



ACCESS IT

ACCESS-IT

Innovation for Accessible Tourism
in Natural and Rural Areas

Project No: 2019-1-PL01-KA202-065140

Come sviluppare un'offerta turistica veramente accessibile e soddisfare la domanda



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo documento è stato preparato per il progetto „ACCESS-IT”,
finanziato dalla Commissione europea nell'ambito del KA2 VET
e riflette il punto di vista dei paesi partner

CC-BY-NC-SA



Questo documento può essere copiato, riprodotto o modificato secondo le regole di cui sopra.
Inoltre, un riconoscimento degli autori del documento e tutte le parti applicabili dell'avviso di copyright devono essere chiaramente citate.

Tutti i diritti riservati.

© Copyright 2020 ACCESS-IT

Esclusione di responsabilità

Le opinioni rappresentate in questo documento riflettono solo le opinioni degli autori e non quelle dell'Unione Europea. L'Unione europea non è responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni contenute in questo documento. Inoltre, le informazioni sono fornite „così come sono” e non viene data alcuna garanzia che le informazioni siano adatte a qualsiasi scopo particolare.
L'utente delle informazioni le utilizza a suo esclusivo rischio e responsabilità

Partners di progetto



Per i dettagli completi dei partner visita il sito <http://accessitpro.eu/#partners>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Indice

1. Cosa	4
2. Chi	7
3. Chi	8
4. Monitoraggio della qualità del servizio	12
5. Riferimenti e ulteriori letture	14

Tabella delle figure

Figura 1. Sei passi nello sviluppo di servizi turistici accessibili	8
Figura 2. Esempi di servizi accessibili	11
Figura 3. Le tre parti di un questionario di monitoraggio	13

1. Cosa

Questa linea guida è un toolkit di supporto alle imprese per intraprendere un approccio strategico allo sviluppo di servizi e prodotti turistici accessibili e di informazioni sull'accessibilità. Sia i manager del turismo pubblico e privato che i proprietari di PMI possono usare questo toolkit per sviluppare o migliorare la loro consapevolezza dei requisiti di accesso dei loro clienti e acquisire nuove competenze per sviluppare e implementare soluzioni accessibili e sostenibili, che potrebbero aiutarli ad aumentare la loro quota del crescente mercato del turismo accessibile. Questo è anche particolarmente importante per le imprese nelle aree naturali e rurali (NRA), dove le offerte accessibili sono spesso limitate.

L'obiettivo del **Turismo per Tutti** è quello di permettere a tutti di godere delle esperienze turistiche su una base di parità. Questo significa che le persone con disabilità o con altri requisiti di accesso specifici e le loro famiglie dovrebbero avere la possibilità di scegliere dove e come viaggiare, in modo indipendente e in tutta comodità e sicurezza, sulla base di informazioni e servizi affidabili lungo tutta la catena del valore turistico. I turisti con specifiche esigenze di accesso possono incontrare difficoltà in qualsiasi punto del loro viaggio, dalla prima pianificazione (raccolgere e vagliare le informazioni), alla prenotazione, al viaggio (in vari modi di trasporto), nell'alloggio, quando si visitano attrazioni, luoghi culturali, aree urbane o paesaggi naturali, nei ristoranti e nei caffè, quando si fa shopping o si partecipa a un incontro di lavoro o a una conferenza e al ritorno a casa.

Il „viaggio del visitatore”, come descritto nel Topic 1, può essere usato per identificare i punti critici della catena dei servizi dove tipicamente si possono verificare le barriere d'accesso (figura 1, sotto). In ogni fase del viaggio del visitatore, i proprietari e i manager delle imprese sono guidati a valutare l'accessibilità della loro offerta. Sulla base di queste valutazioni, possono capire e decidere se sono necessari miglioramenti e adattamenti nelle loro strutture e/o servizi esistenti, al fine di migliorare l'accessibilità della loro offerta e oddisfare le esigenze e le aspettative dei clienti.



Figura 1. Il viaggio del visitatore

Le fasi del viaggio del visitatore sono:

- Pianificazione e prenotazione
- Viaggio da/verso la destinazione/il luogo
- Pernottamento
- Cibo e bevande
- Mobilità / Trasporto locale
- Attività
- Condivisione e ricordo delle esperienze.

In ogni fase è importante identificare le specifiche esigenze di accessibilità dei clienti, in base alle loro necessità e preferenze, in modo da ridurre al minimo le barriere di accesso e fornire servizi turistici di alta qualità. È quindi evidente che tutti i manager e il personale che sono impiegati in un ruolo di servizio in qualsiasi parte del „viaggio del visitatore” devono avere conoscenze, abilità e competenze adeguate per offrire tali servizi a tutti i visitatori.

Universal Design: la chiave per progettare servizi turistici accessibili

Essenzialmente, i servizi turistici dovrebbero essere progettati per essere inclusivi, per quanto possibile senza la necessità di adattamenti per i visitatori che possono avere certe menomazioni o requisiti di accesso. La progettazione dei servizi deve seguire il cosiddetto approccio „Universal Design”, che è stato sviluppato negli Stati Uniti negli anni '90.

„Il design universale è la progettazione di prodotti e ambienti per essere utilizzabili da tutte le persone, nella misura più ampia possibile, senza la necessità di adattamenti o di un design specializzato.

L'intento del concetto di design universale è quello di semplificare la vita per tutti.

Il concetto di design universale si rivolge a tutte le persone di tutte le età, dimensioni e abilità”.

(Center for Universal Design, Raleigh, NC, USA)

Il concetto di Universal Design si basa su 7 principi:

1. *Uso equo.* Il design è utile e commerciabile per persone con diverse abilità. Per esempio, un sito web progettato in modo che sia accessibile a tutti, comprese le persone non vedenti, impiega questo principio.
2. *Flessibilità nell'uso.* Il design si adatta a un'ampia gamma di preferenze e abilità individuali. Un esempio è la fornitura di tavoli regolabili in altezza per le pause caffè agli eventi, permettendo ai visitatori di stare seduti o in piedi.
3. *Uso semplice e intuitivo.* L'uso del design è facile da capire, indipendentemente dall'esperienza, dalle conoscenze, dalle abilità linguistiche o dal livello di concentrazione attuale dell'utente. I rubinetti a leva per l'uso con una sola mano sono un esempio di applicazione di questo principio.
4. *Informazioni percepibili.* Il design comunica efficacemente le informazioni necessarie all'utente, indipendentemente dalle condizioni ambientali o dalle capacità sensoriali dell'utente. Un esempio è quando le informazioni in aree pubbliche rumorose includono didascalie.
5. *Tolleranza all'errore.* Il design minimizza i pericoli e le conseguenze avverse di azioni accidentali o non volute. Un esempio di un prodotto che applica questo principio è un programma software educativo che fornisce una guida quando l'utente fa una selezione inappropriata.
6. *Basso sforzo fisico.* Il design può essere usato in modo efficiente e confortevole e con un minimo di fatica. Le porte che sono facili da aprire per persone con un'ampia varietà di caratteristiche fisiche dimostrano l'applicazione di questo principio.
7. *Dimensione e spazio per l'avvicinamento e l'uso.* La dimensione e lo spazio appropriati sono forniti per l'avvicinamento, il raggiungimento, la manipolazione e l'uso, indipendentemente dalla dimensione del corpo dell'utente, dalla postura o dalla mobilità. Un esempio è un bancone più basso alla reception, adatto alle persone su sedia a rotelle.

L'applicazione dei principi dell'Universal Design può richiedere una guida specialistica quando si pianificano nuove infrastrutture e servizi turistici o si migliorano quelli esistenti.



2. Chi

Questa linea guida si rivolge a diversi gruppi target, tra cui gli operatori turistici e i loro fornitori, i formatori VET, le organizzazioni professionali e i manager delle destinazioni. Tutti questi gruppi possono trarre beneficio dalla comprensione dei bisogni dei clienti con specifiche esigenze di accesso per assicurare che i loro ospiti ricevano un servizio appropriato e di qualità, e allo stesso tempo dimostrare perché ha un buon senso commerciale farlo. La linea guida può essere usata da manager e proprietari di PMI per pianificare e sviluppare i loro servizi accessibili, e da formatori per la progettazione di corsi di formazione professionale.

Più specificamente, la guida è indirizzata a:

- **Proprietari di piccole e medie imprese (PMI)**, ad esempio servizi di alloggio, ristorazione, che forniscono servizi turistici ai visitatori, compresi quelli con specifiche esigenze di accesso come parte del loro mercato target
- **Dirigenti di PMI private o imprese turistiche pubbliche, compresi i dirigenti di attrazioni turistiche (ad esempio musei, gallerie)**, fornendo loro una buona comprensione delle esigenze dei visitatori, consigli sulla formazione del personale, l'importanza di abbattere le barriere di accesso e come sviluppare politiche di accessibilità
- **Personale di prima linea**, mettendolo in grado di soddisfare i clienti con specifiche esigenze di accesso
- **Facilitatori e formatori** coinvolti nella formazione sul turismo accessibile
- **Responsabili politici e decisionali** responsabili dello sviluppo di politiche e strategie turistiche nelle autorità locali o regionali e nelle organizzazioni di gestione delle destinazioni.

3. Chi

Rendere l'offerta turistica accessibile non richiede sempre grandi cambiamenti. Spesso alcuni piccoli cambiamenti e una maggiore consapevolezza delle potenziali barriere di accesso possono fare una grande differenza. Il turismo accessibile è qualcosa di più di un semplice accesso fisico. Per esempio, avere una carta e una penna a portata di mano alla reception può essere utile per comunicare con i visitatori che hanno difficoltà di udito o di parola. Fornire informazioni e menu dei ristoranti in formato a caratteri grandi è utile per chi ha problemi di vista.

Il personale addestrato, che ha acquisito una comprensione delle esigenze di accesso dei clienti, è in grado di offrire un servizio di alta qualità anticipando e superando le potenziali difficoltà incontrate dai clienti.

Garantire un buon accesso fisico è di grande importanza quando si crea una destinazione o una struttura adatta a tutti i visitatori. Questo vale quando si aggiornano strutture e servizi esistenti o quando si inizia „da zero”. L'accesso fisico include, per esempio, la creazione di percorsi di accesso in piano (possibilmente per mezzo di rampe o rampe portatili nei locali esistenti), l'aggiunta di una buona segnaletica, la realizzazione di una parte del banco della reception più bassa per consentire una facile comunicazione con le persone che utilizzano una sedia a rotelle, l'installazione di servizi igienici accessibili e l'aggiunta di segni di contrasto alle grandi porte e finestre in vetro.

Lo sviluppo di un'offerta turistica accessibile segue 6 passi chiave, come mostrato nella Figura 1.

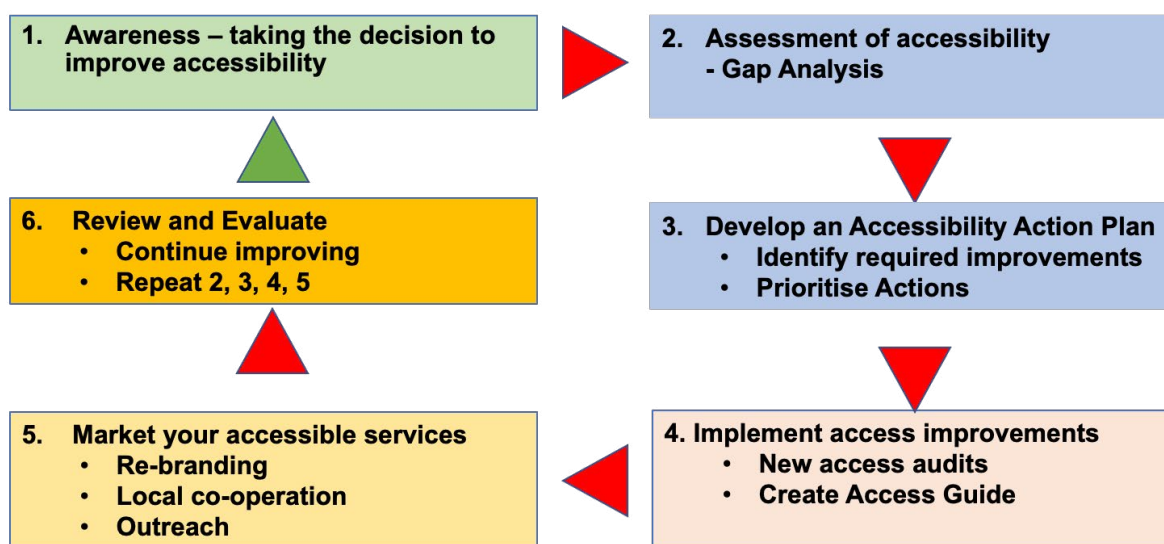


Figura 1. Sei passi nello sviluppo di servizi turistici accessibili

1. Consapevolezza - prendere la decisione di migliorare l'accessibilità

Lo sviluppo della consapevolezza dipende dal fatto che i leader aziendali acquisiscano una conoscenza e una comprensione che li porti a cambiare il loro attuale modello di business, dando priorità all'accessibilità e all'inclusione per tutti gli ospiti. Questo include:

- Comprendere le esigenze dei visitatori con disabilità e/o altri requisiti di accesso specifici
- Conoscere il valore degli approcci di Universal Design per creare offerte adatte a tutti i clienti, in gran parte senza la necessità di servizi specializzati
- Comprendere il mercato del turismo accessibile e la necessità di rivedere le politiche e le pratiche aziendali per rendere i servizi accessibili a tutti i clienti.

2. Valutazione dell'accessibilità (Gap Analysis) relativa all'intera esperienza del visitatore nella sede:

Conoscere le barriere d'accesso che i visitatori possono incontrare nell'offerta attuale è una condizione preliminare per capire come superarle. È necessario condurre una serie di verifiche dell'accesso:

- Valutare l'accessibilità fisica - ambiente e strutture
- Valutare l'accessibilità dei servizi offerti
- Valutare i servizi al cliente da parte del personale
- Valutare la fornitura di informazioni sull'accessibilità dell'offerta
- Valutare l'accessibilità dei canali di informazione (sito web, stampa, voce, ecc.) per i diversi utenti.

(NOTA: il Topic 1 del corso di formazione ACCESS-IT copre in dettaglio i metodi di valutazione dell'accessibilità).

3. Sviluppare un piano d'azione sull'accessibilità per iniziare a prendere misure correttive

3.1 Identificare i miglioramenti richiesti sulla base delle valutazioni

- • Infrastruttura fisica
- • Servizi
- • Formazione del personale
- • Informazione e comunicazione

3.2 Dare priorità alle azioni

- Redigere un programma con piani a breve, medio e lungo termine per migliorare la formazione del personale, le infrastrutture, le strutture, i servizi e l'informazione/marketing.
- Analizzare le risorse necessarie per realizzarli:
 - Miglioramenti facili e a basso costo
 - Miglioramenti che possono essere fatti durante la manutenzione corrente e cambiando le routine di lavoro
 - Miglioramenti su larga scala che richiedono una pianificazione a lungo termine e un investimento di capitale
- Identificare le fonti di finanziamento e le altre risorse che potrebbero essere necessarie (ad esempio, formazione del personale, consulenti).

4. Attuare miglioramenti dell'accesso

- Formare i manager e il personale dell'azienda sulla consapevolezza della disabilità, sui requisiti degli utenti, sul servizio clienti - interagire con i clienti, sull'Universal Design, sull'accessibilità e su argomenti specifici relativi al loro ruolo nell'organizzazione
- Stabilire routine per il monitoraggio continuo e il miglioramento dell'accessibilità
- Realizzare opere infrastrutturali
- Lanciare nuovi servizi e valutarli con gli utenti
- Effettuare nuove verifiche dell'accesso a locali, strutture e servizi
- Utilizzare le verifiche dell'accesso per creare una „Guida all'accesso” che spieghi le caratteristiche di accessibilità delle tue strutture e dei tuoi servizi agli ospiti con specifiche esigenze di accesso.

5. Commercializzare i vostri servizi accessibili

Evidenziare **l'accessibilità per tutti** come una parte fondamentale della politica aziendale e della strategia di marketing e impegnarsi con il mercato del turismo accessibile:

- (Ri)marcare l'azienda/destinazione come „inclusiva e accessibile per tutti”.
- Cooperare con i fornitori locali e regionali per il marketing congiunto delle offerte di turismo accessibile
- Raggiungere nuovi gruppi target.



6. Rivedere e valutare

- Controllare tutti gli aspetti dell'offerta dopo il 4 (Implementazione) e il 5 (Marketing)
- Raccogliere il feedback dei clienti e pianificare ulteriori miglioramenti come richiesto.

Quando si pianificano i miglioramenti dell'accesso, oltre alle misure di accesso fisico, le aziende dovrebbero considerare il miglioramento della qualità di ogni singolo servizio.

Alcuni esempi di servizi accessibili sono dati in Figura 2.

INFORMAZIONE	ASSISTENZA	DIETA SPECIALE	NOLEGGIO O PRESTITO DI ATTREZZATURE	PACCHETTI DI ATTIVITÀ
la fornitura di informazioni turistiche dovrebbe essere in formati alternativi accessibili, come versioni digitali o a caratteri grandi e audio.	assistenza di personale o volontari in luoghi specifici o per determinate attività, ad esempio shopping, accesso alla spiaggia, servizio di facchinaggio per i bagagli	fornire pasti per persone con allergie, diabete, intolleranze alimentari, ecc.	Il noleggio di auto può includere veicoli adattati o un servizio aggiuntivo come lo scooter elettrico trasportabile. Sedie a rotelle da spiaggia, ausili per camminare, ecc. possono anche essere noleggiati o prestati ai clienti	pacchetti turistici accessibili a tutti i clienti senza nessun costo aggiuntivo per le persone con disabilità

Figura 2. Esempi di servizi accessibili

Per lo sviluppo del **piano d'azione per l'accessibilità dell'azienda**, le imprese dovrebbero fare riferimento alle principali priorità affrontate nelle linee guida di ACCESS IT ai topic 1, 2, 4 e 5, che - insieme forniscono informazioni dettagliate su come fornire servizi turistici accessibili.

- ✓ **Topic 1.** Come valutare l'accessibilità di un prodotto/servizio turistico
- ✓ **Topic 2.** Come affrontare le esigenze dei segmenti di clienti target
- ✓ **Topic 4.** Come portare sul mercato e promuovere un prodotto accessibile
- ✓ **Topic 5.** Come coinvolgere le parti interessate nello sviluppo di prodotti accessibili.

4. Monitoraggio della qualità del servizio

In relazione al punto 6 delle azioni delineate in questa linea guida, **Rivedere e valutare**, lo scopo di monitorare la qualità del servizio attraverso il feedback dei visitatori è quello di identificare sia i punti buoni che quelli cattivi che possono indicare come i servizi possono essere ulteriormente migliorati o sviluppati.

In particolare, il monitoraggio delle prestazioni dei servizi mira a esaminare il grado di soddisfazione dei turisti, rispetto alle infrastrutture disponibili e ai servizi offerti durante il loro soggiorno, e quindi a identificare la loro percezione sul prodotto e sui servizi offerti dalle PMI in una zona rurale.

Le imprese possono utilizzare diversi mezzi per raccogliere informazioni dai clienti, i metodi principali sono le indagini sui clienti e lo „screening” dei siti di social media e dei siti di recensioni in cui sono presenti le imprese turistiche, come TripAdvisor.

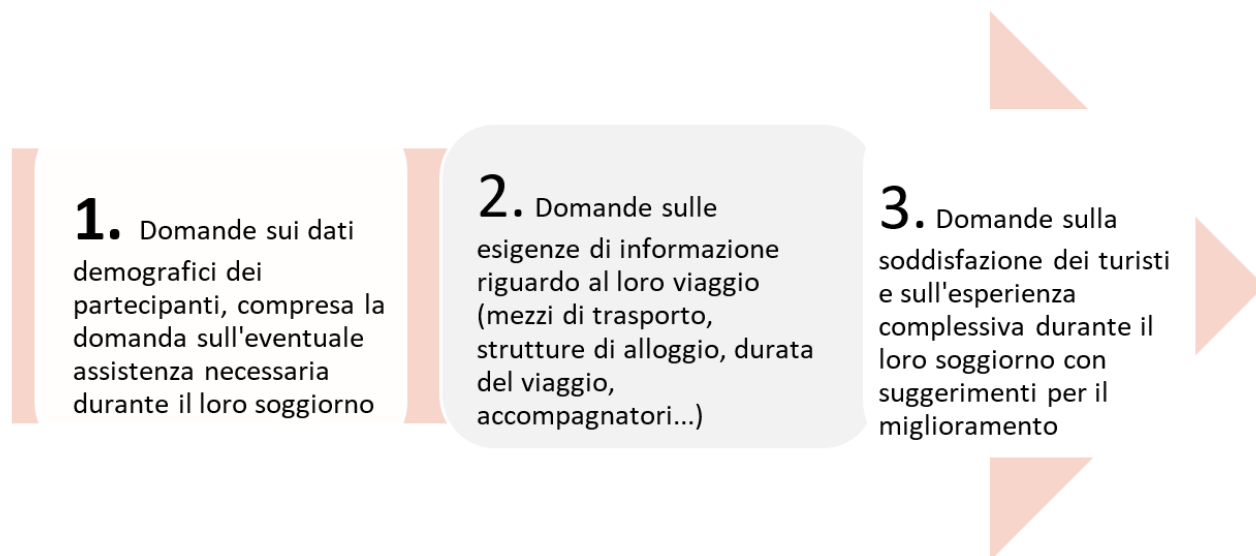
Le indagini sui clienti dovrebbero normalmente essere brevi e semplici da rispondere. Possono riguardare le seguenti domande:

- Qual è il gruppo target e quali sono i suoi requisiti specifici di accesso, se ce ne sono?
- Quale assistenza, se presente, è stata richiesta (e utilizzata) durante il soggiorno?
- Qual è il livello di soddisfazione del gruppo target rispetto alle infrastrutture disponibili e ai servizi offerti durante il loro soggiorno?
- Suggerimenti per migliorare i servizi, le infrastrutture e i trasporti.

Un questionario d'indagine può consistere in domande chiuse e in una domanda a risposta aperta, in cui ai partecipanti viene chiesto di fornire qualsiasi opinione o informazione che ritengano utile per il monitoraggio.

Potrebbe consistere in domande con opzioni di risposta come caselle di controllo o pulsanti radio, con commenti opzionali a „testo libero”. Può essere strutturata in tre parti come mostrato nell'esempio seguente:



Figura 3. Le tre parti di un questionario di monitoraggio

Il monitoraggio dei servizi turistici dovrebbe identificare i tipi di requisiti di accesso che si presentano tra gli individui o i gruppi di visitatori dell'attività o dell'area rurale. Il questionario può essere distribuito in ogni attività/attrazione/servizio/luogo di alloggio. L'assistenza nella compilazione del modulo può essere offerta ai turisti con disabilità, se necessario.

In alternativa, i visitatori possono ricevere un questionario per l'indagine via e-mail, in modo da poterlo compilare una volta tornati a casa. L'indagine sui visitatori dovrebbe chiarire che l'obiettivo è quello di identificare se l'azienda rurale può soddisfare le aspettative dei visitatori per quanto riguarda la loro esperienza complessiva e l'accessibilità delle infrastrutture e dei servizi, al fine di apportare miglioramenti.

Il feedback dei clienti dovrebbe essere trattato come informazione confidenziale, seguendo il regolamento generale sulla protezione dei dati della Commissione europea.

Le imprese turistiche dovrebbero usare e rivedere i canali dei social media come FaceBook, Instagram, YouTube e i siti web di recensioni, come TripAdvisor, per raccogliere informazioni postate dai visitatori e, se necessario, dare risposte a domande o recensioni critiche.

Le recensioni dei clienti che danno un feedback positivo sull'accessibilità dei servizi possono essere informazioni utili per i futuri ospiti e possono essere considerate per l'inclusione nel sito web dell'azienda o nella Guida all'accesso.

5. Riferimenti e ulteriori letture

ENAT Website <https://www.accessibletourism.org/>

Darcy, S., & Dickson, T. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32-44.

New South Wales Government Website (Australia) <https://future.transport.nsw.gov.au/>

Bettye Rose Connell, Mike Jones, Ron Mace, Jim Mueller, Abir Mullick, Elaine Ostroff, Jon Sanford, Ed Steinfeld, Molly Story, and Gregg Vanderheiden (1997).

The Principles of Universal Design

https://projects.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_ud/udprinciplestext.htm





ACCESS IT

ACCESS-IT

Innovation for Accessible Tourism
in Natural and Rural Areas

www.accessitpro.eu