



ACCESS-IT

Innovazione per il turismo accessibile
nelle aree naturali e rurali

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

Come immettere sul mercato e promuovere un prodotto accessibile



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

Il contenuto di questo documento è interamente prodotto da ACCESS-IT progetto e riflettono solo le opinioni degli autori. Pertanto, l'EACEA e la Commissione europea non hanno responsabilità per loro.

CC-BY-NC-SA



Questo documento può essere copiato, riprodotto o modificato secondo il regolamento previsto. Inoltre, un riconoscimento agli autori del documento e a tutte le parti applicabili dell'avviso di copyright devono essere chiaramente citati.

Tutti i diritti riservati.

© Copyright 2020 ACCESS-IT

Avviso

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.

Partner di progetto



Per maggiori dettagli sui partner visita il sito <http://accessitpro.eu/#partners>



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

This project has been funded with support from the European Commission. This communication reflects the views only of the authors and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Indice

1. COSA	4
2. CHI	5
3. COME	6
3.1. Piattaforme	6
3.2. Siti web	7
3.2.1. Informazioni sull'accessibilità.	7
3.2.2. Caratteristiche dei siti web accessibili	8
3.3. Social media - Contenuti	12
3.3.1. Testi accessibili	12
3.3.2. Immagini accessibili	13
3.3.3. Video accessibili	14
3.4. Social media - Canali	15
3.4.1. Blogs	16
3.4.2. Youtube	16
3.4.3. Gruppi Facebook	16
3.5. Email	17
3.6. Eventi dal vivo	17
3.6.1. Fiere del Turismo	17
3.6.2. Network per il turismo accessibile	18
3.6.3. Open day	19
4. Citazioni utili	20
5. Bibliografia	21

1. COSA

Gli ostacoli all'accessibilità creano impedimenti tra le aziende e il folto pubblico di persone con disabilità. Le aziende infatti, devono riconsiderare i loro investimenti di marketing per estendere la loro portata e migliorare la comunicazione con la crescente fetta di popolazione con esigenze speciali.

Questo metodo è importante per aumentare il bacino di potenziali visitatori e mantenere la fedeltà al brand dei clienti già esistenti. Oltre a massimizzare le opportunità di mercato infatti, le imprese possono esercitare un'influenza positiva sulla comunità riconoscendo le limitazioni e risolvendole.

C'è bisogno di un approccio più inclusivo riguardo all'accessibilità nelle campagne di marketing.

Questa linea guida cercherà di colmare le lacune ed evidenziare le buone pratiche affinché il marketing e la comunicazione siano facilmente accessibili a tutti, comprese le persone con disabilità. L'obiettivo è quello di fornire a tutti le stesse opportunità nel diventare potenziali fan del vostro prodotto, servizio o business.

2. CHI

Questa guida è stata creata per i fornitori di servizi turistici, inteso sia come autorità locali che imprese come le PMI che forniscono alloggi, attività turistiche e attrazioni. Più specificamente, questa guida è destinata a:

- **Dipendenti** che fanno parte del **team di marketing e comunicazione**, e sono incaricati di scrivere e pubblicare materiale informativo e promozionale per i siti web (compresi PDF, video, post di blog, infografiche, contenuti scaricabili), comunicazioni via e-mail e social media.
- **Personale** incaricato di **progettare e creare siti web e applicazioni per i fornitori di servizi turistici**. Controllano la visualizzazione e il layout, quindi hanno un impatto cruciale sulla capacità degli utenti di impegnarsi con il contenuto. L'accessibilità del sito web e/o dell'applicazione dipende da loro.
- **Altro personale** che può trovare i seguenti suggerimenti utili per aumentare la consapevolezza delle loro strutture accessibili e fornire la stessa accessibilità dei loro materiali di marketing.

3. COME

Le aziende che offrono prodotti e servizi anche a persone con esigenze speciali, sono sulla strada giusta per garantire l'accessibilità a tutti. Tuttavia, il primo passo è attrarre il cliente giusto. Per implementare la conoscenza dell'offerta, le imprese devono perseguire una corretta strategia di marketing per promuovere le loro strutture accessibili.

3.1. Piattaforme

Prendi in considerazione la possibilità di **condividere il sito web della tua attività su diverse piattaforme create appositamente per le persone con specifiche esigenze di accesso**. Esistono diversi siti di recensioni e forum che danno alle persone con disabilità la possibilità di condividere la loro opinione e le loro esperienze riguardo all'accessibilità di un particolare locale. Ad esempio:

- [TripAdvisor \(Forum per persone con disabilità che viaggiano\)](#)
- [Lonely Planet Forum](#)
- [ENAT Gruppo su Facebook sul turismo accessibile](#)

Un altro grande esempio è la **guida di Euan**: un sito web e un'applicazione dove le imprese possono condividere le loro informazioni sull'accesso e i visitatori possono condividere la loro recensione sul locale o sull'evento. **La registrazione richiede di rispondere a una breve lista di domande sull'accessibilità e di caricare delle foto del posto**. Le recensioni dei visitatori precedenti sono una grande risorsa di marketing e possono fornirti un feedback costruttivo che puoi adottare per rendere il tuo locale ancora più accessibile. <https://www.euansguide.com/>

Pantou è un sito web dove le imprese turistiche possono promuovere i loro servizi accessibili, aiutando i visitatori con esigenze di accesso speciali a trovare facilmente una destinazione o un servizio adatto. **Per registrarsi, i fornitori di servizi turistici devono verificare l'accessibilità dei loro servizi con l'adesione a uno schema informativo sull'accessibilità o compilare e presentare una dichiarazione di accesso Pantou**. Si tratta di un modulo di autodichiarazione che fornisce ai potenziali visitatori informazioni oggettive sui servizi e le strutture offerte. Essere inseriti sul portale Pantou è **completamente gratuito** e aiuterà il servizio turistico ad essere **più inclusivo e accessibile** per le persone con particolari esigenze di accesso. <https://pantou.org/>

3.2. Siti web

Quando si creano contenuti per il proprio sito web, blog o social media, è importante garantire che questi materiali siano accessibili a tutti. È quindi essenziale sapere quali adattamenti sono necessari per raggiungere questo obiettivo.

3.2.1. Informazioni sull'accessibilità.

Le persone con disabilità faranno affidamento sul vostro sito web per trovare informazioni sull'accessibilità e per valutare se la vostra attività è adatta alle loro esigenze.

Fornire informazioni affidabili sull'accessibilità per le persone con esigenze speciali è importante per massimizzare il potenziale di mercato e migliorare le esperienze dei visitatori.

- **Le informazioni di accesso dovrebbero essere dettagliate, accurate e aggiornate, oltre che facili da trovare.** Dovrebbe essere chiaramente indicato sulla home page del sito web ed elencato in una sezione specifica, così come in tutto il sito web in altre sezioni, ad esempio alloggi, attrazioni, ristoranti, ecc.
- **Includi fotografie delle tue strutture accessibili** in modo che gli ospiti sappiano cosa aspettarsi e possano familiarizzare con il tuo locale, hotel, attrazione o destinazione prima dell'arrivo.
- **Una certificazione di accesso** fornisce informazioni sull'accessibilità di una struttura turistica e/o di un servizio, e può essere uno strumento utile per i (potenziali) visitatori con disabilità e per quelli con specifiche esigenze di accesso (causate da età, malattia o problemi di salute a lungo termine, mancanza di conoscenza della lingua o anche differenze culturali, e quindi non sempre visibili).
- Presentare **itinerari suggeriti adattati e informazioni aggiuntive** può aiutare le persone con esigenze di accesso a pianificare la loro visita, ad esempio **le opzioni di trasporto con informazioni pertinenti all'accesso**, come i dettagli sull'accessibilità del trasporto pubblico, i parcheggi accessibili, ecc.
- Considera di rappresentare una **molteplicità di visitatori nelle immagini mostrate sul tuo sito web**. Le fotografie che includono persone con esigenze speciali non solo ti danno la possibilità di mostrare che i tuoi servizi sono accessibili, ma è anche un modo per illustrare il tuo impegno per **l'uguaglianza e l'inclusività**.
- **Le testimonianze dei visitatori precedenti** aiutano a diminuire l'incertezza e sono particolarmente apprezzate dai viaggiatori con disabilità.

3.2.2. Caratteristiche dei siti web accessibili

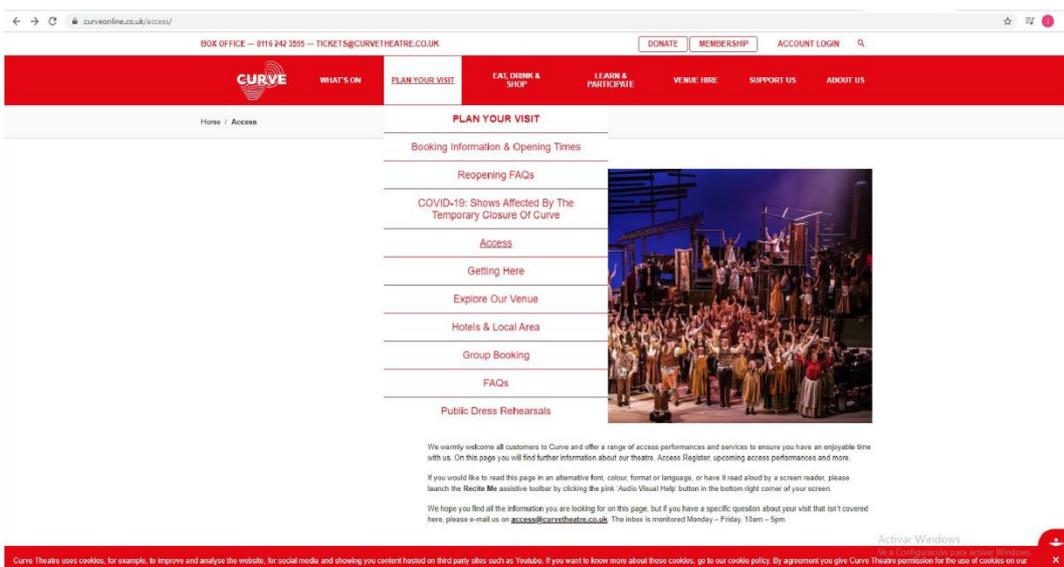
Non solo dovresti fornire informazioni adeguate sull'accessibilità del tuo locale, ma anche il tuo sito web stesso dovrebbe essere presentato in modo accessibile.

Il tuo contenuto dovrebbe essere accessibile in **diversi formati**, per soddisfare tutte le esigenze (ad esempio, possibilità di **stampa più grande**, fornire **foto e simboli** per le persone che non parlano la lingua e le persone con difficoltà di apprendimento). Diversi formati dovrebbero essere disponibili per diversi dispositivi (telefono, tablet, pc) e dovresti anche offrire informazioni specifiche, come la tua dichiarazione di accesso, in **file scaricabili**.

- Il tuo contenuto dovrebbe essere **organizzato e formattato** in modo tale da poter essere **tradotto correttamente dai lettori di schermo, come VoiceOver, JAWS e Chromevox**.
- Fornisci ai tuoi visitatori la possibilità di **regolare la visualizzazione del sito, il carattere e la dimensione dei caratteri** secondo le loro esigenze.
- **Testare manualmente** l'accessibilità del tuo sito web è fondamentale per garantire la sua usabilità per le persone con disabilità. Per un processo di test approfondito e completo, si raccomanda di effettuare **tre diversi cicli di test**: uno con uno screen reader (senza vista), uno senza altoparlanti o microfoni (senza suono) e uno senza mouse.

1. Buoni esempi di siti web accessibili

<https://www.curveonline.co.uk/access/>



Un esempio di sito web accessibile è il sito web di Curve, un teatro a Leicester, nel Regno Unito.

Le informazioni sull'accessibilità sono chiaramente segnalate nella homepage e forniscono dettagli sui diversi requisiti di accesso (accesso con sedia a rotelle, servizi igienici e parcheggio accessibili, cani da assistenza ecc.)

Viene mostrata una **pianta dettagliata del locale**, e indica i **posti a sedere consigliati per gli ospiti con diverse disabilità**.

Il Curve Theatre ha anche un **indirizzo e-mail del servizio clienti dedicato in particolare alle domande riguardanti l'accessibilità**.

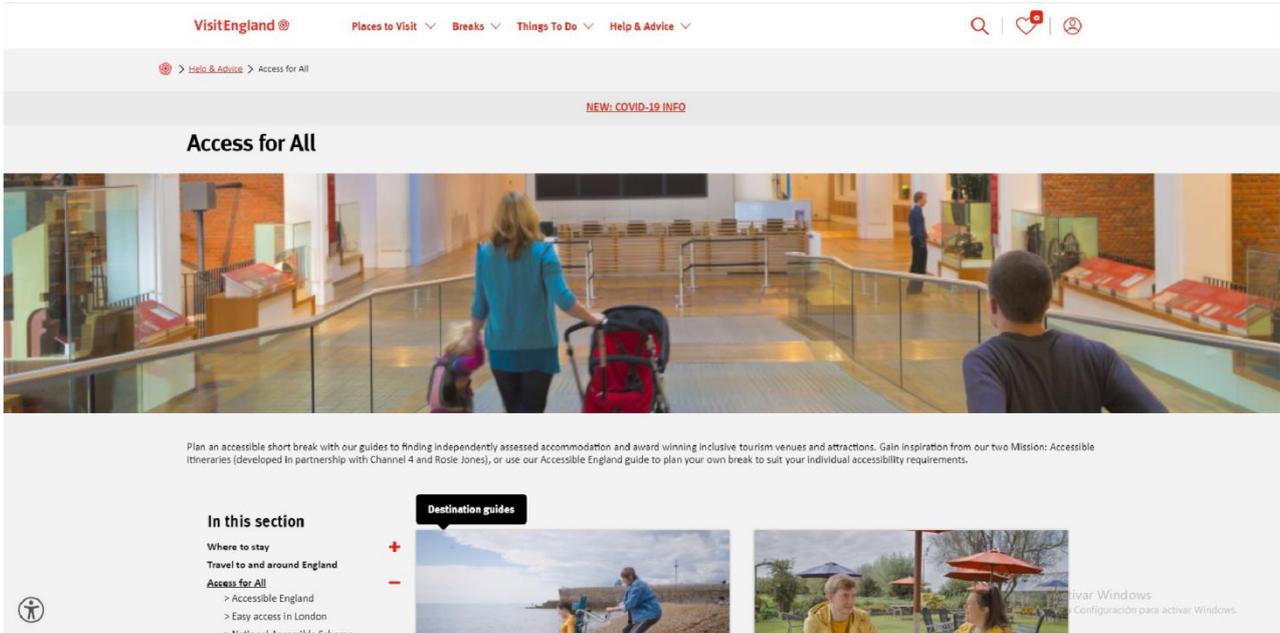
Inoltre, il sito web ha una barra degli strumenti per l'**accessibilità "Leggimi"**, che fornisce agli ospiti la possibilità di **leggere il testo ad alta voce, regolare la dimensione e il carattere del testo, cambiare i colori del sito web e include anche strumenti di traduzione**.

Tutte queste caratteristiche tengono conto di **diversi tipi di disabilità (cognitive, visive, ecc.)** e danno agli utenti la possibilità di **personalizzare completamente il sito web secondo le loro esigenze**.



2. <https://www.visitscotland.org/supporting-your-business/marketing-toolkits/accessibleinclusive-tourism>

Come autorità nazionale del turismo inglese, **Visit England** dà molta importanza al turismo accessibile, come si può vedere sul loro sito web. **Il sito web fornisce una vasta gamma di opzioni di trasporto e alloggio e attività per i visitatori con esigenze di accesso speciali. I loro itinerari suggeriti includono immagini di visitatori con disabilità, il che incoraggia i potenziali ospiti a prenotare. L'elenco dettagliato delle risorse e dei link utili aiuterà i visitatori con esigenze di accesso a pianificare i loro viaggi.**



Visit England ha anche una **barra degli strumenti assistiva per personalizzare il sito web in base alle esigenze dei visitatori**. Offre la possibilità di **navigazione da tastiera** e gli utenti possono **regolare i caratteri e le dimensioni** insieme al **contrasto e ai colori del contenuto**.



3. <https://www.sandcastle-waterpark.co.uk/access-for-all/>

Il sito web di Sandcastle Waterpark fornisce **molte informazioni sull'accessibilità, organizzate in base alle diverse disabilità** (disabilità motorie, problemi di vista e udito, autismo) e **molte immagini delle strutture**.

La dichiarazione di accesso è disponibile in diversi formati e può essere scaricata (audio, PDF). Nello screenshot potete vedere come includono una **descrizione del link**, in modo che gli ospiti che usano lettori di schermo possano sapere cosa aspettarsi quando cliccano sul link.

Guests with Mobility Impairment

- **Level access throughout the park**
Our waterpark offers barrier-free, step-free access throughout the reception, changing rooms, pool side area, catering and retail outlets and very easy access into the pools.
- **Changing Places 'Wet Room' Facility**
This award-winning facility provides a large space with a height-adjustable changing bench and ceiling-track hoist to enable you to change in comfort as well as to access our water wheelchairs, with ease. Our changing-places facility is also available for non-guests visiting Blackpool who need to use it. [Click here to view our Changing Place Wet Room video](#) or [click here to scroll to this section of our website page](#).
- **Water accessible wheelchairs available free of charge**
For some people who cannot weight-bear our hoist and water-accessible wheelchairs provide an ideal way to enter the pool with ease.
- **Accessible toilets throughout the Waterpark and in the entrance area.**

Guests with Vision Impairment

Active Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Feedback

"Went to the accessible swim session and cannot fault anything. The staff were fantastic both on reception/mall and in the pools. For that amount of staff to fully understand the needs of different abilities show consistent and up to date training. I cannot recommend you enough."

Jane

July 2017

"Thanks to all the Staff last night at the accessible evening. We took Sam (7) and his siblings (8) and (3) and we all had a fantastic time. From the staff member who welcomed us in and showed us where to go, to the floats, balls and equipment provided and the staff who took time to talk and play with the children. Everyone was very friendly and we will definitely be booking again. Job well done!"

Alison

July 2017

La pagina web dell'accessibilità mostra anche alcune **recensioni positive di visitatori precedenti**, che è un ottimo modo per **aumentare la fiducia e incoraggiare i potenziali ospiti a visitare.**

Gli utenti hanno la possibilità di **visualizzare e scaricare l'opuscolo generale e i menù dei ristoranti in una grande stampa.**

I futuri visitatori possono usare la **funzione di tour virtuale o guardare il video** sull'accessibilità (in cui vengono mostrate tutte le strutture accessibili) per familiarizzare con il parco.

3.3. Social media - Contenuti

Non solo il vostro sito web dovrebbe essere accessibile, ma anche la vostra strategia di social media dovrebbe considerare l'accessibilità.

I social media forniscono un ottimo strumento per interagire e impegnarsi con il vostro pubblico e costruire una comunità. Rispondere alle richieste di informazioni e ad altri commenti creerà una **sensazione di fiducia** e **rafforzerà la fedeltà del vostro pubblico.**

Un social media marketing che sia **inclusivo** nei suoi contenuti è indispensabile per massimizzare la vostra portata e l'impegno con il vostro pubblico.

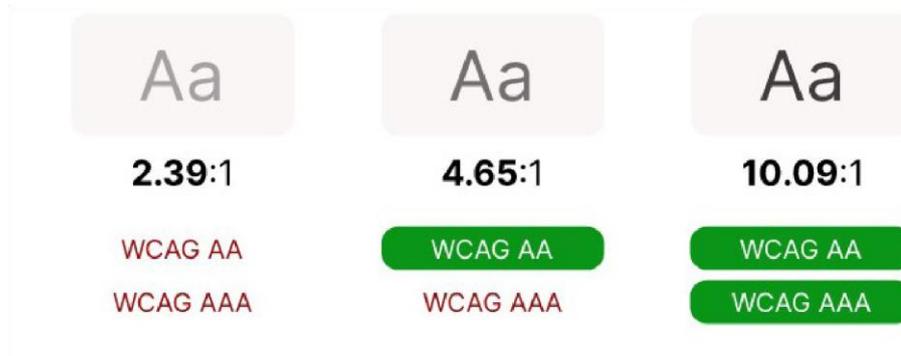
Il seguente paragrafo vi fornirà dei modi per aumentare l'accessibilità dei vostri post sui social media.

3.3.1. Testi accessibili

- Usate un **linguaggio semplice** e mantenete le **frasi brevi** per aumentare la leggibilità e la ritenzione.
- Quando usi acronimi e abbreviazioni, scrivili prima (con l'abbreviazione tra parentesi).
- **Limitare l'uso di emoji e GIF**, poiché queste caratteristiche possono essere difficili da capire per le persone e potrebbero confondere le persone che usano lettori di schermo.
- **Evita di usare caratteri speciali o font**, e assicurati che la dimensione dei caratteri sia adeguata per aumentare la leggibilità.
- Considera come le tecnologie assistive come VoiceOver leggeranno il tuo post, dato che elementi come **hashtag e menzioni @ possono essere di disturbo** nel tuo testo.
- Quando usi i colori, assicurati un **alto contrasto di colore tra il testo e lo sfondo.**



- Per essere conformi agli **standard AA delle Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)**, si dovrebbe usare un **rapporto di contrasto di almeno 4:5:1**. Ancora meglio sarebbe un **rapporto di contrasto di almeno 7:1**, un requisito per la conformità agli **standard di livello AAA**.
- <https://webaim.org/resources/contrastchecker/> è uno strumento utile per controllare il tuo contrasto e vedere se è conforme agli standard WCAG..



3.3.2. Immagini accessibili

- Includi **didascalie descrittive e testo alternativo** (noto anche come "alt text") con le tue foto, poiché i lettori di schermo e gli strumenti di assistenza li useranno per spiegare l'immagine agli utenti non vedenti o ipovedenti. La descrizione dovrebbe trasmettere brevemente il contenuto dell'immagine, e se la foto include testo o colore che è centrale per la sua comprensione, anche questo dovrebbe essere menzionato.

- Ricordatevi di usare un **alto contrasto di colori** e approfittate di strumenti utili come Color Oracle, che simula il daltonismo, per verificare se la vostra immagine è accessibile a tutti.
- **Chiarire le etichette o i simboli** oltre al colore può aiutare a trasmettere il significato di grafici, tabelle e diagrammi.
- Evita di mettere del testo sopra le immagini.

**** Suggerimenti utili ****

Come aggiungere un testo alternativo nel tuo post di Instagram?

1. Dopo aver caricato la tua immagine, tocca le impostazioni avanzate nella parte inferiore dello schermo.
2. Tocca "Scrivi testo Alt".
3. Aggiungi il tuo testo alt nella casella e salva!

3.3.3. Video accessibili

- **Le didascalie chiuse o i sottotitoli** sono necessari per rendere i tuoi video accessibili agli spettatori con problemi di udito, ma sono anche utili per gli utenti in ambienti insonorizzati e per quelli che guardano in una lingua non nativa. Molti canali di social media offrono didascalie generate automaticamente (che dovrebbero sempre essere controllate per la precisione), così come la possibilità di scriverle da soli.
- **Le trascrizioni scritte dei tuoi video** che descrivono sia l'audio che le immagini del video sono necessarie per spiegare il contenuto alle persone che sono sia cieche che sorde.

Buoni esempi di video accessibili

<https://www.youtube.com/watch?v=rjXwje--5lg&feature=youtu.be>



Il consiglio del Turismo Accessibile della Catalogna ha creato dei video che sono casi esemplari di materiale di marketing accessibile. I loro video includono **sottotitoli chiari e facili da leggere**, insieme a un **traduttore del linguaggio dei segni**, e **mostrano persone con esigenze di accesso speciali che godono di varie attività in Catalogna**.

3.4. Social media - Canali

Sfogliare le foto delle vacanze degli amici su Facebook e Instagram è più che un semplice intrattenimento - spesso ispira gli altri a fare un viaggio futuro. Nel 2018 circa un terzo dei viaggiatori statunitensi ha visitato le piattaforme dei social media quando ha preso in considerazione un viaggio.

Diverse piattaforme di social media influenzano gli utenti in modi diversi. Ad esempio, le foto degli amici su Facebook influenzano più del 50% dei piani di viaggio degli utenti. Anche il fatto che una località sia "Instagrammable" è importante. Il 40% dei Millennials britannici considera quanto una località sia degna di una foto quando decide dove andare.

Su Pinterest, migliaia di schede contengono le parole "ispirazione di viaggio". Molte di queste bacheche non sono specifiche della destinazione, ma mostrano la possibilità di un viaggio. Questo spesso porta a ulteriori ricerche e, infine, a una prenotazione.

I social media sono il luogo in cui molti viaggiatori vengono a conoscenza di nuovi marchi e destinazioni per la prima volta. Potrebbero non essere alla ricerca di informazioni specifiche, ma sono esposti a questi contenuti sul loro feed. I visitatori di un luogo accessibile possono essere importanti "influenzatori", evidenziando le caratteristiche che supportano i turisti con esigenze di accesso.

I canali dei social media e i blog di persone con disabilità possono essere un ottimo modo per i viaggiatori con particolari esigenze di accesso di ottenere informazioni affidabili e utili per i loro viaggi. I fornitori di servizi turistici che vogliono promuovere i loro servizi accessibili

potrebbero voler raggiungere alcuni blogger e chiedere loro di pubblicare articoli di recensione sulle loro strutture.

3.4.1. Blogs

1. **Martin Sibley:** convivendo con l'atrofia muscolare spinale, Martin Sibley viaggia per il mondo e scrive dei suoi viaggi e delle destinazioni turistiche accessibili per le persone in sedia a rotelle <http://martynsibley.com/about-me/>
2. **Curb free with Cory Lee:** Offre informazioni sulle destinazioni di vacanza accessibili con sedia a rotelle e sulle cose da fare, dove mangiare e alloggiare, ecc. <https://curbfreewithcorylee.com/>
3. **Anything is possible** blog di viaggio: Glenda Watson Hyatt, che vive con la paralisi cerebrale, scrive dei suoi viaggi. <https://anythingispossibletravel.com/>
4. **The Bimblers:** questo è uno dei principali blog del Regno Unito sulle disabilità e sulla vita con malattie croniche e fornisce recensioni sull'accessibilità e sulle esperienze di viaggio, così come consigli alle persone con disabilità. <https://www.thebimblers.com/>
5. **Rexy Adventures:** Ed, diagnosticato come sordo all'età di 5 anni, descrive le sue esperienze di viaggio nel mondo in modo indipendente e offre recensioni delle destinazioni. <https://rexyadventures.com/>
6. **Simply Emma** dà ai suoi lettori consigli sui viaggi accessibili e condivide storie personali con guide di viaggio accessibili, recensioni di alloggi, recensioni di eventi dal vivo, consigli di viaggio e risorse. Ha anche un canale YouTube dove condivide vlog di viaggio. <https://www.simplyemma.co.uk/>
7. **The Chronic Traveller:** Jenny Wren scrive di viaggi con malattie croniche, disabilità e malattie invisibili e condivide esperienze oneste sul viaggiare con IBD, in particolare. Il blog è stato creato per diffondere la consapevolezza delle malattie croniche e per incoraggiare gli altri. <https://thechronictraveller.com/>

3.4.2. Youtube

1. **Wheels no Heels:** Gemma Hubbard condivide le sue esperienze come persona su sedia a rotelle, e anche se non si concentra interamente sui viaggi, il suo canale ha alcuni vlog sui viaggi accessibili (ad esempio l'accessibilità dei parchi Disney). <https://www.youtube.com/channel/UCNP1tYcve1MtivJtDjHsO-g>

3.4.3. Gruppi Facebook

1. **Club dei viaggi accessibili** <https://www.facebook.com/groups/AccessibleTravelClub>
2. **Turismo accessibile** <https://www.facebook.com/groups/accessibletourism>



3.5. Email

È possibile apportare semplici modifiche alle e-mail per eliminare gli ostacoli per i clienti con disabilità. Queste pratiche non solo aumenteranno l'accessibilità per gli utenti con esigenze speciali, ma miglioreranno l'usabilità in generale per tutti gli utenti, in quanto aiuteranno a creare contenuti più logici e leggibili.

- Assicurati che la tua email sia **visualizzata nell'ordine previsto**, indipendentemente dal dispositivo utilizzato. Presentare la tua email in un ordine logico e corretto, permette alle persone che utilizzano lettori di schermo di ricevere e capire il contenuto.
- Aumenta il coinvolgimento usando un **oggetto breve ma descrittivo e significativo per le tue email**. Questa è la prima cosa che i tuoi lettori vedranno (o sentiranno, quando usano uno screen reader) e determina in gran parte se apriranno o meno la vostra email.
- Considera il **contrasto di colore e la dimensione del carattere**.
- Fornisci **alternative di testo** quando la email contiene immagini.
- Quando includi dei **link** nella email, assicurati che il testo del link informi i vostri lettori su cosa apparirà quando ci cliccheranno sopra. Evita di usare un testo generico e vago come "Clicca qui". Scegli invece qualcosa come "**Clicca qui per scoprire i nostri prodotti**". Questo è più significativo e permette a chi legge di sapere cosa aspettarsi.
- L'uso di **elementi di intestazione HTML (come <h1> e <h2>)** nel tuo codice, può anche essere utile alle persone che usano lettori di schermo per determinare le parti più importanti del tuo contenuto, capire come diversi pezzi di informazione si relazionano tra loro, e trovare le informazioni che stanno cercando facilmente e rapidamente.

3.6. Eventi dal vivo

3.6.1. Fiere del Turismo

Partecipare alle fiere commerciali è un ottimo modo per promuovere la tua attività a potenziali futuri ospiti. Esiste una vasta gamma di fiere internazionali, come ITB Berlino o FITUR a Madrid. Per le organizzazioni più piccole, raccomandiamo di guardare alle fiere nazionali, per esempio Hungexpo in Ungheria o Tourest per i paesi nordici.

Prendi parte anche ad altri eventi o crea la tua iniziativa. Per esempio, pubblicizza le facilitazioni all'accesso ospitando un open day per le persone disabili, in modo che possano esplorare e provare la struttura.

Ecco un utile elenco di fiere/organizzazioni/eventi a cui potresti prendere in considerazione di partecipare.

Fiere del turismo generiche (non specializzate in turismo accessibile)

Fiere internazionali:

- **ITB Berlino** - <https://itb.com/>
- **FITUR: Fiera internazionale del turismo a Madrid** - <https://ifema.es/en/fitur/>

Fiere Locali:

- Ungheria: **Hungexpo** - <https://utazas.hungexpo.hu/en>
- Paesi del Nord: **Tourest** - <https://tourest.eu/eng/>

Specializzate in turismo accessibile:

- **Congresso internazionale sull'accessibilità nelle destinazioni turistiche intelligenti**
<https://congreso.tur4all.com/en/>

3.6.2. Network per il turismo accessibile

Entrare a far parte di reti specializzate per il turismo accessibile può avere molti vantaggi per la tua realtà, in quanto può **far conoscere la tua azienda e le sue attività**, ma ti dà anche la possibilità di ottenere **consulenza specializzata e formazione da esperti del settore**. La **rete europea per il turismo accessibile (ENAT)** è una grande risorsa per il networking e la costruzione di partenariati con organizzazioni simili in tutto il mondo.

Entrare a far parte di ENAT ti darà accesso alla partecipazione **a gruppi di lavoro, workshop e conferenze**, che possono aiutarti a posizionare la tua azienda come un pioniere nel settore del turismo accessibile.

Anche le reti nazionali, come **Red Estable per le organizzazioni spagnole**, possono essere preziose per aumentare la visibilità della tua organizzazione a **livello nazionale**.

3.6.3. Open day

Impegnarsi con gruppi e club della comunità locale e invitarli a un **open day** può essere un altro ottimo modo per dimostrare la vostra accessibilità ai potenziali ospiti. Questo dà loro l'opportunità di esplorare e vagare intorno al vostro locale e diventare più familiari con esso, aumentando la possibilità che tornino da voi in futuro. Inoltre, può essere utile per raccogliere un feedback sui vostri punti forti e farvi scoprire cosa può essere migliorato.

Invita i tuoi visitatori a condividere le loro **opinioni e pensieri** sui tuoi contenuti, e **adotta e impara dal loro feedback**. Le loro prospettive saranno preziose per la tua strategia di marketing quando cercherai di migliorare la tua accessibilità.

4. Citazioni utili

“Le persone con disabilità si affidano ancora di più a siti web, blog e social media, mentre cercano informazioni aggiuntive sulle condizioni di accesso al loro viaggio.”

“Ma anche, il mercato del turismo accessibile include anziani con menomazioni legate all'età come la mobilità limitata, la capacità di ricevere ed elaborare informazioni, il disorientamento spaziale e temporale, la difficoltà di parlare, leggere, scrivere o capire le parole, ecc. Tuttavia, dovremmo anche considerare i bambini, le donne incinte, le persone con allergie, asma e/o intolleranze alimentari, le persone con lesioni, gli assistenti di persone con disabilità, le persone con passeggini e carrozzine o con bagagli, i residenti locali, gli stranieri ecc.”

“Le fotografie che rappresentano una molteplicità di visitatori fa molto per aumentare la fiducia nella visita. Evidenziate le testimonianze dei visitatori precedenti. Le informazioni "passaparola" sono particolarmente apprezzate dai viaggiatori disabili. Le testimonianze possono essere usate anche in altri canali di marketing e sui tuoi social media. Includi le persone con disabilità nel tuo marketing generale e nelle immagini”

Estratto da:

www.easpd.eu <https://rb.gy/gvimnd>

Vuoi saperne di più sulle buone pratiche, sull'impatto economico e sui modelli di viaggio del turismo accessibile in Europa?

Clicca qui per scaricare la brochure - <https://bit.ly/3sRqOV4>



5. Bibliografia

- https://advertiseonbing-blob.azureedge.net/blob/bingads/media/library/insight/modermarketing-is-accessible-marketing/accessibility-marketing_gbl.pdf
- <https://blog.hootsuite.com/inclusive-design-social-media/>
- <https://campaignmonitor.com/resources/guides/accessibility/#link>
- <https://dbswebsite.com/web-accessibility/best-practices/social-media-accessibility/>
<https://deque.com/blog/experts-deques-approach-web-accessibility/>
<https://disabledaccessday.com/news/how-do-you-market-your-accessibility>
- https://easpd.eu/sites/default/files/sites/default/files/guidelines_for_the_implementation_of_a_customize_accessible_tourism_program.with_disclaimer.pdf
- <https://emailonacid.com/blog/article/email-development/email-accessibility-in-2017/>
- https://europewithoutbarriers.eu/download/21_Dimitrios-Buhalis.pdf
- <https://forbes.com/sites/forbestechcouncil/2020/12/07/how-to-put-accessibility-at-the-forefront-of-marketing/?sh=22bb66567831>
- <https://mailchimp.com/help/accessibility-in-email-marketing/>
- <https://pantou.org/access-statement>
- <https://practicalecommerce.com/Accessibility-and-Social-Media>
- <https://siteimprove.com/en/blog/how-to-be-more-accessible-on-social-media/>
- https://visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/winning_more_visitors.pdf



ACCESS-IT

Innovazione per il turismo accessibile
nelle aree naturali e rurali

www.accessitpro.eu