu care trebuie să interacționeze. Unii s-ar putea să nu poată simți nimic cu **partea inferioară a corpului** și a picioarelor, alții pot avea, de asemenea, o pierdere a senzației în **mâini, brațe** și partea superioară a corpului. Lipsa simțului tactil poate afecta capacitatea de a utiliza un ecran tactil sau alte dispozitive care trebuie percepute parțial prin atingere. Oaspeții cărora le lipsește simțul tactil pot fi expuși **riscului de rănire** cauzată de obiecte foarte ascuțite, foarte fierbinți sau foarte reci, deoarece ei nu reacționează la contactul cu ele

Miros și gust reduse. Acei oameni se confruntă cu probleme similare legate de lipsa lor de percepție senzorială. Principalele pericole cu care se pot confrunța sunt incapacitatea de a reacționa la substanțele chimice toxice, la alți poluanți periculoși din aer sau la fumul din incendiu.

Deficiențe cognitive, dificultăți de învățare și condiții de sănătate mintală

În această categorie foarte largă avem persoane cu probleme de înțelegere, prelucrare sau utilizare a informațiilor, persoane din spectrul autismului, persoane cu sindrom Asperger, persoane cu demență, persoane cu pierderi de memorie pe termen scurt, persoane cu dislexie, persoane care sunt pentru prima dată utilizatorii unui mediu foarte complex și aglomerat. În general vorbind, persoanele cu aceste deficiențe au dificultăți de învățare și înțelegere la fel ca majoritatea oamenilor, de accesare a informațiilor cu

aceeași viteză sau în același mod ca alții, de urmărire a instrucțiunilor, de a înțelege unde este cineva, de a identifica oamenii sau de a se comporta într-un mod adecvat într-un cadru dat.

Se confruntă cu pericolul dezorientării, pericolul de a se rătăcii și se pot simți izolate. Pierderea memoriei este o formă de afectare cognitivă. Poate provoca probleme de acționare necorespunzătoare într-o situație dată. Persoanele cu probleme cognitive pot avea nevoie de asistență și informații simplificate, bine structurate, pentru a le permite să fie în siguranță și să se bucure de o vizită. Este mai bine să folosiți semne, simboluri și pictograme decât să vă bazați pe cuvântul tipărit. „Ușor de citit” este o formă de scriere care a fost dezvoltată pentru a informa oamenii cu dificultăți de învățare într-un mod mai simplu. Persoanele care nu înțeleg limba locală pot beneficia de cele de mai sus.

Alte persoane cu cerințe specifice de acces

De asemenea, este important să acordați atenție altor grupuri de persoane care pot avea cerințe specifice de acces, dar care nu sunt incluse în totalitate în categoriile de mai sus.

- Persoanele în vârstă
- Copiii mici
- Oameni de statură foarte mare sau mică
- Oamenii care nu înțeleg limba locală
- Persoane cu stări de sănătate pe termen lung: (epilepsie, afecțiuni cardio-vasculare, alergii și hipersensibilități, intoleranță alimentară și diete speciale, astm etc.)

Unitatea de învățare Nr. 7 – “Proiectarea unui cadru construit accesibil tuturor utilizatorilor”

Accesibilitatea în mediul construit este un drept esențial și fundamental pentru toți membrii societății. Oferirea de locuri și spații accesibile le permite oamenilor să se bucure de activitățile de zi cu zi și de oportunitățile pe care le au și le permite să participe în siguranță, independent, convenabil, cu încredere și cu demnitate la activitățile zilnice.

Avantajele unui mediu construit accesibil sunt:

- Luarea în considerare a diverselor capacități ale ființelor umane
- Siguranță și confort pentru toată lumea
- Îmbunătățirea calității vieții
- Sprijină independența utilizatorilor

Mediul construit accesibil include:

- Clădiri private și publice
- Mișcare către / în interior / de la - inclusiv acces de urgență și evacuare
- Spații și rute publice
- Parcare
- Terminalele de transport - stații, porturi, aeroporturi etc.
- Clădiri și medii pentru recreere și agrement; facilități culturale, educaționale și sportive
- Produse și servicii pentru construcții (acoperite de Directiva UE privind produsele pentru construcții)
- Orice produse și servicii tehnologice utilizate în clădiri, de ex. ascensoare, scări rulante, pasarele în mișcare

Noile proiecte de design, clădiri și medii pot fi accesibile pentru toți utilizatorii, de la început, urmând reglementările și standardele / ghidările pentru accesibilitate

Clădirile și mediile existente necesită adesea adaptări pentru a le face accesibile, deoarece au fost proiectate într-un moment în care accesul pentru toți nu era considerat o prioritate

Prin aplicarea unei abordări de proiectare universală, proiectarea mediului construit va fi accesibilă și adecvată pentru cea mai largă gamă de utilizatori, inclusiv persoane de diferite staturi, persoane cu deficiențe temporare sau leziuni, persoane cu dizabilități, persoane cu boli pe termen lung, persoane cu alergii, familii cu copii mici, bătrâni și alții.

Avem un mediu construit accesibil? Care este problema?

Deși există multe reguli, reglementări și standarde privind accesibilitatea în statele UE, accesibilitatea reală a clădirilor și a mediului construit nu este încă satisfăcătoare.

Există multe exemple în mediul actual construit în care clădirile sau spațiile finalizate nu oferă un nivel adecvat de accesibilitate, chiar și în clădirile nou

Principalele standarde și orientări existente

- Standarde și orientări naționale

- ISO 21542 Construirea clădirilor - Accesibilitate și utilizare a mediului construit (în curs de revizuire)
- ISO TC / 228 Turism și servicii conexe (în curs de dezvoltare)
- EU M420 / CEN-EN 17210-Accesibilitate și utilizare a mediului construit-Cerințe funcționale (în curs de dezvoltare)

Respectarea legislației și a standardelor nu este întotdeauna suficientă, deoarece acestea pot lua în considerare doar cerințele minime, iar majoritatea profesioniștilor nu au cunoștințe și pregătire specifice pentru a înțelege și a aplica standardele în mod corespunzător în proiectele lor.

Modificările ulterioare de accesibilitate aduse unei clădiri deja existente sunt costisitoare, risipind astfel finanțarea publică și - fundamental - îi refuză multor cetățeni UE drepturile lor la libera circulație și acces la clădiri și servicii.

Modulul prezintă unele dintre barierele cele mai comune de acces cu care se confruntă utilizatorii, urmate de exemple de bune practici în construcții noi și adaptări ale mediilor și clădirilor deja existente.

Unitatea de învățare Nr. 8 – “Comunicarea cu persoanele cu dizabilități și alte nevoi de acces; etica turismului accesibil”

Multe persoane angajate în serviciile din prima linie ale unei companii sunt deseori îngrijorate de posibilitatea de a interacționa cu clienții cu dizabilități sau cerințele specifice de acces.

Acestora le este teamă că ar putea face greșeli, ar putea să fie înțeleși greșit sau să pară nepoliticoși, într-un cuvânt să fie neadecvați pentru o comunicare de calitate cu clienții lor.

Instruirea este esențială pentru a le permite să facă față problemei: dacă au fost instruiți corespunzător cu privire la cerințele potențiale ale oaspeților lor cu dizabilități și știu cum să facă față oricărei cereri, contactul va fi ușor și apreciat și vor avea mai multă încredere.

De asemenea, este foarte important să știm felul în care componentele serviciilor turistice sunt legate între ele în așa-numitul „lanț de servicii turistice”, care evidențiază relațiile complementare care există între ele. Pentru a atrage turiștii este necesară furnizarea unei game de produse ca de exemplu: divertisment, catering, cazare, recreere, sport, cultură, transport care să satisfacă diferitele cerințe ale clienților.

Este necesar să înțelegem că fiecare element al lanțului influențează și depinde de celelalte: dacă unul dintre elemente este slab, din punct de vedere al calității și al fructificării, vacanța poate fi puternic compromisă în ansamblu.

Cine sunt clienții?

Turiștii cu nevoi specifice de acces și persoanele în vârstă nu formează un grup omogen. Este posibil să aibă cerințe și nevoi diferite, în relație strictă cu tipul de vacanță pe care îl planifică. Mai presus de toate, sunt și doresc să fie considerați TURIȘTI, care aleg destinația vacanței lor ca oricine altcineva. Nu reprezintă un grup închis, motivațiile lor de călătorie și obiceiurile de cumpărare nu diferă semnificativ de ceilalți călători. Cu toate acestea, trebuie luate în considerare unele cerințe speciale pentru a garanta posibilitatea de a se bucura pe deplin de

Cerințele specifice fiecărei persoane trebuie să fie perfect clare pentru a oferi un serviciu de calitate.

Este necesar să relaționăm și să comunicăm cu oaspeții cu o minte deschisă, lipsită de mituri și prejudecăți legate de persoanele cu dizabilități care creează foarte des bariere de comportament.

Luați în considerare trei declarații majore privind **dizabilitatea**:

1. Nu este o boală
 2. Nu înseamnă să nu fii autonom
 3. Nu face oamenii diferiți în interior.
- și apoi urmați principiile esențiale ale unei bune primiri:

1. Respectă întotdeauna demnitatea persoanei

2. Luați în considerare persoana și nu dizabilitatea
3. Vorbiți direct cu clientul și NU cu vreun asistent sau persoană însoțitoare
4. Nu presupuneți că știți cum să vă comportați: întrebați clientul și urmați instrucțiunile acestuia
5. Nu ajutați cu orice preț: întrebați mai întâi și așteptați până când oferta dvs. este acceptată.

Un minim de flexibilitate însoțit de claritate și curtoazie ar trebui să fie cheia bunei gestionări a multor situații complexe care pot apărea cu o persoană cu nevoi specifice:

- a) Unii clienți pot avea nevoie de timp suplimentar pentru a face sau a spune unele lucruri. Dacă nu poți înțelege ce s-a spus, întreabă din nou.
- b) Informațiile scrise pot fi furnizate în diferite formate (text electronic, litere mari, braille sau audio).
- c) Descrierea verbală a aspectului unei zone, inclusiv orice obstacole, cum ar fi scările sau mobilierul, în cazul în care clientul are deficiențe de vedere.
- d) Animalele de asistență trebuie considerate ca un sprijin esențial pentru orice client însoțit de acestea. Acestea sunt permise în toate spațiile publice și în transportul public, iar acest drept este protejat de lege. Nu le deranjați deoarece sunt animale bine antrenate și care lucrează
- e) asigurați-vă că utilizatorii de scaune cu rotile și persoanele cu statură mică pot ajunge la ghișee. Dacă acest lucru nu este posibil, găsiți o zonă de relaxare pentru a discuta cu clientul, astfel încât să păstrați contactul vizual.
- f) Alegeți poziția potrivită pentru a vorbi cu un client cu deficiențe de auz, fără a striga sau a exagera gesturi. Situațiile critice sunt adesea legate de o atitudine slab flexibilă, de absența mijloacelor de ajutor și a facilitatorilor (semnale acustice și luminoase, semnalizare grafică simplă și evidentă)
- g) Nu considerați limbajul semnelor ca utilizabil în diferite situații, deoarece este o limbă națională; pentru o comunicare eficientă, atâta clientul, cât și furnizorul de servicii trebuie să îl cunoască și să îl utilizeze pe același.

Etica dizabilității

Atunci când vă adresați unui client cu dizabilități, este necesar să utilizați un limbaj și o terminologie adecvată, evitând expresiile și cuvintele care ar putea fi deosebit de iritante, dacă nu chiar ofensatoare.

De exemplu, ar trebui evitați termeni precum „handicapat” sau „invalid”, „ciunt”, „legat de”. Folosiți în schimb termeni precum „persoană cu dizabilități” sau cu „nevoi specifice” sau cu „cerințe speciale” sau „persoană cu mobilitate redusă”.

În timpul conversației, nu ar trebui să vă simțiți inconfortabil să folosiți expresii precum „ne vedem mai târziu”, dacă oaspetele este orb, cel mai probabil este că el folosească aceeași expresie. În conversație este necesar să se concentreze **atenția asupra persoanei și nu asupra aspectului**

acesteia. Utilizarea limbajului simplu este întotdeauna de dorit, de exemplu evitarea acronimelor, abrevierilor, codurilor, expresiilor în dialect.

În general

- Disponibilitatea și politețea sunt întotdeauna apreciate;
- Aveți o atitudine naturală, dacă vă simțiți jenat, amintiți-vă că este normal, nu există motive să vă faceți griji cu privire la acest lucru. În relațiile cu clienții cu dizabilități nu există cerințe speciale: doar profesionalism și calitate ca răspuns la diferitele nevoi;
- Când vorbiți, evitați utilizarea codurilor cel puțin în contact direct: de exemplu, în cazul personalului companiei aeriene, nu vorbiți despre scaunul de tip WCHC (Wheel Chair Cabin), ci despre un pasager într-un scaun cu roțile de tip C;
- Atunci când nu este posibil să satisfaceți cerințele clientului cu cerințe specifice de acces, explicați motivele fără nicio jenă;
- Nu tratați adulții ca pe copii;
- Faceți tot posibilul ca persoanele cu deficiențe de vedere să exploreze mediul și obiectele prin atingere.

Unitatea de învățare Nr. 9 - “Servicii clienți”

Definirea conceptului de -Servicii clienți- nu este simplă: presupune o mulțime de strategii și acțiuni diferite care conduc la un principiu general: **relația dintre o companie și utilizatorii săi pentru satisfacția acestora din urmă.**

Din conceptul de servicii clienți este necesar să abordăm și conceptul de MRC managementul relațiilor cu clienții: descrie o strategie de afaceri care, bazată pe o filosofie de afaceri orientată spre client și cultura companiei, vizează un stil de gestionare a relațiilor cu clienții care ar duce la un avantaj competitiv. și o creștere a profitabilității pentru întreprindere.

Astfel, satisfacerea clientului devine obiectivul principal al fiecărei companii care furnizează servicii, plasând Clientul în centrul oricărei alegeri și decizii strategice. Din punct de vedere tehnic, MRC este colecția fiecărui punct de contact cu fiecare client - apeluri telefonice, e-mailuri, comenzi, care se deschide de fiecare dată când este nevoie să comunicați cu acel client. Puteți vedea răspunsurile anterioare din partea echipei dvs., problemele și ceea ce au făcut. CRM nu este important doar pentru a stoca informații despre clienți, ci și pentru a îmbunătăți serviciul pentru clienți în ansamblu.

Astfel, Satisfacția Clientului devine obiectivul principal al fiecărei companii care furnizează servicii, plasând Clientul în centrul oricărei alegeri și decizii strategice. Din punct de vedere tehnic, MRC este colecția fiecărui punct de contact cu fiecare client - apeluri telefonice, e-mailuri, comenzi, care se deschide de fiecare dată când este nevoie să comunicați cu acel client. Puteți vedea răspunsurile anterioare din partea echipei dvs., problemele și ceea ce au făcut. MRC nu este important doar pentru a stoca informații despre clienți, ci și pentru a îmbunătăți serviciul pentru clienți în ansamblu.

Pentru a rămâne în frunte, companiile de vârf își transformă afacerile în întreprinderi centrate pe client, conectate digital, capabile să răspundă nevoilor clienților

Evoluția digitală și creșterea așteptărilor clienților creează piețe în continua mișcare, în care loialitatea este câștigată cu greu și ușor de pierdut. Dacă clienții nu găsesc ceea ce doresc, vor merge la cineva care îi satisface. Situația este oarecum diferită în cazul întreprinderilor și structurilor care oferă servicii turistice clienților cu cerințe specifice de acces: de fapt, acest tip de turist poate prezenta un nivel mai ridicat de fidelitate, legat mai mult de corespondența efectivă a ofertei cu / propriile ei nevoi decât la o libertate de alegere generalizată.

Chiar dacă, datorită internetului, dar și altor surse de informații mai moderne, precum schimbul de informații între persoane pe rețelele sociale, aspect foarte important pentru acest tip de piață, clienții cu dizabilități au acces la mult mai multe informații decât în trecut și se simt mai puternici, iar alegerile lor sunt mai bine axate pe dorințele lor.

Serviciile eficiente pentru clienți trebuie să respecte acele reguli care sunt considerate „de aur” pentru a obține rezultatele scontate, oricât de dificil ar putea fi:

1. Serviciile pentru clienți sunt sarcina tuturor: fiecare contact cu clientul este important. Clienții nu fac nicio diferență între oamenii care operează într-o companie. Nu le pasă de roluri. Oricine reprezintă compania este judecat după comportamentul său.
2. Adresați întrebări și ascultați răspunsurile: dacă cunoașteți mai bine clientul și cerințele acestuia, puteți evita neînțelegerile, greșelile și puteți îmbunătăți relația
3. Promiteți doar ceea ce puteți livra: nimic nu este mai rău decât să creați așteptări care nu sunt îndeplinite de serviciul oferit. Dimpotrivă, furnizarea unui serviciu excelent poate câștiga mai mulți clienți și îi poate întreține
4. Puterea magică a scuzelor. Dacă ceva nu merge bine, este important să-l facem pe client să înțeleagă că companiei îi pasă cu adevărat și intenționează să găsească soluții adecvate.
5. Luați în considerare resursele umane ale companiei: trebuie să fie familiarizați cu produsul / serviciul pe care îl oferă clienților. Nu este nimic mai enervant decât să găsești pe cineva nesigur despre ce vorbește. Deci, instruirea joacă un rol decisiv în construirea imaginii de bună calitate și fiabilitate a companiei. Compania trebuie să le ofere cea mai eficientă pregătire și o motivație adecvată.



1

În prezent, vocea clienților are un număr tot mai mare de puncte de vânzare prin intermediul canalelor de socializare și pe diferite tipuri de site-uri web. Locuri precum Twitter, Facebook, secțiunile de comentarii ale site-urilor, blogurilor și site-urile de notare a serviciilor pentru clienți pot fi potențiale punctul de intrare într-un cerc virtuos, în timp ce o experiență proastă, descrisă folosind același suport media, poate crea un cerc foarte negativ și, prin urmare, rezultate critice pentru afacere. Pentru a evita ca o experiență negativă, reclamațiile și dezamăgirea clientului să afecteze imaginea companiei, este necesar să se pună în practică tehnici care vor ajuta compania să înțeleagă motivul reclamațiilor și situațiile critice, să le rezolve și astfel să îmbunătățească calitatea generală a serviciului.

¹ Source: <https://commons.wikimedia.org>

Rezolvarea problemelor poate fi definită ca arta de a rezolva probleme, prin utilizarea de tactici și tehnici pentru a dobândi eficacitatea și eficiența maximă în rezolvarea problemei.

În fața unei probleme pe care trebuie să o rezolvăm, continuarea utilizării aceluiași cadru de gândire care a generat problema este evident neproductivă. Trebuie să identificăm un aspect pe care încă nu l-am luat în considerare, să ne deschidem mintea către posibilități pe care nu le-am explorat încă, schimbând gândirea de la un nivel în care nu am putut rezolva problema la un nivel superior în care suntem capabili să înțelegem situația. Cele mai bune instrumente pentru a face acest lucru sunt întrebările. Cu toate acestea, trebuie alegeri întrebări productive, deoarece acestea trebuie să ajute la rezolvarea problemei. O întrebare bună adresată întotdeauna sinelui este:

Cum pot rezolva situația?

Toate întrebările care încep cu „CUM POT ...?” mergi în direcția corectă. Este important să se ia în considerare fazele specifice:

- a) Găsirea problemei: Realizați că a fost creată o situație incomodă
 - b) SETARE Problemă: Definiți problema - puneți întrebări DE CE?
 - c) ANALIZA Problemei: Împărțiți problema principală în probleme secundare
 - d) Soluționarea problemelor: eliminați cauzele și răspundeți la întrebări
În acest moment, ar trebui elaborate alte două etape esențiale în rezolvarea problemelor: sarcina rezolvării problemelor este de a transforma o problemă bine definită într-un proiect care trebuie gestionat. Dacă setarea problemei individualizează ce să faci, rezolvarea problemelor individualizează cum să o faci.
 - e) DECIZIE: Decideți să acționați în funcție de răspunsurile obținute
 - f) ADOPTAREA Deciziilor: Treceți la acțiune
- Aplicarea rezultatelor la regulile și procedurile companiei este o strategie câștigătoare.

Unitatea de învățare Nr. 10 - “Gestionarea situațiilor neprevăzute”

Chiar și o călătorie foarte atent planificată poate întâmpina probleme care nu ar putea fi prevăzute în momentul rezervării, călătoriei sau șederii la destinația finală a unui turist cu nevoi specifice de acces.

Atunci când un turist cu handicap călătorește, trebuie să fie bine pregătit să facă față oricărui accident cu propriile echipamente când realitățile se dovedesc a fi departe de ceea ce a fost promis de agenții de turism și/sau de organizatorii excursiei.

S-ar putea să existe evenimente excepționale, atât de natură privată (rănirea în timpul călătoriei și nevoie de îngrijire medicală), fie de natură mai generală, cum ar fi evenimente naturale dramatice sau situații de tulburări sociale, care ar putea necesita asigurarea siguranței clientului și prevenirea daunelor personale.

Chiar dacă călătoriile sunt planificate cu cea mai mare grijă și atenție la detalii, informațiile colectate înainte de plecare nu sunt întotdeauna destul de precise sau uneori sunt absolut eronate, obiceiurile și / sau legislația din destinație nu oferă aceleași experiențe de egalitate pe care oamenii le primesc acasă, personalul furnizorilor de servicii nu este suficient de instruit pentru a putea repara lucrurile.

Povara majoră în vederea evitării sau rezolvării situațiilor incomode revine personalului: acesta trebuie să știe ce măsuri să ia în orice situație critică, modul în care serviciul pe care îl oferă depinde de alte elemente ale lanțului de servicii turistice, cum să interacționeze cu publicul sau organismele private care pot acorda o soluție, dar mai ales să conștientizeze pe deplin nevoile potențialilor lor clienți.

Cooperarea cu clientul, în identificarea unei soluții care poate fi acceptată, este esențială.

Resursele de personal, de la conducere până la furnizarea oricărei sarcini specifice, trebuie să știe cum a fost organizată călătoria clientului, cine a fost / este responsabil pentru livrarea corectă a părții sale de competență și să știe cum să contacteze organisme externe sectorului turismului cum ar fi spitalele, companiile de asigurări, departamentele de poliție și organizațiile publice de turism, care sunt instituite instituțional pentru a interveni dacă vor apărea situații critice specifice.

Situațiile neprevăzute pot fi împărțite în diferite categorii principale:

1. Evenimente care afectează independența clientului, cum ar fi pierderea sau deteriorarea echipamentelor sale tehnice, nu există înlocuiri sau piese de schimb disponibile, nu există oportunități de închiriere, refuzul de a accepta animale de serviciu în interiorul facilităților turistice.
2. Anularea sau întârzierea serviciilor care ar putea pune în pericol parcurgerea fără probleme a întregii călătorii.
În astfel de cazuri, este important să căutați alternative și să fiți pregătiți să acoperiți eventualele costuri suplimentare.

3. În ceea ce privește animalele de serviciu, orice furnizor de servicii a trebuit să se adreseze autorităților locale capabile să respecte legea.
4. Situații logistice care împiedică clientul să utilizeze în deplin confort (accesibilitate, utilizare) facilitățile rezervate, cum ar fi structurile de cazare ale căror aranjamente nu răspund în totalitate sau nici măcar parțial nevoilor specifice de acces ale clientului. Este important să se ia în considerare faptul că toate facilitățile unui hotel (dormitor, restaurant, lift, baie, spa-uri, piscină, sală de conferințe etc.) trebuie să poată fi utilizate fără a crea probleme de acces sau situații jenante.
Dacă, din oarecare motiv, ceea ce a fost rezervat și plătit nu se dovedește adecvat, conducerea facilității trebuie să găsească o alternativă adecvată, să o ofere clientului și să aștepte aprobarea acestuia. Costurile suplimentare posibile trebuie acoperite, fie de furnizorul în sine, fie de la agentul de turism / serviciul de rezervare online prin care a fost organizat serviciul
5. Probleme medicale și de sănătate. Fiecare turist călătorește în mod normal cu un stoc de medicamente de care ar putea avea nevoie pe parcursul întregii călătorii. De asemenea, aceștia pot avea o asigurare medicală care acoperă nevoile medicale majore atunci când călătoresc, inclusiv posibilitatea de a se întoarce acasă în caz de urgență.

Unele situații neprevăzute pot apărea în timpul călătoriei:

- a) Îmbolnăvirea
- b) Rănirea în timpul utilizării mijloacele de transport în comun sau chiar în camera de hotel sau în timpul vizitelor turistice
- c) Evacuări de urgență pentru incendii sau scurgeri de gaz, cutremure, inundații, etc.
- d) Având o reacție alergică la alimente, în caz de intoleranță severă

În toate aceste cazuri este important să apelați imediat la un medic, o ambulanță, dacă situația este foarte gravă, și să organizați transferul la cel mai apropiat spital.

În consecință, toate numerele de referință și persoanele de contact cărora trebuie să li se solicite intervenția trebuie să fie la dispoziția imediată a personalului furnizorului de servicii.

Chiar dacă este instruit în elementele de bază ale primului ajutor, este mai bine să aștepte medicii și asistenții medicali.

Atunci când este necesară o evacuare, nu mișcați singur clientul și acest lucru ar putea fi contrar unor legi naționale.

De asemenea, va fi important să verificați clauzele oricărei asigurări de sănătate, acoperirea acesteia și aplicabilitatea regulilor în țara aceasta.

Regulile de aur vor fi:

- Fiți conștienți de toate detaliile călătoriei clienților și contactați toți agenții relevanți care furnizează fiecare componentă a călătoriei
- Stați liniștit, analizați situația, ascultați clientul și asigurați-l că sunteți acolo pentru a rezolva problema. Amintiți-vă că trebuie identificată o soluție.



- Fiți pregătit să începeți procedurile de urgență cât mai curând posibil și să vă conectați cu oamenii și organizația potrivită, care vă vor ajuta să găsiți o soluție

A face față situațiilor neprevăzute și a le trata astfel încât clientul să nu sufere niciun disconfort face parte din nivelul de calitate al serviciului pe care îl urmărește fiecare operator turistic, fie public, fie privat.

Resursele umane sunt o componentă esențială a ofertei de calitate și angajamentul lor trebuie să fie apreciat ca un activ important în beneficiul afacerii.



Modulul de învățare Nr. 3 - “Evaluarea accesibilității”

Unitatea de învățare Nr. 11 - “Sisteme de informare a accesibilității”

Ce este un sistem de informații privind accesibilitatea?

- o sursă de comunicare informațională care urmărește să asigure calitatea activelor corporale furnizate destinațiilor turistice.
- poate fi administrat de întreprinderi publice sau private sau ONG-uri
- intenționează să satisfacă nevoia de informații de accesibilitate a turiștilor cu dizabilități sau a persoanelor cu alte cerințe de acces.

Un sistem de informații privind accesibilitatea (SIA) ar trebui să răspundă la întrebarea fiecărui potențial vizitator „Este accesibil PENTRU MINE?”

Colectarea și prezentarea informațiilor / datelor de accesibilitate necesită o lucrare detaliată iar, în facilități mari, poate fi o sarcină complexă. Prin urmare, necesită o abordare structurată.

Există multe sisteme de informații privind accesibilitatea care utilizează diferite instrumente de colectare și prezentare a datelor.

Câteva întrebări cheie de luat în considerare:

- A cui cerințe de acces sunt acoperite?
- Informațiile de accesibilitate sunt pentru un singur tip de utilizator sau pentru mai mulți?
- Cum putem avea încredere în informații?
- Cine colectează informațiile și cum le-a făcut?
- Informațiile sunt fiabile: actualizate, exacte, relevante?
- Cine verifică informațiile?

Sunt examinate câteva exemple de SIA și caracteristicile acestora, inclusiv site-uri de rezervare „de top” și furnizori specializați de informații turistice accesibile: Hotels.com, Booking.com, TripAdvisor.com, Ewan's Guide, Accessaloo, Eating Out-Venue Guide, Pantou – Registrul Turistic Accesibil.

Pantou este registrul turistic accesibil dezvoltat de ENAT și EWORX ca parte a unui studiu european.

Pantou works with over 30 Accessibility Information Schemes (AIS), enabling their members to register, free of charge in the Pantou Directory.

- Înființat inițial de Comisia Europeană
- Sprijină IMM-urile din turism care au servicii accesibile
- Include peste 70 de tipuri de servicii, de ex. Situri de patrimoniu cultural, cazare, închiriere de echipamente, ghiduri turistice, transferuri
- Acoperă TOATE categoriile de clienți și cerințele de acces
- Peste 900 de furnizori accesibili deja înregistrați
- Gratuit pentru companii, sectorul public și vizitatori

Pantou funcționează cu peste 30 de scheme de accesibilitate (SIA), permițându-le membrilor să se înregistreze gratuit în Directorul Pantou. **Furnizorii de servicii turistice** care sunt certificați sau etichetați de un sistem de acces pot indica numele sistemului de care aparțin în timpul **procesului de înregistrare pe platforma Pantou**. Acest lucru permite vizitatorilor potențiali să verifice dacă accesibilitatea locului sau a serviciului este potrivită pentru ei.

Furnizorii de servicii care nu au SIA în orașul, regiunea sau țara lor, ar trebui **să scrie și să încarce o declarație de acces Pantou** folosind chestionarul „autoevaluare” și șablonul WORD.

Unitatea de învățare Nr. 12 - “Raport de acces și instrumente de colectare”

Un ghid de accesibilitate este un document scris de un furnizor de servicii (sau un agent desemnat) care descrie caracteristicile de accesibilitate ale unui serviciu și / sau unei facilități de turism, cât mai obiectiv și factual posibil.

În unele țări sau regiuni se folosește termenul „**Ghid de acces**” sau „**Ghid de accesibilitate**”. Înseamnă același lucru.

Declarația/Ghidul de acces este utilizat pentru a informa potențialii clienți sau vizitatori despre accesibilitatea locului și / sau a serviciului și este deosebit de utilă ca instrument de planificare pentru vizitatorii care au cerințe specifice de acces.

O declarație de acces se bazează pe o listă de verificare care este utilizată pentru a descrie sau măsura accesibilitatea unui loc, a unei proprietăți sau a unui serviciu pentru vizitatori.

Cerințele de accesibilitate sunt legate de toți utilizatorii cu diverse dizabilități și / sau alte cerințe de acces, cum ar fi persoanele cu limitări și deficiențe de mobilitate, persoanele cu deficiențe de auz, de vedere sau cognitive, persoanele în vârstă, familiile cu copii mici și multe altele.

Informațiile de accesibilitate furnizate în Declarațiile de acces sunt foarte importante pentru utilizatorii cu cerințe specifice de acces. Le permite acestora, familiei și prietenilor acestora să ia decizii în cunoștință de cauză cu privire la vizitele lor, ținând cont de cerințele lor, asigurând o vizită și o experiență mai sigură și de calitate.

O declarație de acces poate fi de două feluri:

1. Realizat individual de experți în accesibilitate sau cu ajutorul unui sistem de informații privind accesibilitatea. Informațiile furnizate prin intermediul acestor Declarații de acces sunt exacte și fiabile.
2. Autoevaluarea. Declarațiile de acces autoevaluate sunt furnizate de operatorii de turism / proprietarii companiilor care nu au cunoștințe specifice privind accesibilitatea, dar pot fi foarte utile și corecte, în funcție de conștientizarea și posibila pregătire scurtă a proprietarului sau a personalului responsabil.

Existența unui ghid de acces oferă o oportunitate de marketing pentru o afacere de a ajunge pe o piață mai largă și oferă afacerii avantaje competitive, permițând vizitatorilor să ia decizii în cunoștință de cauză, aflând astfel dacă un loc și facilitățile sale sunt potrivite pentru ei.

Fotografiile pot fi utilizate în ghidul de acces ca o modalitate suplimentară de informare a persoanelor cu cerințe de acces. Acestea ar trebui realizate pentru a arăta caracteristici specifice care prezintă un interes cheie pentru vizitator.

Linkurile către videoclipuri care prezintă accesibilitatea companiei, găzduite pe YouTube și Vimeo sunt, de asemenea, foarte utile ca surse de informații

pentru toți potențialii vizitatori și în special pentru cei cu cerințe specifice de acces.

Pentru a completa un ghid de acces, sunt necesare următoarele instrumente de colectare:

- Accesarea șablonului de declarație cu întrebări / listă de verificare la care trebuie să se răspundă.
- Accesarea informațiilor de ghidare (dacă există) pentru a răspunde corect la întrebările din lista de verificare.
- Ghid de măsurare și poze
- Ruletă
- Aparat foto
- Notepad sau tabletă

Câteva exemple de ghiduri de acces sunt prezentate pentru a ilustra principiile descrise mai sus.

Șablonul „Ghidul de acces Pantou” este explicat, secțiune cu secțiune, indicând diferitele tipuri de date și informații care trebuie colectate și inserate în formular. Acest șablon va fi utilizat de stagiați într-un exercițiu practic de grup, atunci când va fi efectuat un audit de accesibilitate într-o unitate turistică (Unitatea de învățare 13).

Unitatea de învățare Nr. 13 - “Elaborarea unui audit de acces, tehnici de audit”

Acest exercițiu va fi realizat folosind instrumentul de colectare „Pantou” și lista sa de verificare a accesibilității. Într-o discuție cu administratorul clădirii / facilității, proprietarul sau persoana responsabilă de accesibilitate, (dacă există) este important să identificați:

- Politica de management privind accesibilitatea
- Zonele care trebuie auditate
- Serviciile oferite pentru clienți

Elevii ar fi trebuit să studieze în prealabil Ghidul de măsurare și foto înainte de toate și ar trebui, de asemenea, să fie echipați cu instrumentele de măsurare adecvate, de ex. bandă de măsurat, aparat de fotografiat etc.

Domenii cheie care trebuie utilizate ca exemple în exercițiul practic

1. Caracteristici comune ale clădirilor și facilităților, de ex. intrare, recepție, toalete de uz public, elemente de circulație orizontală și verticală (cum ar fi coridoare, ascensoare, scări, ...)
2. Zone funcționale specifice în funcție de destinația utilizării clădirii sau facilității, de ex. clase într-o clădire educațională, camere într-un hotel, zonă de luat masa într-un restaurant)

La fața locului:

- Grupul de elevi este împărțit în echipe mai mici pentru a măsura, descrie și înregistra datele pentru diferite zone ale clădirii / facilității, utilizând lista de verificare
- Profesorul supraveghează și îndrumă echipele atunci când efectuează măsurători

Fiecare clădire / locație este un caz diferit și este posibil ca unele caracteristici sau probleme de acces să nu fie pe deplin capturate de lista de verificare. Din acest motiv, orice problemă specifică sau situații / obstacole neprevăzute care pot fi găsite în timpul auditului vor fi explicate de către instructor și vor fi oferite îndrumări suplimentare.

Fotografiile sunt folosite pentru a ilustra caracteristicile și obstacolele de accesibilitate, dacă există, pentru a îmbunătăți informațiile pentru utilizatorii ghidului.

Problemele de accesibilitate care ar fi putut fi identificate ar trebui să fie descrise pe scurt și evidențiate la comentarii, pentru a asigura informații obiective și fiabile vizitatorului.

Modulul de învățare Nr. 4 - “Informație și comunicare”

Unitatea de învățare Nr. 14 – “Furnizarea de informații clienților cu nevoi de acces”

Această unitate de învățare se concentrează pe modul în care furnizorii de turism pot oferi informații de accesibilitate clienților cu cerințe de acces.

Turiștii cu cerințe de acces au nevoie de informații foarte specifice și factuale despre condițiile de accesibilitate pe care le vor întâlni la locul de desfășurare.

Prin urmare, este important să vă asigurați că informațiile de accesibilitate adecvate sunt disponibile și că sunt furnizate într-un mod simplu și clar. De asemenea, ar trebui să fie verificate de un specialist în accesibilitate și actualizate. Este esențial să acordați atenție formatului informațiilor pentru a vă asigura că informațiile în sine sunt accesibile persoanelor cu cerințe de comunicare diferite.

Motivul pentru care oamenii cumpără produse și servicii de călătorie, sunt numeroase, dar, clienții cu cerințe de acces sunt motivați să găsească produse și servicii care să le ofere accesibilitate adecvată, într-un mod sigur și inclusiv.

În momentul în care furnizorul oferă informații despre accesibilitate, acesta trebuie să „se pună în locul persoanelor cu nevoi speciale”. Asta înseamnă că luați în considerare în primul rând ceea ce clienții știu deja despre propriile cerințe de acces. Cu cât înțelegeți mai bine nevoile clienților, cu atât mai bine îi veți putea informa cu privire la problemele de accesibilitate care îi preocupă.

Abilitățile și deficiențele utilizatorilor stabilesc anumite cerințe referitor la modul în care le sunt furnizate informațiile și datele de care au nevoie. Furnizorii de turism trebuie să ia în considerare diferitele limitări și cerințe implicate de diferitele dizabilități, deficiențe sau sănătate și alte condiții prezentate de vizitatori.

În canalele de informare, cum ar fi site-urile web, există cinci factori critici la care să ne gândim; informațiile ar trebui să fie:

- 1) ușor de găsit
- 2) ar trebui să fie accesibile,
- 3) să fie fiabile,
- 4) exacte și
- 5) actualizate.

Amintindu-și de călătoria vizitatorilor (descrișă în modulele anterioare), furnizorii ar trebui să ia în considerare importanța accesibilității informațiilor în toate etapele călătoriei respective: căutarea, planificarea, rezervarea, - accesarea informațiilor legate de deplasare în timpul călătoriei, atunci când

stați la destinație și vă bucurați de experiențe iar ulterior posibilitatea de a împărtăși informații despre experiențe celor de acasă.

Unitatea de învățare continuă să ia în considerare o analiză a datelor utilizatorilor de către Google, care se referă la „Cinci etape ale călătoriei” lor, care corespund îndeaproape călătoriei vizitatorilor.

Există patru pași importanți sau principii generale care trebuie luate în considerare în proiectarea formei informației și a conținutului. Pasul A. Percepție, Pasul B. Descoperire, Pasul C. Înțelegere și Pasul D. Utilizarea informațiilor. Furnizorii de informații trebuie să elaboreze conținutul astfel încât să corespundă abilităților perceptivă ale utilizatorilor și să le permită să descopere informațiile și să le înțeleagă corect. Aceștia ar trebui să aleagă aspectul, stilul și conținutul informațiilor, permițându-le clienților să decidă cum să folosească și să acționeze asupra conținutului prezentat.

Informațiile prezentate intră într-o mulțime de detalii pentru diferiții utilizatori. Unitatea de învățare prezintă, de exemplu, informațiile de accesibilitate furnizate de Barcelona Turisme care prezintă site-ul lor specializat pentru turism accesibil.

Site-ul oferă o imagine de ansamblu cuprinzătoare asupra atracțiilor orașului: ce se poate vizita, transport, unde se poate dormi și alte servicii. Site-ul folosește pictograme care prezintă informații pentru utilizatorii cu deficiențe vizuale, auditive, motorii sau cognitive. O subsecțiune a site-ului conține o facilitate de căutare a atracțiilor vizitatorilor care permite utilizatorilor să selecteze anumite tipuri de atracții și să vizualizeze o listă de caracteristici de accesibilitate pentru fiecare grup în cauză. Un exemplu de loc accesibil este un teatru în aer liber.

Pentru fiecare atracție turistică, pagina web Barcelona Turisme oferă un formular de feedback pentru vizitatori care poate fi utilizat pentru a trimite comentarii către site-ul web, permițând utilizatorilor să furnizeze informații, de exemplu cu privire la orice probleme de accesibilitate sau probleme pe care le întâmpină.

Informații suplimentare cu privire la modul de furnizare a informațiilor clienților cu cerințe de acces sunt prezentate în două resurse cheie: 1) Recomandările OMT privind informațiile accesibile în turism; și 2). Setul de instrumente al Autorității Naționale a Persoanelor cu Dizabilități din Irlanda privind implicarea clienților în turism.

Unitatea de învățare Nr. 15 - “Metode corespunzătoare pentru diferite suporturi”

Această unitate de învățare se concentrează pe 1) Cum să faci informații accesibile, ușor de înțeles și utilizabile de cât mai mulți vizitatori; și 2) Cum să proiectați informații accesibile în diferite formate și să le furnizați prin diferite canale de informații.

Principala referință pentru această unitate de învățare este „Setul de instrumente pentru design universal pentru implicarea clienților în servicii turistice”, dezvoltat de Autoritatea Națională pentru Dezabilități din Irlanda și

Setul de instrumente de proiectare universală se bazează pe un standard irlandez pentru îndrumări privind utilizarea designului universal pentru a îmbunătăți comunicarea dintre furnizorii de servicii turistice și clienții acestora. Se referă la: comunicații electronice, comunicații scrise, comunicații telefonice și comunicații față în față - prezentarea de sfaturi și îndrumări cu privire la facilitarea și eficientizarea procesului de comunicare atât pentru furnizorul de turism, cât și pentru client.

În această unitate de învățare sunt prezentate două videoclipuri scurte care explică modul în care întreprinderile irlandeze au beneficiat de utilizarea setului de instrumente privind designul universal pentru implicarea clienților în serviciile turistice. Din studiile efectuate de centrul de excelență în design universal se arată că:

52% dintre clienți achiziționează mai mult de la afacere ca urmare a unei bune experiențe a clienților

58% dintre clienți sunt azi, mai predispuși să povestescă altora experiențele lor legate de servicii decât cu cinci ani în urmă

24% dintre clienți vor continua să folosească furnizorii de servicii timp de doi sau mai mulți ani după o experiență bună.

Crearea unei experiențe bune pentru client este o parte esențială în livrarea turismului accesibil, iar în acest proces modul în care sunt proiectate comunicațiile este extrem de important.

Începând cu comunicațiile electronice, Unitatea de învățare descrie „10 sfaturi esențiale pentru conținutul web”. Mai multe dintre aceste caracteristici sunt explicate cu exemple din ghidul de instrumente.

Pentru furnizarea de informații pentru web sunt prezentate o serie de instrucțiuni care ajută la prezentarea informațiilor într-un mod clar consecvent și concis.

Pentru comunicarea telefonică și video față în față, este foarte important să folosiți un limbaj simplu, să vă gândiți la ceea ce spuneți, să vorbiți clar și încet și să scrieți mesajele simplu. Într-o conversație, personalul din turism ar trebui să asculte și să răspundă clientului și să nu termine frazele clienților! Sunt descrise și alte sfaturi.

Informațiile scrise joacă un rol cheie în orice afacere din turism. Proiectarea documentelor este descrisă cu exemple legate de imagini, dimensiunea fontului, contrastul culorilor și aspectul.

Unitatea de învățare se încheie cu sfaturile cheie oferite în Unitatea de învățare anterioară (14) cu privire la proiectarea comunicațiilor:

Pasul A. Percepția - poate utilizatorul să perceapă informațiile; ce format, stil?

Pasul B. Descoperiți - poate utilizatorul să descopere informațiile pe care le caută?

Pasul C. Înțelegeți - este informația într-o formă pe care o poate înțelege utilizatorul?

Pasul D. Utilizare - este utilizatorul capabil să acționeze, pe baza informațiilor furnizate?

Unitatea de învățare Nr. 16 - “Accesibilitatea de marketing”

Această unitate de învățare se concentrează pe modul de comercializare a accesibilității locurilor, produselor și serviciilor turistice pentru turiștii cu dizabilități și / sau persoane cu cerințe specifice de acces. Acesta explică modul în care oaspeții caută accesibilitatea, diferitele canale de comunicare disponibile și ce îi determină pe turiști să rezerve. Unitatea include exemple de bune strategii și practici de comunicare utilizate de destinațiile turistice și întreprinderile din întreaga Europă.

Unitatea de învățare nu examinează dimensiunea sau valoarea pieței turismului accesibil, așa cum a fost tratat anterior. Aici, accentul se pune pe modul de prezentare a informațiilor despre ofertă și de interacțiunea eficientă cu clienții, utilizând cele mai adecvate canale.

Se observă, la fel ca în unitatea de învățare anterioară, că este deosebit de important pentru persoanele cu cerințe de acces ca informațiile să fie ușor de găsit, accesibile, fiabile, exacte și actualizate.

Șase instrumente cheie de marketing sunt enumerate după cum urmează: declarația dvs. de acces sau ghidul de accesibilitate, B. un site web accesibil, C. rețelele sociale, D. Aplicații, E. Bloggeri și canale de examinare a călătoriilor și F. agenții și operatori de listări specializați.

(A) și (B) Ghidul de accesibilitate de pe site-ul Eden Project, o atracție turistică din sud-vestul Angliei este prezentat ca un exemplu de bune practici. Această atracție turistică a câștigat un premiu de la VisitEngland ca unul dintre cele mai bune locuri accesibile din Anglia. Locația are un site web accesibil care este conceput pentru a putea fi utilizat de către persoanele cu dizabilități, respectând orientările WCAG și are o gamă largă de servicii, un mediu accesibil și imagini potrivite pentru persoanele cu dizabilități, familii și vizitatorii mai în vârstă. Ghidul de accesibilitate oferă multe detalii despre cum să ajungeți la destinație, parcare și puncte de depozitare accesibile, centrul pentru vizitatori, toalete accesibile și o serie de sfaturi care ajută vizitatorii să aibă o vizită confortabilă și plăcută.

(C) canale de socializare. Întreprinderile din turism utilizează canalele de socializare, în primul rând, pentru a răspândi vestea despre companie, în al doilea rând, pentru a atrage noi clienți și, în al treilea rând, pentru a spori satisfacția clienților, folosind platformele de socializare ca instrument de comunicare pentru a interacționa cu clienții pentru a oferi asistență și pentru a răspunde la întrebările despre servicii. Sunt prezentate unele dintre cele mai populare canale de socializare: Instagram Twitter Facebook, Pinterest și Facebook.

(D) Aplicațiile sunt din ce în ce mai mult utilizate pentru a prezenta informații de accesibilitate turiștilor. Există o mare varietate de aplicații pe piață care servesc o varietate de scopuri. Aplicațiile sunt utilizate pentru navigare și asistență pentru informații oferite persoanelor aflate în mișcare, inclusiv pentru cei cu deficiențe de vedere sau de auz. Există multe aplicații conectate la schemele de informații privind accesibilitatea, așa cum s-a menționat în unitățile de învățare anterioare. Aplicația Tur4All dezvoltată de

PREDIF în Spania este prezentată ca exemplu al unei astfel de aplicații de accesibilitate.

(E) Colaborarea cu bloggerii de călătorii și în special cu persoanele cu dizabilități s-a dovedit a fi un mod foarte eficient de a ajunge la clienții cu cerințe de acces. Bloggerii și Vloggerii (video-bloggeri) sunt capabili să ofere o opinie directă despre ceea ce au experimentat și să aducă destinația vie în moduri pe care mulți ghizi de călătorie și site-uri web nu le pot face. Sunt prezentate ca exemplu, câteva site-uri web ale unor bloggeri de călătorie cunoscuți. Acesta este un domeniu în care destinațiile pot câștiga credibilitate și reputație prin marketingul prin viu grai care vine de pe aceste site-uri de bloguri.

(F) Există multe agenții de listare specializate și operatori care oferă, de asemenea, canale de marketing adecvate pentru oferte accesibile. Sunt prezentate două exemple: site-ul web al „Tui”, operatorul de turism și Pantou.org, site-uri care vor prezentate cursanților acestui curs. Principiile cheie rămân aceleași atunci când proiectăm conținutul de marketing pentru potențiali vizitatori, indiferent de canalul de marketing utilizat. Furnizorii ar trebui să se întrebe

- Pentru cine este acesta?
- Ce vor ei?
- Ce vreau eu?

Când furnizorul de turism știe răspunsul la aceste întrebări, atunci, el își poate comercializa facilitățile astfel încât să se potrivească acelor persoane.