



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Struttura di Missione per il Rilancio dell'Immagine dell'Italia

Accessibile è meglio

Primo Libro Bianco sul Turismo per Tutti in Italia 2013

Comitato per la Promozione
e il Sostegno del Turismo Accessibile

LA PRESENTE PUBBLICAZIONE È STATA CURATA
DALLA STRUTTURA DI MISSIONE
PER IL RILANCIO DELL'IMMAGINE DELL'ITALIA
CHE SARÀ LIETA DI METTERE A DISPOSIZIONE
IL MATERIALE IN ESSA CONTENUTO

Indice

PRESENTAZIONE.

Piero Gnudi,

Ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport pag. 5

LE MOTIVAZIONI DEL "LIBRO BIANCO".

Flavia Maria Coccia,

Coordinatore della Struttura di Missione
per il Rilancio dell'Immagine dell'Italia
e Presidente del Comitato per la Promozione
e lo Sviluppo del Turismo Accessibile " 7

IL PRIMO LIBRO BIANCO: UN'OPPORTUNITÀ PER LO SVILUPPO DEL TURISMO IN ITALIA

Valentino Guidi,

Coordinatore del Comitato per la Promozione
e lo Sviluppo del Turismo Accessibile " 13

CAP. 1. IL "MERCATO"

1.1. I dati di partenza " 17

1.2. La domanda potenziale " 23

1.3. L'offerta: strutture e atteggiamenti " 37

CAP. 2. IL PERCORSO FATTO

2.1. Fino al 1996: la nostra preistoria " 55

2.2. 1997-1999: la nostra storia "Italia per Tutti" " 61

2.3. 1999-2004: un "Medioevo" fatto
di riflessioni e strumenti operativi " 67

2.4. 2004-2006: l'epoca di C.A.R.E. " 73

2.5. 2006-2009: il turismo accessibile
inizia a fare sistema " 79

2.6. 2009-2011: il Manifesto del turismo accessibile " 83

CAP. 3. IL REPERTORIO DELLA PROGETTUALITÀ

3.1. Il quadro generale della progettualità e delle azioni	pag. 89
3.2. La geografia dei progetti: locale, regionale, interregionale, nazionale	" 93
3.3. La tipologia dei progetti: per bisogno speciale, per metodo, per approccio	" 103
3.4. Trasversalità, completezza, specificità Appendice statistica	" 111

CAP. 4. GLI SVILUPPI RECENTI E LE ATTIVITA' IN CORSO

4.1. 2012: Il "Comitato per la promozione ed il sostegno del turismo accessibile"	" 123
4.2. Le attività del Comitato	" 127
4.3. I Gruppi di lavoro specializzati :	
4.3.1. Informazione e comunicazione	" 135
4.3.2. Trasporti	" 137
4.3.3. Accoglienza ed ospitalità	" 141
4.3.4. Formazione	" 143
4.4. Le raccomandazioni per il futuro prossimo: la "To Do List"	" 147
BIBLIOGRAFIA	" 155

Presentazione

La qualità sarà sempre più il fattore determinante per vincere la concorrenza nel settore turistico. Questo obiettivo, pur nei pochi mesi che ne hanno caratterizzato la durata, è stato posto al centro della nostra azione di governo.

Gli elementi fondamentali della qualità vanno certamente individuati, dal lato dell'offerta, non solo nelle strutture e nel loro adeguamento alle richieste del turista contemporaneo, ma soprattutto nei servizi e, tra questi, nella forza e nella capacità del fattore uomo, che vuol dire attitudine all'accoglienza ma anche professionalità specifica. Dal lato della domanda, la qualità si misura invece con la soddisfazione del cliente: un cliente cangiante, diverso per provenienze sempre più lontane e globali. Ma anche un cliente sempre più maturo e ricco di cultura specifica, per le tante esperienze di viaggio e di vacanza accumulate nell'arco della vita, per i tanti racconti da parte di amici e parenti, per gli innumerevoli stimoli ricevuti dalle arti come il cinema e la letteratura, per l'esposizione ai media e, ora, anche ai social media.

In questo quadro non si dovrebbe neppure parlare di accessibilità e di turismo per tutti: dovrebbe essere un elemento naturale, un presupposto per qualunque Paese voglia dirsi davvero ospitale e cioè, prima di tutto, non discriminante nei confronti degli ospiti per i loro diversi bisogni, più o meno specifici.

Istituendo il Comitato per la Promozione del Turismo Accessibile abbiamo inteso proprio questo: mettere in grado il nostro Paese di guardare a tutto il mercato turistico senza barriere, lavorando perché i vincoli ancora esistenti siano presto rimossi, le buone pratiche e la coscienza divengano realtà diffusa, la professionalità di milioni di operatori si arricchisca anche di queste attenzioni.

Il libro bianco che qui presentiamo, il primo mai pubblicato in Italia, si prefigge proprio di dare conto a tutta l'opinione pubblica, oltre che agli addetti ai lavori, di quattro dati fondamentali: la dimensione di un mercato che deve essere colto sia per motivi di civiltà che per oggettiva convenienza, il percorso che il nostro

Paese ha fatto e la strada che ha indicato anche agli altri, la capacità progettuale e metodologica che abbiamo sviluppato e infine le azioni concrete che questi mesi di lavoro – brevi ma intensi – ci hanno consentito di compiere e di prefigurare.

Nella prospettiva e nell'auspicio che il turismo accessibile sia parte integrante fondamentale del percorso di rilancio complessivo del settore che abbiamo già intrapreso e che potrà portare, in termini economici e culturali, grandi e importanti benefici al nostro Paese.

Piero Gnudi

*Ministro per gli affari regionali, il turismo
e lo sport*

Introduzione

LE MOTIVAZIONI DEL "LIBRO BIANCO"

Il presente Libro Bianco non è certo una iniziativa estemporanea, un "instant book" magari realizzato a caldo, sull'onda emozionale di un evento: è invece il primo risultato di un processo di deriva lunga, che ha presupposti, basi e svolgimento, attualità e certamente anche futuro.

La memoria ci porta a ricordare quando in Italia di turismo accessibile neppure si parlava, anzi: il fenomeno andava evitato, negato, rimosso. E alla memoria remota, restano relegati episodi plateali di incultura turistica nei confronti della diversità, di rifiuto delle persone con bisogni speciali, di rigetto del problema, come se fosse una tara che il nostro turismo non voleva farsi affibbiare.

Ma episodi di questo tipo avvengono ancora, anche se evidentemente ad una scala molto minore ed in qualche modo, appunto, episodica.

Certamente non si può essere mai sicuri che quelle brutte pagine della nostra storia recente si possano considerare del tutto superate: probabilmente qualche sacca di ignoranza ci sarà ancora, e qualche rigurgito alla sfida della "specialità" potrà ancora verificarsi, ma siamo ragionevolmente certi che questo accadrà sempre più di rado, e che la reazione dell'opinione pubblica, delle istituzioni e delle stesse imprese a simili eventi sarà rapida e netta.

Perché in qualche modo un crinale è superato, e dove magari non hanno potuto la sensibilità e la cultura, è stata la convenienza a farsi legge, è stato il mercato a dettare le regole di convivenza e di accoglienza.

E' stato ed è un processo, piuttosto che un attimo. Un processo ampio, concomitante se non correlato a fenomeni più generali, nei quali siamo tutti ancora profondamente immersi:

- il nostro Paese ha smesso di essere solo una destinazione di vacanza, ed è diventato anche un importantissimo bacino di

domanda turistica; tanto importante che, quasi paradossalmente, adesso siamo tra gli obiettivi prioritari di paesi come la Germania, che invece tradizionalmente era (ed è ancora) il nostro principale bacino di domanda estera;

- la crescita della nostra capacità di attrazione sui mercati internazionali ha subito prima rallentamenti, poi battute di arresto, e quindi oscillazioni; ma soprattutto è cambiata e sta cambiando la sua geografia, da continentale a globale;
- siamo quindi sempre più diventati, nella generalità, una destinazione "matura", nel senso proprio del ciclo di vita del prodotto, che quindi non riesce più a crescere a ritmi veloci, ma deve fronteggiare una competizione agguerrita, e rispondere alle esigenze di una domanda sempre più ricca di esperienza, segmentata, turisticamente "acculturata".

Ma il concetto di maturità, come noto, ha accezioni ben diverse, e di segno opposto: in senso positivo è un apprezzamento per il punto culminante e migliore di un processo (la crescita e la maturazione, appunto), in senso negativo invece è la fine di una spinta propulsiva e l'inizio di un periodo di potenziale declino.

Quello che a noi qui interessa è il primo significato: l'Italia turistica ha negli ultimi venti anni raggiunto una fase in cui non si può certo più considerarla una destinazione arretrata a cui si perdonano i difetti in nome delle tante qualità naturali o dei tanti patrimoni ereditati.

E' invece una marca "corporate" tra le più apprezzate e desiderate del Mondo, a cui si richiedono e da cui si pretendono non solo emozioni, ma anche e sempre più prestazioni in linea con i migliori standard internazionali.

Contemporaneamente non c'è dubbio che, anche per effetto della crescente contaminazione con gli altri Paesi dell'Unione Europea, molte spinte di tipo valoriale hanno iniziato a prendere piede anche in Italia, in qualche modo assecondando una sorta di "vento del Nord" che da noi, metaforicamente ma neanche troppo, il più delle volte spira valicando le Alpi e si diffonde poi a macchia d'olio.

E' stato così prima per le questioni e le sensibilità ambientali, per l'opposizione all'energia nucleare e per l'uso di fonti rinnovabili, per il risparmio energetico e la bio-architettura, quindi per l'attenzione all'equità ed alla solidarietà nel commercio, ma anche per le "quote rosa", tanto per dare i riferimenti fondamentali.

Ed è stato così anche per la tutela ed il riconoscimento della disabilità e dei diritti dei portatori di bisogni speciali, magari passando anche attraverso le "giornate" internazionali istituite e celebrate su questo tema specifico come su altri a contenuto valoriale e culturale, e la cui ultima edizione si è tenuta proprio negli ultimi giorni del 2012, precisamente il 3 dicembre.

Ma le tendenze valoriali sempre più si fanno anche opportunità, precondizioni, regole del mercato. Tanto per ricordare la tendenza valoriale "madre", e cioè la tutela dell'ambiente, il consumismo non ha smesso di esistere, mentre la sensibilità "verde" si affermava, ben oltre la parabola dei partiti politici che pretendevano di rappresentarla in esclusiva.

E così, come preconizzava Jost Krippendorf trenta anni fa, la fase in cui siamo potrebbe essere definita come "verde consumo": i prodotti vengo scelti anche (e forse prevalentemente, in molti casi) per la loro attenzione all'ambiente nelle fasi di produzione, nelle scelte di packaging, nel loro smaltimento, ecc..

E per questo è sempre più valida l'affermazione che "si vota con il portafogli", sia in negativo, boicottando i prodotti che contrastano il nostro sistema di valori, che in positivo, privilegiando quelli che invece li rispettano o addirittura se ne fanno alfieri.

Queste tendenze di lunga deriva investono a pieno titolo profondamente anche e proprio i comportamenti turistici: in particolare, iniziano ad esprimersi dal lato del consumo, e quindi, di solito in un secondo momento, influenzano anche l'offerta e le imprese che la esercitano e i territori che le supportano, in un percorso che si spera virtuoso, in quanto in grado di rinforzare la fedeltà, il senso di appartenenza, l'affinità: in una parola, la condivisione.

Dal lato dell'impresa privata, l'approccio più attuale è quello che riconduce l'accessibilità all'ampia e variegata tematica della Responsabilità Sociale (anche detta CSR, Corporate Social Responsi-

bility). Una tematica che ha preso corpo negli ultimi anni, e che ha condotto a pratiche molto articolate e a sistemi di comunicazione anche molto sofisticati.

In generale le imprese si muovono in tema di CSR in relazione all'imperativo di creare valore economico (doing business), con l'opzione di creare anche valore sociale (doing good). Ma l'obiettivo a cui tendere, è quello di combinare intrinsecamente le due sfere di valore economico e sociale, creando il massimo dell'utilità nel contesto in cui si opera.

Questo schema generale serve a leggere con una maggiore cognizione di causa anche i comportamenti imprenditoriali in tema di turismo accessibile: l'azione delle Istituzioni, le campagne di comunicazione, e le conseguenti spinte prescrittive, hanno sortito l'effetto di sensibilizzare ed in qualche modo anche costringere le imprese ad una maggiore attenzione, e se possibile anche ad attività specifiche, inserendo quindi a pieno titolo l'accessibilità nel contesto della responsabilità.

Ma nella esperienza italiana il circuito virtuoso cui si faceva cenno non si è ancora del tutto esplicitato, ed ha anzi preso talvolta qualche vicolo cieco, ad esempio quando ha preteso di confrontarsi con la classificazione delle strutture ricettive. Si discuteva di luminosità delle lampadine, metri cubi d'aria, ampiezza delle sale comuni, ed intanto per la strada i turisti veri salivano a fatica sugli autobus, dopo aver trascinato un trolley sul pavè, interrogandosi ancora sul significato del "coperto" al ristorante. E questo, immaginiamolo bene, con difficoltà tanto più serie e pressanti se si trattava di turisti con disabilità o bisogni speciali.

Le classificazioni, a confronto con i turisti veri, rischiano di generare sconforto: il diritto per tutti a fare turismo non dovrebbe più essere solo una prescrizione di legge da far osservare, imponendo l'abbattimento delle "barriere architettoniche". Per un Paese a turismo maturo come il nostro, per una potenza economica tra le più sviluppate del Mondo, l'idea di accogliere tutti i turisti non deve più essere un optional, non più solo il simbolino della sedia a ruote tra i tanti, non più solo un "plus".

Si tratta invece di una prova di civiltà a cui non ci si può sottrar-

re. Non ha più senso parlare di qualità senza assumere come precondizione questa prova di civiltà. Solo da qui può partire il rilancio delle qualità turistiche del nostro Paese, che sono tante, ma non possono più essere considerate un'esclusiva dei turisti "normali".

Flavia Maria Coccia

*Coordinatore della Struttura di Missione per
il Rilancio dell'Immagine dell'Italia e Presi-
dente del Comitato per la Promozione e lo
Sviluppo del Turismo Accessibile.*

Introduzione

IL PRIMO LIBRO BIANCO: UN'OPPORTUNITÀ PER LO SVILUPPO DEL TURISMO IN ITALIA

S Si potrebbe scrivere lungamente di turismo accessibile, della situazione attuale e degli scenari che si stanno sviluppando intorno al settore. Oggi nessun attore, istituzionale e non, coinvolto nella filiera del turismo, ha più alcun dubbio che quella di cui si discute sia una realtà in continua evoluzione, ricca di potenzialità ed opportunità, soprattutto per chi saprà coglierle e svilupparle.

Nel corso delle sessioni del Comitato si è potuto constatare che moltissimi disabili vorrebbero visitare luoghi, destinazioni o mete turistiche con obiettivi specifici, tanti lo fanno ma poi restano delusi dalle difficoltà, dalla poca accessibilità e fruibilità dell'esperienza, altri, invece, informati e documentati, rinunciano e cambiano la meta del loro viaggio verso altre destinazioni.

Nei prossimi anni, come è emerso durante i lavori, si svilupperà un sistema sempre più integrato di policy e strategie tra pubblico e privato, dove la piena e completa fruibilità da parte di tutti diverrà un fattore di scelta primario al pari del prezzo e della qualità. La vera sfida sarà quella di trasformare la cultura dell'accessibilità in un punto di forza, un elemento di eccellenza che il nostro Paese dovrà assimilare nel suo DNA per essere competitivo e realmente accogliente. La stessa Convenzione Onu sui diritti delle persone con disabilità, ratificata dall'Italia nel 2009, ha sancito l'impegno dell'Italia in questo senso.

La Struttura di Missione per il Rilancio dell'Immagine dell'Italia, operante presso la Presidenza del Consiglio a supporto del Ministro per gli Affari Regionali, il Turismo e lo sport, è l'istituzione deputata all'elaborazione e all'attuazione di politiche ed interventi comunicativi finalizzati a divulgare l'immagine del nostro Paese nel Mondo, in particolar modo nel settore del turismo. Tra le sue funzioni è stata

incaricata di coordinare il *"Comitato per lo Sviluppo del Turismo Accessibile"*, composto da tutte le maggiori rappresentanze delle associazioni per le disabilità, delle istituzioni territoriali, nonché da esperti della materia. Si è in primo luogo lavorato all'elaborazione ed alla divulgazione in varie sedi del documento denominato *"Manifesto per la promozione del Turismo Accessibile"*. Il contenuto di quest'ultimo, frutto dello studio di esperti del settore pubblico e privato, è un insieme di linee guida e di principio che, attraverso lo strumento e la valorizzazione del diritto, sono finalizzate a dare seguito alla convenzione Onu specificandone le applicazioni in tema di turismo e coinvolgendo tutta la filiera del settore.

Sulla base del lavoro sviluppato e delle analisi effettuate, è stata infine elaborata la presente pubblicazione con l'obiettivo di agevolare un processo nel quale istituzioni, privati e soprattutto utenti, possano avere una lettura univoca dello stato dell'arte relativo al tema del turismo accessibile nel nostro Paese.

"Accessibile è Meglio" pone le prime basi che permettono di superare la mera definizione di turismo accessibile: c'è chi pensa ad un "turismo per tutti" o "turismo fruibile", chi parla di "turismo sociale", chi di "turismo solidale"; noi pensiamo, però, che nei prossimi anni si andrà verso la più corretta definizione di "turismo universale".

Siamo fermamente convinti che sia fondamentale, per la nostra credibilità nel fare turismo, garantire a tutti i potenziali fruitori, nessuno escluso, la piena libertà di esercitare i propri diritti a partire dal piacere di viaggiare.

L'immagine dell'Italia, infatti, non deve essere limitatamente intesa per quanto concerne la bellezza dei suoi territori, i suoi capolavori artistici, le sue diversità ed unicità, ma anche per la sua gente e la sua cultura dell'accoglienza che ne rappresenta il livello di civiltà.

Valentino Guidi

*Coordinatore del Comitato per la promozione
e lo sviluppo del Turismo Accessibile*

Primo capitolo

il "Mercato"



1.1. *I dati di partenza*

Non è possibile misurare e approfondire la domanda di turismo accessibile e il valore del suo mercato senza parlare del linguaggio, di cosa significa, di che valore attribuire a queste parole.

Per "Turismo Accessibile" si intende l'insieme di servizi e strutture che consentono a "clienti con bisogni speciali" di fruire della vacanza e del tempo libero in modo appagante, senza ostacoli né difficoltà, e quindi in condizioni di autonomia, sicurezza, comfort.

Ma chi sono i protagonisti di questo mercato? Il confine non è così ben definito, ed è estremamente riduttivo, infatti, pensare alle sole persone con disabilità. Si tratta di includere in questo mercato il più ampio e generico mondo dei bisogni che possono essere rappresentati anche da persone che non hanno disabilità evidenti e riscontrabili (quali un problema motorio, sensoriale, cognitivo, o di salute), ma, ad esempio persone che hanno difficoltà alimentari quali la celiachia o l'intolleranza ad alcuni alimenti, oppure che debbono seguire un regime alimentare iposodico o dietetico. Ci sono poi le persone che si "stancano", a causa delle patologie o dell'età, a camminare a lungo, e cardiopatie, allergie, bambini, anziani, mamme che spingono i passeggini e tanto altro ancora.

Appare dunque evidente come i turisti con disabilità rappresentino solo una delle possibili tipologie di clienti che si affacciano sul mercato del turismo accessibile. Un mercato che, comunque, si compone di un insieme variegato di domande, e di cui pertanto occorre cercare di conoscere entità ed esigenze, per sempre meglio corrispondervi.

Si riportano qui di seguito in ordine cronologico le principali acquisizioni al riguardo, ai vari livelli geografici e tipologici disponibili.

* * *

La prima ricerca specifica sul turismo delle persone con disabilità, fu realizzata nel 1993 dalla società di consulenza Touche Ross. La popolazione europea dichiarata disabile corrispondeva all'11%, a cui doveva essere aggiunto il 3-4% di cittadini che, per vari motivi, sfuggivano alla ricerca. Quindi si trattava di circa 50 milioni di persone con disabilità in Europa Occidentale, un ordine di grandezza che si ritroverà anche in seguito.

* * *

Nel 1999, nell'ambito del progetto Italia per Tutti¹ fu poi elaborata un'indagine sullo "Studio sulla domanda di turismo accessibile", realizzato da ENEA ed Iter, al fine di:

- quantificare il numero delle persone portatrici di esigenze speciali rispetto alla popolazione italiana e della quota di quante di esse contribuiscono alla domanda turistica;
- identificare e descrivere il mercato turistico potenziale;
- descrivere le tipologie di esigenze speciali e delle relative difficoltà incontrate dalla popolazione che esprime una domanda turistica;
- definire le condizioni necessarie perché si esprima la domanda potenziale di turismo accessibile.

Ne risultò che, mentre nel 1999 erano circa 31 milioni le persone che avevano effettuato almeno un viaggio durante l'anno (il 54,6% del totale degli Italiani), di costoro il 2,9%, pari a 889.330, era costituito da persone che esprimevano esigenze speciali. Prendendo in considerazione anche i turisti che, pur non manifestando esigenze speciali, rientravano in una fascia di età più elevata (65 anni e più) e che sceglievano, nella maggioranza dei casi, dei viaggi con particolari caratteristiche, il dato si estendeva ad altri 2.140.785 turisti, pari al 6,9%.

1 Vedi paragrafo 2.2.

Tabella 1. Chi viaggia e chi non viaggia in Italia (1999)

Chi viaggia:	Chi non viaggia:
31.165.062 (54,6%)	25.910.265 (45,4%)
di cui con esigenze speciali:	di cui:
889.330 (2,9%)	per problemi di salute/anzianità 3.651.003 (14,1%) (viaggerebbe 1,9%)
	per accudire disabile/bambino 1.215.868 (4,7%) (viaggerebbe 0,1%)

Fonte: Italia per tutti, 1999

L'indagine evidenziò che, tra coloro che non viaggiavano, circa 490mila persone pari all'1,9%, lo avrebbero fatto in presenza di condizioni specifiche. Tra le principali condizioni ed esigenze espresse la "necessità di avere un accompagnamento" e la "disponibilità di assistenza medica" si collocavano al primo posto, mentre il 7% avrebbe invece necessitato di non trovare barriere architettoniche nelle strutture e nei servizi.

I dati di questa ricerca, per come essa era stata concepita e formulata, non si prestavano ad un confronto storico, e rendono difficoltosa anche oggi una stima degli sviluppi successivi del mercato. Ma per avere una idea delle possibili evoluzioni si può fare riferimento alla statistica ricorrente dell'Istat, che rileva, appunto, insieme ai viaggi e alle vacanze degli Italiani, anche i motivi della "non vacanza" (tabella 2).

Per quanto la definizione "motivi di salute" sia solo una vaga approssimazione dei "bisogni speciali" come da noi intesi, il confronto decennale di seguito riportato mostra come le oscillazioni in percentuale siano state tutto sommato marginali, ma che comunque si siano concentrate sulle stagioni primaverile e soprattutto estiva, con un calo non trascurabile della quota di persone impossibilitata alla vacanza per tale motivo.

Se tale dato fosse confermato, sarebbe evidentemente un segnale positivo, nel senso della riduzione dei vincoli alla vacanza; una direzione che tutto il presente lavoro auspica e tenta di descrivere.

Tabella 2.

Persone che non hanno effettuato viaggi di vacanza per motivi di salute (per 100 Italiani residenti)

	Gennaio-Marzo	Aprile-Giugno	Luglio-Settembre	Ottobre-Dicembre
2002	9,8	10,6	14,3	8,9
2011	10,1	10,0	13,0	9,0
Var.	+0,3	-0,6	-1,3	+0,1

Fonte: Istat, Indagine trimestrale "Viaggi e vacanze".

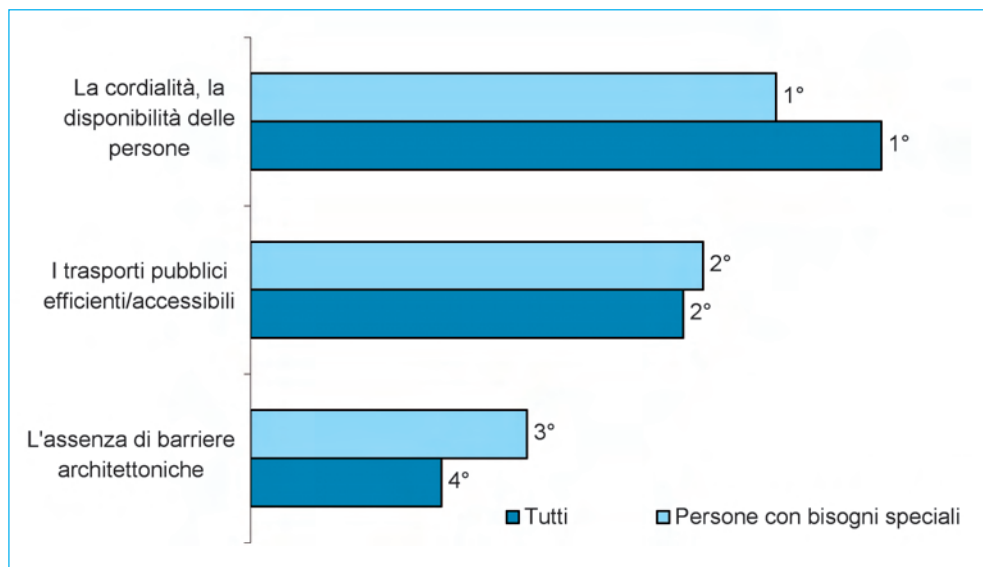
* * *

Nel 2004, nell'ambito del progetto C.A.R.E.², è stata effettuata un'indagine a livello europeo su un campione di oltre 6.500 persone, 50% residenti e 50% turisti, con l'obiettivo di cogliere le esigenze di turisti e residenti con bisogni speciali e non, attraverso questionari distribuiti omogeneamente per sesso, età, professione e provenienza.

Attraverso l'indagine è stato possibile tracciare il profilo del turista che frequenta le città ospitali: su un campione di 941 interviste a persone disabili, il 35% era spinto da motivazioni culturali, il 4,1% era attratto invece dall'enogastronomia. La scelta principale delle persone con disabilità era l'albergo, ma è stato evidenziato un forte interesse per gli appartamenti in affitto e i residence. Un turista su quattro preferiva viaggiare con la famiglia o in coppia, mettendo al secondo posto gli amici; uno su tre si informava su internet, ma erano molto apprezzate anche le guide. Il turista con bisogni speciali si recava molto meno in agenzia di viaggi rispetto alla media, affidandosi (allora) a riviste specializzate. Infine il 37% dei turisti con bisogni speciali giudicava le informazioni ricevute in merito ai propri viaggi non corrispondenti al vero, o solo parzialmente.

2 Vedi paragrafo 2.4.

Grafico 1. Gli elementi desiderati che caratterizzano la "Città Ospitale"



Fonte: Indagine C.A.R.E., 2004

Il dato significativo evidenziato dall'indagine è la percezione da parte di tutti, anche di coloro che hanno bisogni speciali, degli stessi desideri nel vivere la città, con l'unica differenza che i turisti con bisogni speciali sono più attratti dagli eventi culturali, ciò a sottolineare come tra le parole turismo – disabilità – accessibilità la prima è sempre e comunque la più importante.

Un turista con disabilità è prima di tutto un turista, una persona interessata a passare una vacanza appagante in un luogo piacevole che possa soddisfare i propri desideri e le proprie attese.

La cordialità e la disponibilità delle persone che incontrano è il principale desiderio espresso dagli intervistati, seguono l'efficienza e l'accessibilità dei trasporti pubblici, il valore artistico dei luoghi e la loro fruibilità: quindi una città accogliente, che sa soddisfare le esigenze di turisti e residenti, può definirsi veramente "ospitale per tutti".

1.2. *La domanda potenziale*

S econdo il Rapporto Mondiale sull'Handicap, pubblicato dall'Organizzazione Mondiale della Sanità nel 2011, più di un miliardo di persone nel Mondo vivono con un handicap, in media il 15% della popolazione (sulla base delle stime demografiche del 2010).

Il dato percentuale viene rilevato in crescita rispetto al 1970, quando era pari al 10%,

Le valutazioni realizzate dal Rapporto si basano su uno studio relativo al 2004, il "Global Burden of Disease", che stimava che il 15,3% della popolazione mondiale (circa 978 milioni di persone su 6,4 miliardi) aveva "disabilità tra moderata e grave", mentre il 2,9% (circa 185 milioni) presentava una disabilità "grave" (tabella 3).

Le disabilità erano riscontrate in misura minore tra i bambini da 0 a 14 anni (le cifre erano 5,1% e 0,7% rispettivamente per le disabilità meno gravi e quelle più gravi), mentre tra chi ha 15 anni e più, quelli con disabilità minori erano 19,4% (pari a 892 milioni di persone) e gli altri il 3,8% (175 milioni).

Tabella 3.**La disabilità nel mondo, per area geografica ed età**

(valori percentuali sul totale della popolazione, stime per il 2004)

	Mondo	Paesi ad alto reddito	Paesi a basso e medio reddito					
			Africa	America	Sud Est Asiatico	Europa	Est Mediterraneo	Ovest Pacifico
Disabilità grave								
0-14 anni	0,7	0,4	1,2	0,6	0,7	0,8	0,9	0,5
15-59 anni	2,7	2,3	3,3	2,6	2,9	2,7	3,0	2,4
≥ 60 anni	10,2	8,5	16,9	9,2	12,6	7,2	12,4	10,0
Totale	2,9	3,2	3,1	2,6	2,9	3,0	2,8	2,7
Disabilità da moderata a grave								
0-14 anni	5,1	2,8	6,4	4,5	5,2	4,2	5,2	5,3
15-59 anni	14,9	12,4	19,1	14,6	16,3	14,3	15,5	13,7
≥ 60 anni	46,1	36,8	53,3	44,3	58,8	41,4	53,7	46,7
Totale	15,3	15,4	15,3	14,1	16,0	16,4	14,0	15,0

Note: I paesi ad alto reddito sono quelli con un pil pro capite maggiore a 10.066 US\$, sulla base delle stime della Banca Mondiale.

La valutazione delle disabilità si basa su di una scala in cui le disabilità gravi sono comprese nelle classi VI e VII e quelle da moderate a gravi nelle classi III -V

Fonte: Rapporto mondiale sull'Handicap, Organizzazione Mondiale della sanità, 2012

E se la disabilità fa molte differenze in relazione all'età, concentrandosi come ovvio nella popolazione con più di 60 anni, indipendentemente dal livello di gravità, non sembra invece farne in base al tasso di sviluppo economico dei Paesi.

Tabella 4.
Il livello di disabilità per tipologia

(anno 2004, valori percentuali)

	Grado di disabilità				
	Nessuna	Mite	Moderata	Severa	Estrema
Mobilità					
Muoversi	64,8	16,5	11,4	5,9	1,3
Svolgere attività vigorose	50,7	16,0	13,3	10,3	9,7
Self-care					
Cura di se	79,8	10,7	5,9	2,6	1,0
Aspetto	80,4	10,7	6,0	2,2	0,9
Dolori					
Algie e dolori	45,2	26,3	16,8	9,5	2,2
Disagio fisico	49,2	24,9	16,1	8,0	1,8
Cognitivi					
Concentrazione, ricordo	61,5	20,0	11,8	5,5	1,3
Apprendimento	65,6	17,3	9,8	4,7	2,5
Relazioni interpersonali					
Partecipazione alla vita della comunità	76,8	13,1	6,6	2,4	1,2
Gestione dei conflitti	74,4	14,4	6,7	3,0	1,5
Vista					
Vista da lontano	75,4	11,6	7,1	4,3	1,6
Vista da vicino	76,3	11,9	7,0	3,8	1,0
Sonno ed energie					
Addormentarsi	60,9	18,9	10,0	6,6	1,6
Sentirsi riposato	57,2	22,1	13,1	6,2	1,4
Affetti					
Depressione	56,1	22,5	12,9	6,6	2,0
Angoscia, ansietà	51,2	22,9	14,0	8,3	3,6

Fonte: Rapporto mondiale sull'Handicap, Organizzazione Mondiale della sanità, 2012

Per quanto riguarda i livelli di handicap più elevati le percentuali più alte di disabilità si riscontrano in relazione alla mobilità, soprattutto per quanto riguarda la capacità di svolgere attività "pesanti" (tabella 4).

Restrizioni "severe" riguardano oltre la mobilità il dolore fisico (artriti, cefalee, ecc.) e in qualche modo la sfera degli affetti, con le malattie depressive. A proposito delle tipologie di disabilità un dato interessante riguarda la percentuale di coloro che utilizzano una sedia a ruote³. Così come le disabilità in generale, anche questa appare avere una diffusione percentuale costante nei diversi Paesi, con una incidenza pari a circa l'1% della popolazione.

Il Censimento degli Stati Uniti del 2002, ad esempio, stimava la presenza di 2,7 milioni di residenti su sedia a rotelle con più di 15 anni e 121.000 sotto i 15 anni di età, lo 0,2% di 60,6 milioni di bambini sotto i 15 anni di età: in tutto poco meno dell'1% del totale della popolazione (circa 300 milioni di persone).

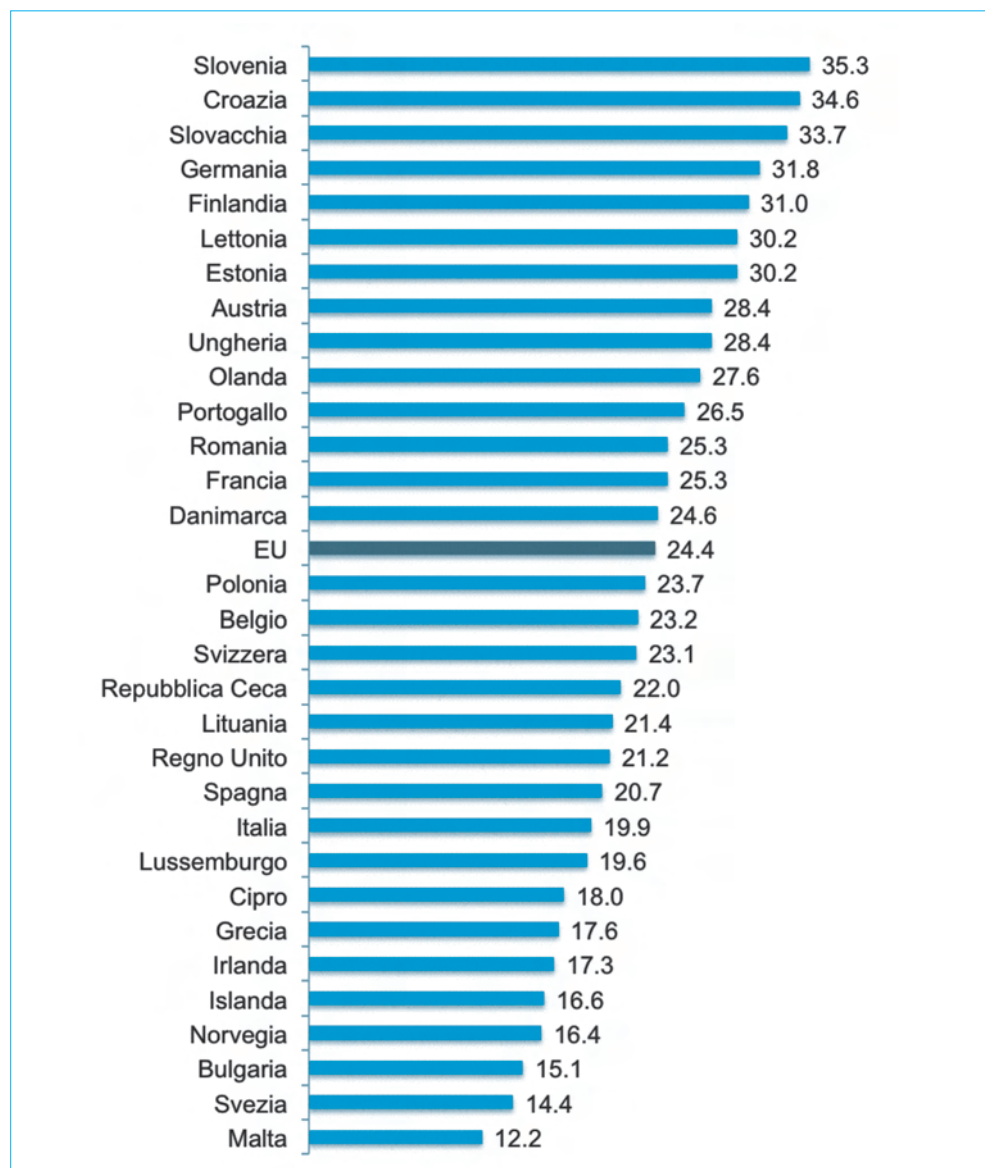
In Europa alcuni studi effettuati nel Regno Unito hanno stimato gli utilizzatori della sedia a ruote in una percentuale compresa tra l'1% e l'1,4% del totale della popolazione.

Percentuali confermate anche da studi realizzati in Olanda (152.000 utilizzatori su un totale di 16 milioni di abitanti, pari allo 0,95%), in Francia (dove la percentuale è di poco inferiore all'1%), sulla base delle quali si può stimare che solo nei 27 Paesi dell'Unione Europea sono circa 5 milioni le persone che si muovono su sedia a ruote.

E queste stime sembrano coincidere con i dati disponibili per il "Vecchio Continente" e resi disponibili da Eurostat.

Una prima informazione riguarda le persone che dichiarano di avere alcune restrizioni a lungo termine, e cioè non temporanee, nello svolgimento delle attività quotidiane: in media un quarto dei residenti dell'Unione Europea, con punte minime tra i residenti di Malta (12%) e della Svezia (14%) e massime in Slovenia e Croazia, 35,3% e 34,6% rispettivamente (grafico 2).

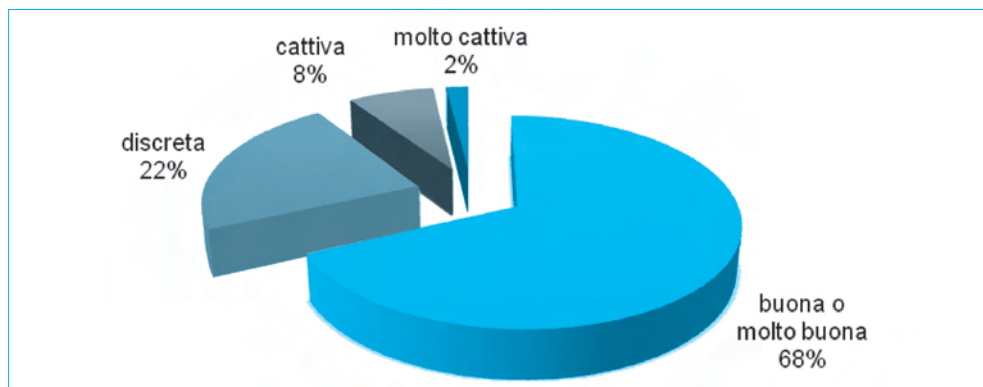
3 Una condizione tanto emblematica della disabilità e dei bisogni speciali da dare luogo allo stereotipo simbolico di tutta la problematica

Grafico 2. Persone che dichiarano di avere restrizioni a lungo termine nella loro attività quotidiana (anno 2010)

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Eurostat, 2012

Restringendo il campo ai residenti nei soli Paesi dell'Unione Europea le stime parlano di quasi 50 milioni di persone disabili, un dato che a vent'anni di distanza riecheggia quello di Touche Ross del 1993.

Grafico 3. La percezione dei cittadini europei sulla loro salute (anno 2009)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati Eurostat, 2012

I dati disponibili per il quinquennio 2005-2009 mostrano come la percentuale di coloro che ritengono di trovarsi in una situazione di salute negativa sia pressoché stabile (è diminuita di 0,6 punti percentuali). Al contrario le differenze tra i Paesi dell'Unione assumono talvolta una certa rilevanza (tabelle 5 e 6).

Tabella 5. La percezione dei cittadini europei sulla loro salute (% di quelli che reputano la loro salute cattiva o pessima)

Dove ci si sente peggio e dove ci si sente meglio	
Portogallo	19,4	Irlanda	2,7
Lituania	17,7	Islanda	4,4
Ungheria	17,5	Malta	4,6
Polonia	16,5	Olanda	4,9
Lettonia	15,9	Svezia	5,3

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Eurostat, 2012

Da notare peraltro che in questo caso il fattore della percezione soggettiva gioca una notevole influenza sui dati, e verosimilmente si intreccia anche con gli atteggiamenti più generali nei confronti della soddisfazione per la propria vita, della felicità, delle aspettative verso il futuro, che come noto sono anche sensibilmente differenti tra persona e persona, ed anche tra le diverse popolazioni.

Tabella 6. La percezione dei cittadini europei sulla loro salute (serie storica, valori percentuali)

Paesi	Stato di salute									
	2005		2006		2007		2008		2009	
	cattiva	pes-sima	cattiva	pes-sima	cattiva	pes-sima	cattiva	pes-sima	cattiva	pes-sima
Austria	6,7	1,6	6,4	1,5	6,7	1,6	7,2	1,9	6,6	2,1
Belgio	6,3	1,9	6,8	1,6	6,8	1,5	6,9	1,3	7,1	1,7
Bulgaria	-	-	-	-	12,9	4,2	10,9	2,8	9,9	3,0
Cipro	7,3	2,5	7,7	1,6	7,1	2,6	6,6	1,1	6,2	2,0
Repubblica Ceca	10,5	2,5	10,9	2,5	10,4	2,0	10,6	2,5	10,4	2,3
Danimarca	5,5	1,5	5,7	2,0	5,9	1,9	5,4	1,9	5,0	2,4
Estonia	13,0	3,1	12,3	2,8	12,0	2,7	12,4	2,4	12,6	1,5
Finlandia	7,3	2,8	7,0	2,9	6,7	1,5	6,4	1,3	6,1	1,3
Francia	8,5	1,4	8,1	1,4	8,0	1,4	7,3	1,1	7,9	1,1
Germania	7,6	1,6	7,7	1,6	7,8	1,6	6,5	1,5	6,4	1,4
Grecia	6,3	2,6	6,3	2,9	6,0	2,7	6,6	2,7	6,6	3,1
Ungheria	17,3	4,6	16,1	4,2	17,1	4,9	14,3	4,9	13,3	4,2
Irlanda	2,8	0,8	2,4	0,7	2,0	0,5	2,2	0,3	2,3	0,4
Italia	8,0	1,8	8,7	1,9	8,6	2,4	8,8	2,3	8,4	2,4
Lettonia	16,3	5,6	14,9	4,5	14,5	4,1	13,8	3,4	13,1	2,8
Lituania	16,6	2,9	14,9	3,3	13,6	2,9	14,9	2,8	14,7	3,0
Lussemburgo	6,5	1,3	5,8	1,5	5,8	1,2	6,5	1,2	6,9	1,4
Malta	4,5	0,6	3,8	0,6	4,1	0,4	3,9	0,4	4,0	0,6
Olanda	4,3	0,9	4,4	0,8	4,3	0,6	4,4	0,9	4,2	0,7
Polonia	15,0	3,7	14,2	3,1	13,7	3,1	13,4	3,0	13,5	3,0
Portogallo	14,7	5,8	15,1	5,0	14,3	4,7	14,3	5,3	14,2	5,2
Romania	-	-	-	-	7,7	2,0	6,9	1,8	7,0	1,8
Slovacchia	12,5	5,1	13,1	4,9	12,8	4,8	11,3	4,4	11,0	3,6
Slovenia	13,1	3,1	12,7	3,0	11,3	3,1	11,7	2,5	10,2	2,9
Spagna	10,0	2,5	9,9	2,3	9,4	2,2	6,1	1,7	6,5	2,1
Svezia	4,5	1,6	4,8	1,0	4,1	1,0	4,1	1,0	4,2	1,1
Regno Unito	5,8	1,3	5,3	1,2	5,1	1,1	4,0	1,1	4,4	1,1
Unione Europea	8,7	2,1	8,6	2,0	8,5	2,0	7,6	1,9	7,5	1,9

Fonte: Eurostat, 2012

Anche per quanto riguarda l'Europa in generale, e i Paesi dell'Unione nello specifico, la quantificazione delle tipologie di disabilità resta un elemento assai difficile.

Un aiuto in questo senso arriva dagli studi e dalle indagini, oltre che dalle banche dati, dei singoli Paesi. Una loro raccolta sistematica non rientrava tra gli obiettivi del presente Libro Bianco, e pertanto ci limiteremo ad illustrare di seguito il caso Britannico, che risulta particolarmente significativo.

Secondo il Dipartimento del lavoro e l'Ufficio per la Disabilità, in Gran Bretagna si contano 11,2 milioni di disabili e tra questi 5,2 milioni sono gli adulti in età lavorativa, 5,2 milioni sono pensionati e 0,8 milioni sono bambini.

La metà di chi presenta una disabilità ha problemi legati alla mobilità, mentre una quota minore è legata alle capacità comunicative e cognitive (grafico 4).

Grafico 4.

Le difficoltà nella vita quotidiana dei cittadini britannici

(anno 2010/2011, valori assoluti, in milioni)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati del Dipartimento del Lavoro della Gran Bretagna, 2012

Per quanto riguarda il nostro Paese, un aiuto importante per la quantificazione della disabilità viene dall'indagine "Inclusione sociale delle persone con limitazioni dell'autonomia personale", pubblicata dall'Istat nel dicembre 2012, realizzata con l'intento di monitorare il fenomeno della disabilità in Italia con riferimento all'inclusione sociale delle persone con limitazioni funzionali nel loro contesto di vita (rete di relazioni, scuola, lavoro, tempo libero, ecc.) e ai fattori che ne ostacolano la piena partecipazione (limitazioni nella mobilità, barriere nell'accesso al lavoro, mancanza di adeguati sostegni, ecc.).

La popolazione di riferimento dell'indagine è quindi costituita da 3 milioni 947 mila persone, e sebbene tenda a sottovalutare l'universo complessivo (escludendo i minori di 11 anni, i soggetti che vivono non in famiglia e quindi in strutture sanitarie collettive, le persone autonome ma che presentano problemi come ad esempio quelli alimentari, ecc.), l'indagine rappresenta uno strumento di conoscenza insostituibile, a fronte di un vuoto informativo difficile da colmare.

In Italia quindi si contano poco più di 2 milioni di cittadini sopra gli 11 anni con limitazioni funzionali gravi, residenti in famiglia (tabella 7).

Si tratta in realtà di soggetti già poco inclini a viaggiare, se si considera che oltre la metà (57%) ha più di 75 anni.

Se a questi però si sommano le persone che hanno sì delle limitazioni ma comunque più lievi, oltre 1 milione e ottocentomila, l'universo potenziale del turismo accessibile quasi raddoppia.

Tabella 7. - Persone di 11-87 anni con limitazioni funzionali secondo il livello di gravità delle limitazioni funzionali per sesso, età, titolo di studio, stato civile e risorse economiche (anno 2011, in migliaia)

	Persone con limitazioni funzionali gravi		Persone con limitazioni funzionali lievi		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
SESSO						
Maschi	716	34,4	779	41,7	1.495	37,9
Femmine	1.363	65,6	1.089	58,3	2.452	62,1
Totale	2.080	100,0	1.868	100,0	3.947	100,0
CLASSI DI ETÀ'						
11-34	136	6,5	59	3,2	194	4,9
35-59	260	12,5	333	12,0	592	15,0
60-74	498	23,9	631	19,1	1.129	28,6
75-87	1.187	57,1	845	68,9	2.031	51,5
Totale	2.080	100,0	1.868	100,0	3.947	100,0
TITOLO DI STUDIO						
Diploma di scuola superiore, Laurea	249	12,0	302	16,1	551	13,9
Licenza di scuola media inferiore	398	19,1	532	28,5	930	23,6
Licenza elementare/Nessun titolo	1.433	68,9	1.034	55,4	2.467	62,5
Totale	2.080	100,0	1.868	100,0	3.947	100,0
STATO CIVILE						
Celibati/Nubili	390	18,7	185	9,9	575	14,6
Coniugati coabitanti con il coniuge	939	45,2	1.107	59,3	2.046	51,8
Separati, divorziati, coniugati non coabitanti	21	1,0	70	3,7	91	2,3
Vedovi	729	35,1	506	27,1	1.235	31,3
Totale	2.080	100,0	1.868	100,0	3.947	100,0
RISORSE ECONOMICHE*						
Ottime/adequate	1.023	49,4	1.069	57,4	2.092	53,2
Scarse/insufficienti	1.046	50,6	795	42,6	1.841	46,8
Totale	2.069	100,0	1.863	100,0	3.933	100,0
TOTALE	2.080	52,7	1.868	47,3	3.947	100,0

Il 71,4%, pari a 2 milioni 819 mila persone, con prevalenze più elevate nella popolazione anziana (75,3% tra i 65 e gli 87 anni) riferiscono di non essere completamente autonomi, vale a dire di avere qualche difficoltà o di non essere in grado di svolgere da solo almeno una delle attività essenziali della vita quotidiana (coricarsi e alzarsi dal letto, sedersi e alzarsi da una sedia, vestirsi e spogliarsi, farsi il bagno o la doccia, lavarsi le mani e il viso, mangiare tagliando il cibo da solo) (tabella 8).

Il 68,8% delle persone dichiara di avere difficoltà nella mobilità e nella locomozione, e la quota sale all'89,1% tra quanti sono colpiti da limitazioni gravi.

* Le risorse economiche sono riferite a 3 milioni 933 mila persone (sono escluse le osservazioni con valori mancanti).

Fonte: *Inclusione sociale delle persone con limitazioni dell'autonomia personale*, Istat 2012

Tabella 8. Persone di 11-87 anni con limitazioni funzionali secondo il tipo di area funzionale compromessa per livello di gravità delle limitazioni funzionali e classe di età

(anno 2011, valori assoluti in migliaia e valori percentuali)

Livello di gravità delle limitazioni funzionali	Difficoltà nel movimento		Difficoltà nelle attività della vita quotidiana		Difficoltà vista, udito e parola		Totale
	v.a	%	v.a	%	v.a	%	v.a
Persone 11-64 anni							
Persone con limitazioni funzionali lievi	193	35,5	221	40,5	305	55,9	544
Persone con limitazioni funzionali gravi	388	77,8	410	82,2	283	56,8	499
Totale	581	55,7	631	60,4	588	56,3	1.044
Persone 65-87 anni							
Persone con limitazioni funzionali lievi	670	50,6	718	54,3	672	50,8	1.323
Persone con limitazioni funzionali gravi	1.464	92,6	1.470	93,0	1.014	64,2	1.581
Totale	2.133	73,5	2.188	75,3	1.686	58,1	2.904
Totale							
Persone con limitazioni funzionali lievi	863	46,2	939	50,3	976	52,3	1.868
Persone con limitazioni funzionali gravi	1.852	89,1	1.880	90,4	1.298	62,4	2.080
Totale	2.715	68,8	2.819	71,4	2.274	57,6	3.947

Nota: Ciascun rispondente ha riportato uno o più tipi di difficoltà per area funzionale. La percentuale per ciascuna area funzionale è calcolata su quanti riferiscono ciascun tipo di difficoltà sul totale delle persone con limitazioni della stessa classe di età e livello di limitazione

Fonte: Inclusione sociale delle persone con limitazioni dell'autonomia personale, Istat 2012

Le persone con limitazioni sensoriali, cioè difficoltà di vista, udito o parola, sono invece il 57,6%. Tale percentuale cresce tra quanti hanno limitazioni funzionali gravi (62,4%).

Sempre secondo questa indagine, molto dettagliata ed aggiornata, sono oltre un milione e mezzo (pari al 45% del totale di quelle tra i 15 e gli 87 anni con limitazioni funzionali) gli italiani che hanno difficoltà ad effettuare viaggi per vacanza a causa di problemi di salute (tabella 9).

Tabella 9. Persone di 15-87 anni con limitazioni funzionali che, per motivi di salute, hanno restrizioni, per svolgere alcune attività

(anno 2011, per 100 persone con le stesse caratteristiche)

Sesso	Restrizioni nell'utilizzare internet	Restrizioni nello svolgere attività nel tempo libero	Restrizioni nel fare viaggi
	Persone 15- 64 anni		
Maschi	24,6	22,4	33,2
Femmine	25,0	27,6	37,6
Totale	24,8	25,2	35,5
	Persone 65-74 anni		
Maschi	14,7	17,8	31,3
Femmine	26,2	33,9	46,1
Totale	21,8	27,8	40,4
	Persone 75-87 anni		
Maschi	20,3	19,1	44,9
Femmine	28,3	30,4	60,1
Totale	25,6	26,7	54,5
	Totale		
Maschi	20,4	19,9	37,9
Femmine	27,1	30,5	51,1
Totale	24,6	26,5	45,8

Fonte: *Inclusione sociale delle persone con limitazioni dell'autonomia personale, Istat 2012*

La restrizione a fare viaggi, come prevedibile, è direttamente proporzionale all'età.

E' interessante notare che la percentuale di coloro che hanno difficoltà a viaggiare è quasi doppia rispetto a quelli che dichiarano di avere limitazioni a svolgere attività nel tempo libero (26,5%), tra cui la fruizione culturale (musei, cinema, teatro, ecc.), la pratica di attività fisiche e sportive, la partecipazione alla vita religiosa, ecc..

Da un lato incide quindi la scarsa propensione dei più anziani a muoversi, dall'altro sembrerebbe che ancora oggi, mentre "a casa" si può fare quasi tutto, fuori casa tutto diventa complicato (il trasferimento, l'alloggio, i servizi, ecc.).

1.3. *L'offerta: strutture e atteggiamenti*

Che il Turismo Accessibile sia passato in questi ultimi anni da intuizione di pochi a business riconosciuto dal mercato e dai grandi tour operator è ormai un fatto consolidato.

Quando si parla di Turismo Accessibile si parla di turismo attento ai bisogni di tutti, quindi con una qualità dell'offerta molto alta. Dove per bisogni di tutti significa saper rispondere alle esigenze di bambini, anziani, mamme che spingono i passeggini, persone con disabilità che si muovono lentamente, che non vedono, o non sentono, che hanno allergie o difficoltà di tipo alimentare. Significa quindi saper coniugare le ragioni dell'impresa turistica con la capacità di rispondere ad una domanda di "ospitalità" che richiede attenzioni, dialogo, conoscenze tecniche.

Il turista disabile usufruisce della stessa offerta di servizi e strutture utilizzata dalla più generale domanda turistica: servizi di prenotazione, trasporto, alloggio, ristorazione, servizi dedicati a chi va in vacanza.

Anche per quello che riguarda l'offerta turistica accessibile, si è assistito ad un'evoluzione: si è partiti dalla necessità di realizzare servizi accessibili all'interno di strutture ricettive, si è poi riconosciuta la necessità di lavorare al sistema ospitale in senso allargato proponendo servizi accessibili nel territorio, è infine emersa l'esigenza di costruire offerte mirate mettendo a sistema le informazioni legate ai servizi e all'accessibilità, al fine di permettere di scegliere la vacanza individualmente in base alle proprie esigenze.

L'elevato numero di persone con disabilità e quindi il target potenziale hanno generato lo sviluppo di un'ampia offerta di proposte turistiche accessibili in Italia. Viene però riconosciuta oggettivamente la mancanza di una sistematizzazione di tutte le progettualità che sono state realizzate, il che determina:

- una molteplicità di offerte che però non sono sistematiche;
- una diversa metodologia utilizzata per definire accessibi-

li strutture e servizi che non permette di avere informazioni uniformi.

Risale ad oltre 10 anni fa il primo progetto di livello nazionale (Italia per Tutti)⁴ che ha operato in modo integrato e con un approccio istituzionale per lo sviluppo dell'offerta turistica accessibile. Da quel momento in poi praticamente le Regioni, i territori, le Associazioni, le imprese hanno lavorato individualmente e/o sinergicamente alla costruzione di un'offerta ospitale accessibile. L'ultima mappatura realizzata nel presente libro ha infatti censito oltre 360 diverse forme di progettualità (vedi capitolo 3).

Ancora oggi però manca una messa a sistema di quanto realizzato perché, nonostante si sia fatto moltissimo in termini di costruzione di offerte e proposte adatte a chi ha bisogni speciali, non c'è uno strumento a livello nazionale che permetta di accedere alle informazioni ed alle attività portate a compimento in relazione all'offerta.

Negli ultimi anni sono stati realizzati una serie di studi che hanno indagato sulla qualità dell'offerta turistica accessibile in Italia, attraverso l'approccio che gli operatori hanno nei confronti di questo mercato, e considerando il punto di vista della popolazione.

* * *

Ad esempio un'indagine utile alla comprensione di quali possono essere le motivazioni che inducono gli operatori turistici a lavorare sui prodotti accessibili è stato lo studio realizzato nel 2008 dall'Associazione Si Può Laboratorio Nazionale Turismo Accessibile insieme all'Ente Bilaterale Industria Turistica, rivolto ad individuare la Qualità del Servizio Turistico per clienti con Bisogni speciali.

E' stati infatti diffuso presso le imprese turistiche un questionario rivolto a focalizzare il livello di conoscenze ed attenzione che il settore dimostra nei confronti dei turisti con bisogni speciali.

Innanzitutto è emerso che per gli operatori decidere di lavorare sul prodotto turismo accessibile è utile per diversificare la propria

4 Vedi paragrafo 2.2.

offerta, e che rinunciare a richieste di erogazione di servizi per questo tipo di clientela determina (per il 33% degli intervistati) una significativa perdita di natura economica.

La necessità di considerare questo target come una nicchia specifica su cui lavorare, ma che di fatto non è più "difficile" di altri target, è inoltre confermata dal dato relativo alle difficoltà incontrate dagli operatori che sono più legate all'informazione ed accoglienza (57%) che alle barriere infrastrutturali (43%).

* * *

Interessanti al riguardo sono anche i dati elaborati nel 2010 dall'Osservatorio Buyer di TTG Italia, basato sulle interviste somministrate a 600 tour operator esteri presenti in fiera (buyer TTI Incontri).

Il nostro Paese è, anche per i turisti con bisogni speciali, una delle mete più ambite al Mondo. Il giudizio espresso dagli operatori che nel Mondo vendono l'Italia restituisce il quadro di un Paese che potrebbe migliorarsi, ma che nel 77% dei casi viene comunque considerato 'accessibile'. Le azioni migliorative più urgenti dovrebbero essere applicate, secondo il 54% dei buyer, alle stazioni ferroviarie, la cui inaccessibilità resta percentualmente altissima, spesso per motivi strutturali, ma non di rado anche per la mancanza – denunciata da quasi l'80% degli intervistati – di adeguati supporti e servizi informativi che favoriscano la comunicazione con la clientela.

Il giudizio sull'accessibilità è solo moderatamente migliore quando si parla di hotel, ritenuti inadeguati dal 46% degli intervistati, e di ristoranti, che nel 38% dei casi non risulterebbero idonei all'accoglienza della clientela con disabilità.

Altro aspetto importante evidenziato dall'indagine è la sensibilizzazione e formazione del personale. Il cliente con esigenze speciali in Italia non si sente infatti adeguatamente compreso, soprattutto se il suo disagio è legato a problemi di alimentazione che, secondo i feed-back pervenuti agli organizzatori di viaggi, verrebbero sottovalutati. Menù e preparazione di cibi per viaggiatori affetti da celiachia, oppure intolleranti al lattosio, o votati a diete vegetariane

o vegane, rappresenterebbero oggi gli scogli da superare per dare il benvenuto ai turisti con bisogni alimentari speciali.

Inoltre, dalle segnalazioni degli operatori che hanno in catalogo l'Italia, risulta carente anche la formazione volta ad instaurare relazioni con i clienti affetti da malattie mentali, oppure non udenti o non vedenti. I tour operator esteri giudicano il nostro Paese non sufficientemente attrezzato per fornire informazioni ai viaggiatori affetti da insufficienza renale (che pertanto hanno bisogno di conoscere la disponibilità in zona di centri per l'emodialisi); con diabete oppure affetti da malattie oncologiche (che potrebbero approfittare dei positivi effetti - anche psicologici - della vacanza per proseguire le terapie).

* * *

Unioncamere-Isnart nel 2011, in collaborazione con la Consulta per le Persone in Difficoltà, ha realizzato un'indagine finalizzata proprio alla verifica dello stato dell'arte del turismo accessibile in Italia e in Piemonte.

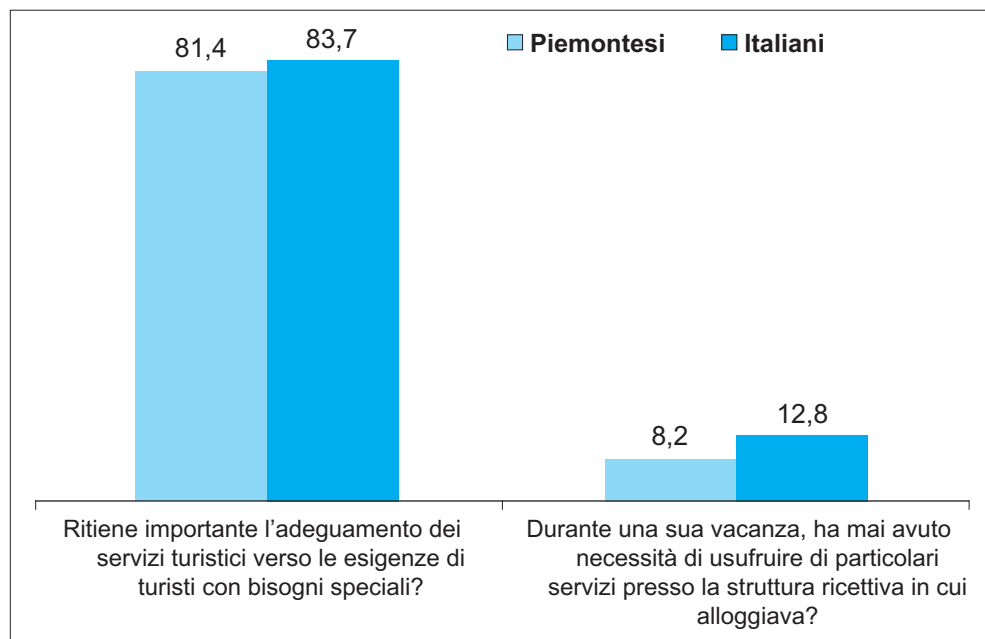
Si è analizzata l'offerta, con un'indagine rivolta alle imprese del comparto ricettivo piemontese, e la domanda, analizzando il punto di vista della popolazione italiana per comprenderne il livello di sensibilizzazione a tale fenomeno turistico e il grado di soddisfazione dei turisti con esigenze particolari.

Turisti e operatori della filiera turistica si dimostrano sensibili alle problematiche del turismo accessibile, ma poco informati ed attivi nei confronti di bisogni e necessità dei turisti in difficoltà.

Oltre l'80% degli Italiani (e dei residenti in Piemonte) considera importante l'adeguamento dei servizi offerti dalla filiera turistica, sensibilità che tra gli operatori del ricettivo del Piemonte coinvolge il 93% delle strutture (grafico 5 e tabella 10).

Dal lato della domanda, il 12,8% della popolazione italiana si è trovata ad avere, almeno una volta, necessità particolari (tra i soli piemontesi l'8,2% dei residenti) e nell'80% dei casi le loro esigenze sono state soddisfatte (quota che tra i piemontesi arriva al 94,4%).

Grafico 5 . Atteggiamenti ed esigenze dei turisti



Fonte: Indagine sul turismo legato alle persone, con esigenze particolari in Piemonte - Unioncamere Isnart/CPD Onlus, 2011

Tabella 10. La soddisfazione per i servizi utilizzati (% sul totale di chi ha usufruito di servizi specifici durante una vacanza)

	Piemontesi	Italiani
Sì	94,4	79,9
No	5,6	20,1
Totale	100	100

Fonte: Indagine sul turismo legato alle persone, con esigenze particolari in Piemonte - Unioncamere Isnart/CPD Onlus, 2011

In particolare, tra i turisti italiani in difficoltà che hanno trascorso una vacanza nel mese di febbraio 2011, il giudizio nei confronti dell'esperienza vissuta è positivo, soprattutto per quanto riguarda il grado di accessibilità e fruibilità del territorio (soddisfatto il 92,4% dei turisti in difficoltà), sia per vacanze realizzate in Italia (e soprattutto in Piemonte) che per quelle all'estero (tabella 11).

Tabella 11. La soddisfazione per i servizi utilizzati, per destinazione

(% sul totale di chi ha usufruito di servizi specifici durante una vacanza)

	In Piemonte	In Italia	All'estero	Totale
Sì	100,0	91,5	94,4	92,4
No	0,0	8,5	5,6	7,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Indagine sul turismo legato alle persone, con esigenze particolari in Piemonte - Unioncamere Isnart/CPD Onlus, 2011

Una soddisfazione meno diffusa relativamente all'accoglienza ricevuta nelle strutture ricettive, giudicata positivamente dal 69,2% dei vacanzieri (tabella 12).

Tabella 12. La capacità delle strutture ricettive di soddisfare le esigenze di persone con particolari necessità

(% sul totale di chi ha usufruito di servizi specifici durante una vacanza)

	In Piemonte	In Italia	All'estero	Totale
Sì	58,9	75,0	54,9	69,2
No	41,1	25,0	45,1	30,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

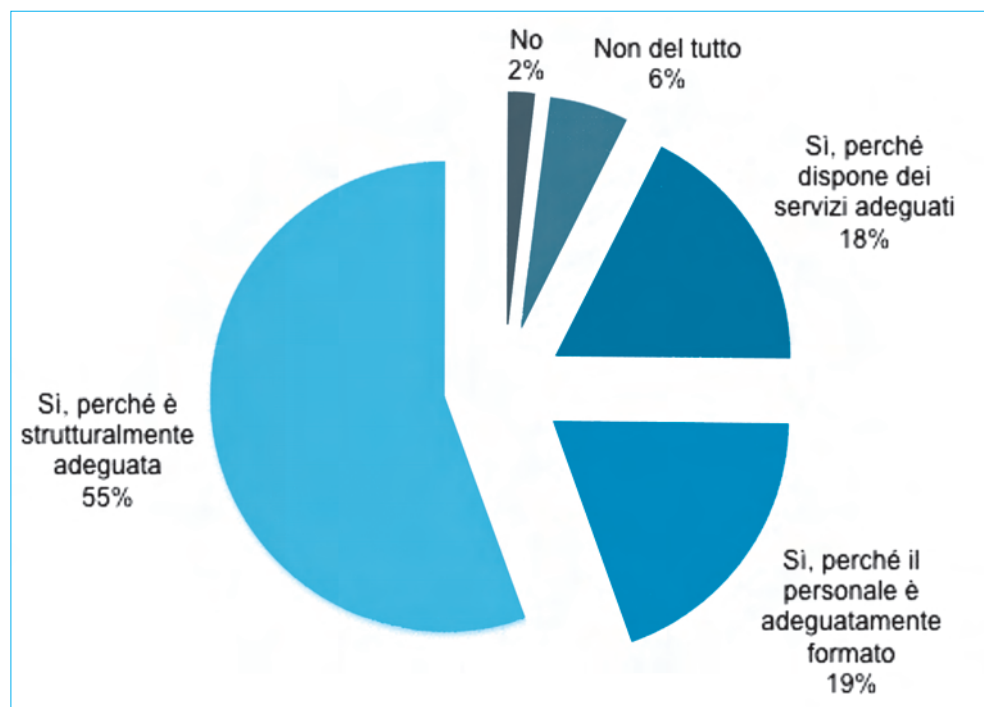
Fonte: Indagine sul turismo legato alle persone, con esigenze particolari in Piemonte - Unioncamere Isnart/CPD Onlus, 2011

Le criticità nei confronti del sistema ricettivo (che accomuna, dunque, il 30,8% di questi vacanzieri) derivano nella gran parte dei casi dalla presenza di inadeguatezze di carattere strutturale (barriere architettoniche ed ascensore non adeguato, bagno non adatto, stanze troppo piccole) e non sul servizio.

Dal punto di vista dell'offerta, oltre il 50% degli operatori turistici piemontesi si è trovato di fronte alle richieste di persone con disabilità. Esigenze di mobilità e accessibilità alla struttura o di regime alimentare, che dichiarano di aver soddisfatto nel 92,5% dei casi, grazie

alle capacità strutturali dell'immobile (55,5%), al personale qualificato (19,3%) o ad un'offerta di servizi ad hoc (17,7%) (grafico 6).

Grafico 6 . La capacità degli operatori turistici piemontesi di soddisfare le richieste di persone con disabilità



Fonte: Indagine sul turismo legato alle persone, con esigenze particolari in Piemonte - Unioncamere Isnart/CPD Onlus, 2011

Infine risulta significativo il dato che oltre il 90% degli operatori turistici reputa utili le iniziative della Consulta nel territorio piemontese, e che il progetto Turismabile sia conosciuto da un numero elevato di imprese e popolazione residente.

* * *

Anche successivamente, gli studi e le indagini più sistematiche ed aggiornate in Italia risultano condotte sempre da Unioncamere-Isnart, che nel 2009 ha iniziato ad affrontare la tematica del turismo accessibile nell'ambito delle sue rilevazioni ricorrenti su

imprese ed operatori del comparto ricettivo. I primi dati al riguardo apparivano in qualche modo generici, ma comunque interessanti:

- in media nazionale, il 52% delle imprese ricettive dedicavano attenzione alle esigenze degli ospiti con disabilità e bisogni speciali, con un picco nell'Italia Centrale (57%) (tabella 13);
- tra le aree-prodotto, era la Montagna a mostrare le maggiori difficoltà di approccio al tema, anche per motivi strutturali impliciti e correlati alle strutture ricettive (tabella 14);
- proprio a questo riguardo, nella media nazionale erano il 57% le imprese alberghiere "attente", con valori crescenti al crescere delle stelle, ed un massimo del 79% per gli esercizi della categoria superiore;
- particolare attenzione era d'altra parte dimostrata anche dagli Ostelli (80%), ricettività "sociale" per eccellenza;
- il massimo (83%) veniva però espresso dai Campeggi, una tipologia di impresa ricettiva in cui, soprattutto per la diffusione di camper e caravan, i turisti con bisogni speciali trovano una particolare flessibilità alle proprie esigenze. Ma anche, occorre ricordarlo, una categoria all'interno della quale si era andato fortemente diffondendo il progetto e la metodologia Village For All (V4A);
- all'estremo opposto si ritrovavano i Rifugi alpini e montani ed i B&B, con valori di attenzione intorno al 25%; al riguardo se possono apparire evidenti i vincoli oggettivi di queste strutture, non sono d'altra parte giustificabili gli atteggiamenti e i comportamenti (tabella 15).

Tabella 13. L'attenzione da parte delle imprese ricettive alle esigenze di persone disabili, per area geografica

	Si	No	Totale
Nord Ovest	44,5	55,5	100,0
Nord Est	50,8	49,2	100,0
Centro	57,2	42,8	100,0
Sud e Isole	53,3	46,7	100,0
Totale	51,9	48,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - Dati Unioncamere, 2009

Tabella 14. L'attenzione da parte delle imprese ricettive alle esigenze di persone disabili, per area prodotto

	Si	No	Totale
Città di interesse storico e artistico	51,2	48,8	100,0
Montagna	48,3	51,7	100,0
Terme	58,8	41,2	100,0
Lago	56,3	43,7	100,0
Mare	52,7	47,3	100,0
Campagna	56,5	43,5	100,0
Altre località	52,0	48,0	100,0
Italia	51,9	48,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - Dati Unioncamere, 2009

Tabella 15. L'attenzione da parte delle imprese ricettive alle esigenze di persone disabili, per tipologia ricettiva

	Si	No	Totale
Hotel	57,0	43,0	100,0
1 stella	28,5	71,5	100,0
2 stelle	42,1	57,9	100,0
3 stelle	66,2	33,8	100,0
4 stelle	76,6	23,4	100,0
5 stelle	78,6	21,4	100,0
RTA	73,4	26,6	100,0
Villaggio	77,2	22,8	100,0
Agriturismo	58,3	41,7	100,0
Campeggio	83,0	17,0	100,0
B&B	25,5	74,5	100,0
Casa per ferie	57,2	42,8	100,0
Ostello della gioventù	80,1	19,9	100,0
Rifugio	24,5	75,5	100,0
Altri esercizi ricettivi	43,6	56,4	100,0
Italia	51,9	48,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - Dati Unioncamere, 2009

* * *

Anche e proprio per approfondire i diversi aspetti dell'attenzione verso le problematiche del Turismo Accessibile, sempre l'Uniocamere-Isnart ha condotto nel 2012 una ulteriore e più approfondita indagine sulle stesse imprese ricettive, i cui risultati appaiono molto interessanti, ed anche per certi versi illuminanti circa la relazione tra fattori hard e atteggiamenti soft.

Questa indagine ha sondato le imprese italiane riguardo a 12 modalità possibili di offerte strutturali e di servizi per il turismo accessibile: generalmente tutte le tipologie sono risultate più presenti/praticate negli esercizi di tipo alberghiero e nelle aree del Nord (Est ed Ovest), ma con importanti eccezioni e specificazioni che vedremo più avanti.

- In assoluto, a livello nazionale, l'offerta più diffusa è quella di bagni con dimensioni ed accessori adeguati (44%), immediatamente seguita dall'accesso facilitato/accessibile alla struttura (43%). Restando su questioni strutturali, l'accesso facilitato alle camere si riscontra nel 34% degli esercizi;
- Al quarto posto con il 24% si inserisce un elemento "soft", e cioè l'offerta enogastronomica più flessibile in base alle esigenze; a questo fa da logico pendant la formazione specifica del personale (16%);
- Seguono poi (evidentemente solo per gli esercizi che ne sono dotati) gli ascensori; con dimensioni adeguate al 17%; con segnalazione acustica all'11%, con pulsantiera braille all'8%; mediante montascale o altri dispositivi al 6%;
- Ai servizi di turismo accessibile offerti viene data adeguata segnalazione nel materiale promozionale nel 14% dei casi;
- Infine si segnala la presenza di un intrattenimento specifico nel 7% dei casi, magari mediante servizi forniti da associazioni che collaborano con la struttura (6%) (tabella 16).

Tabella 16. Le offerte strutturali e i servizi per il turismo accessibile, per area geografica

% sul totale imprese intervistate												
	accesso facilitato alla struttura/ingresso accessibile	accesso facilitato alle camere	ascensori con dimensioni adeguate	ascensori con segnalazione acustica	ascensori con numerazione braille	strutture di sollevamento apposite per le scale	bagni/camere con dimensioni/accessori adeguati	offerta enogastronomica/menù flessibile in base alle esigenze	personale formato per rispondere alle esigenze specifiche	segnalazione dei servizi offerti nel materiale promozionale	intrattenimento specifico (attività interne/esterne alla struttura)	servizi forniti da associazioni che collaborano con la struttura
Nord ovest	47,6	39,6	24,8	16,3	14,5	7,3	47,0	45,1	25,6	22,5	9,2	7,4
Nord est	49,2	38,2	25,4	19,1	12,0	7,7	49,3	28,2	16,9	12,4	5,2	4,5
Centro	37,4	30,1	10,0	4,7	3,4	4,5	35,7	11,5	11,5	9,0	7,1	5,8
Sud e isole	39,2	30,6	10,4	4,4	3,5	4,3	43,2	16,9	12,9	16,3	7,8	8,5
Italia	43,3	34,4	17,5	11,2	8,1	5,9	43,8	24,0	16,0	14,3	7,1	6,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - Dati Unioncamere, 2012

Si è detto della generale maggior dotazione o presenza delle varie offerte specializzate negli esercizi alberghieri. Come spesso accade, la correlazione con il numero delle stelle è molto forte, con i 5 stelle sempre in testa nelle graduatorie rispetto a tutte le altre imprese ricettive. Solo in due casi questa regola non viene rispettata, e per questo vale la pena di citarlo: per quanto riguarda la segnalazione nel materiale promozionale, ed il coinvolgimento con le associazioni specializzate (tabella 17).

Tabella 17. Le offerte strutturali e i servizi per il turismo accessibile, per tipologia ricettiva

% sul totale imprese intervistate												
	accesso facilitato alla struttura/ingresso accessibile	accesso facilitato alle camere	ascensori con dimensioni adeguate	ascensori con segnalazione acustica	ascensori con numerazione braille	strutture di sollevamento apposite per le scale	bagni/camere con dimensioni/accessori adeguati	offerta enogastronomica/menù flessibile in base alle esigenze	personale formato per rispondere alle esigenze specifiche	segnalazione dei servizi offerti nel materiale promozionale	intrattenimento specifico (attività interne/esterne alla struttura)	servizi forniti da associazioni che collaborano con la struttura
Hotel	53,2	43,4	34,6	22,6	16,8	8,7	54,8	33,3	21,8	17,3	7,9	7,0
1 stella	26,9	16,0	9,4	6,6	4,5	3,0	26,1	31,3	10,8	5,0	2,4	2,6
2 stelle	37,6	28,5	16,9	9,4	7,9	5,1	39,8	30,0	16,0	10,3	4,7	4,6
3 stelle	58,2	47,5	38,0	24,8	20,8	9,4	59,6	35,1	23,8	19,8	8,7	7,5
4 stelle	69,4	60,7	58,1	35,5	29,7	16,8	73,1	45,3	36,1	30,2	15,3	13,6
5 stelle	70,5	67,4	53,2	27,5	23,2	10,0	64,7	43,1	38,7	23,3	16,7	8,3
RTA	69,1	60,9	49,3	41,1	8,1	6,1	70,6	9,4	11,6	12,3	4,6	3,4
Villaggio	55,2	30,3	10,6	6,6	3,3	7,2	46,7	20,6	18,7	15,6	12,7	6,5
Agriturismo	48,8	39,3	4,2	2,3	1,6	4,1	46,0	22,1	13,7	11,8	8,4	7,0
Campeggio	62,5	29,6	4,0	1,6	1,6	3,5	62,6	18,4	18,7	23,8	11,8	5,9
B&B	22,4	18,6	2,6	1,4	0,8	2,5	23,2	11,6	8,0	9,8	3,8	5,0
Case per ferie	57,3	46,4	30,9	23,7	8,0	18,9	67,1	15,9	22,1	24,5	9,5	7,4
Ost. d. gioventù	53,0	38,5	7,4	3,3	3,3	14,8	55,0	25,0	11,5	17,1	13,5	13,3
Rifugio	30,8	6,4	0,3	0,3	0,3	1,1	28,9	48,0	22,2	10,8	15,3	4,9
Altri eser. ricettivi	35,2	28,6	14,2	3,0	5,0	4,2	36,6	20,9	12,9	16,5	3,8	3,6
Italia	43,3	34,4	17,5	11,2	8,1	5,9	43,8	24,0	16,0	14,3	7,1	6,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - Dati Unioncamere, 2012

Nella comunicazione eccellono invece i Campeggi, a conferma di una scelta di specializzazione molto forte e diffusa e divulgata, mentre Hotel a 4 stelle e Ostelli sono i partner migliori dell'Associazione.

E' significativa infine una riflessione riguardante i Rifugi: mentre evidentemente soffrono di vincoli fisici e strutturali difficilmente sormontabili, raggiungono invece i livelli massimi di attenzione e di offerta nell'enogastronomia "accessibile" da un lato (48%, il doppio della media generale), e nell'intrattenimento specifico dall'altro (15%), ed anche per quanto riguarda la formazione specifica del personale (22%) si collocano ben oltre la media. Nell'ultimo trimestre del 2012, Unioncamere-Isnart ha compiuto un ulteriore approfondimento sul sistema ricettivo italiano in tema di accessibilità. La consapevolezza che la centralità di cui gode l'accessibilità a livello istituzionale è più ampia rispetto a quella che si riscontra tra gli operatori, ha portato le indagini dell'Osservatorio Nazionale del Turismo ad indagare ulteriormente sullo stato dell'arte.

Il 58,3% degli imprenditori turistici italiani giudica importante puntare sulla clientela con esigenze particolari, con picchi del 67,9% al Centro e del 61% al Sud e nelle Isole. Segue l'area del Nord-Est, dove, da un lato, si contano ben il 15,7% di imprenditori che giudicano molto importante rendere la propria offerta più accessibile, ma dall'altro, si rileva una quota del 6,2% di operatori incapaci di esprimere il proprio punto di vista. Tale quota scende al 3,1% a livello nazionale, ma sommata al 38,7% di quanti non considerano l'accessibilità una leva di competitività per la propria offerta, fa luce sulle necessarie misure di informazione e di sensibilizzazione a favore delle imprese turistiche italiane (tabella 18).

Tabella 18. Quanto secondo le imprese è importante puntare sulle clientela con esigenze particolari, per area geografica

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Non saprei	Totale
Nord ovest	11,2	32,3	28,1	22,6	5,8	100,0
Nord est	15,7	40,3	21,9	15,9	6,2	100,0
Centro	10,9	57,0	23,2	9,0	0,0	100,0
Sud e isole	12,9	48,1	25,1	13,4	0,4	100,0
Italia	13,0	45,3	24,1	14,6	3,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - Dati Unioncamere, 2012

È il sistema alberghiero (65,9%) più di quello degli esercizi complementari (52,5%) che sembra afferrare l'importanza di puntare sull'accessibilità, quale duplice occasione per migliorare la propria offerta complessiva a favore di tutti gli ospiti e quale reale opportunità di business. Tra gli alberghi, anche in questo caso, la sensibilità sembra crescere con il numero delle stelle.

Nel comparto extra-alberghiero, invece, si contano più operatori favorevoli tra gli Ostelli (63,4%), gli Agriturismi (67,2%) e i Campeggi (53,7%). Pochi i convinti che l'accessibilità possa rappresentare un'ulteriore leva strategica nella categoria Rifugi, anche a motivo delle specifiche caratteristiche strutturali (tabella 19).

Tabella 19. Quanto secondo le imprese è importante puntare sulle clientela con esigenze particolari, per tipologia ricettiva

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Non saprei	Totale
Hotel	16,5	49,4	20,6	10,3	3,2	100,0
1 stella	12,0	37,7	24,2	20,7	5,4	100,0
2 stelle	10,5	44,2	29,7	13,3	2,3	100,0
3 stelle	17,3	55,1	17,6	7,6	2,5	100,0
4 stelle	24,4	57,4	12,1	3,7	2,3	100,0
5 stelle	39,2	47,7	8,2	4,6	0,3	100,0
RTA	15,2	31,4	28,1	16,7	8,7	100,0
Villaggio	5,6	35,8	39,9	17,6	1,1	100,0
Agriturismo	13,6	53,6	22,4	8,8	1,6	100,0
Campeggio	9,8	43,9	34,6	8,7	3,0	100,0
B&B	7,6	36,8	28,2	23,4	4,0	100,0
Case per ferie	20,0	22,8	28,6	26,9	1,7	100,0
Ostello della gioventù	15,3	48,1	18,1	18,5	0,0	100,0
Rifugio	8,5	16,4	37,7	37,4	0,0	100,0
Altri esercizi ricettivi	9,1	42,7	26,0	17,4	4,9	100,0
Italia	13,0	45,3	24,1	14,6	3,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - Dati Unioncamere, 2012

Quando si chiede agli operatori di esprimere un proprio giudizio sul livello di adeguatezza dei servizi turistici all'interno del proprio territorio, il 53,9% esprime un'opinione positiva, evidenziando ulteriori possibilità per un approccio favorevole ad un turismo per tutti.

In particolare, i maggiori apprezzamenti verso l'offerta di servizi del proprio territorio arrivano dalle imprese del Centro (58,7%), del Nord-Est (58,1%) e del Sud e Isole (52%) (tabella 20).

Tabella 20. Quanto secondo le imprese i servizi turistici sono adeguati nel territorio, per area geografica

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Non saprei	Totale
Nord ovest	7,3	32,8	33,9	15,0	11,0	100,0
Nord est	13,6	44,5	22,7	9,0	10,2	100,0
Centro	11,6	47,1	32,0	9,3	0,0	100,0
Sud e isole	8,8	43,2	33,7	13,7	0,7	100,0
Italia	10,8	42,9	29,8	11,3	5,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - Dati Unioncamere, 2012

A livello di comparti ricettivi, invece, ancora una volta si distinguono gli Alberghi (61%), in primis quelli di categoria medio-alta (3 stelle, 66,5%; 4 stelle, 71,8%; 5 stelle, 88,8%). I picchi di giudizi positivi tra gli esercizi complementari toccano agli Agriturismi (60,6%), Ostelli (58,8%) e Campeggi (52,3%) (tabella 21).

Tabella 21. Quanto secondo le imprese i servizi turistici sono adeguati nel territorio, per tipologia ricettiva

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Non saprei	Totale
Hotel	13,9	47,1	25,2	8,9	4,8	100,0
1 stella	6,5	39,8	31,9	14,5	7,2	100,0
2 stelle	10,0	43,9	30,1	11,5	4,5	100,0
3 stelle	14,8	51,7	21,4	8,5	3,6	100,0
4 stelle	19,7	52,1	18,8	4,8	4,5	100,0
5 stelle	44,7	44,1	9,1	1,8	0,3	100,0
RTA	14,8	30,1	38,7	5,6	10,7	100,0
Villaggio	4,6	38,8	38,8	15,8	2,0	100,0
Agriturismo	9,7	50,9	27,1	8,8	3,4	100,0
Campeggio	6,1	46,2	36,5	3,9	7,3	100,0
B&B	7,7	33,5	36,1	15,3	7,3	100,0
Case per ferie	16,0	20,6	46,4	13,3	3,6	100,0
Ostello della gioventù	6,9	51,9	31,0	10,2	0,0	100,0
Rifugio	0,4	28,1	21,4	50,1	0,0	100,0
Altri esercizi ricettivi	5,4	38,4	35,9	13,5	6,8	100,0
Italia	10,8	42,9	29,8	11,3	5,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - Dati Unioncamere, 2012

Secondo capitolo

il percorso fatto



2.1. *Fino al 1996: la nostra preistoria*

Volendo tracciare un percorso storico del Turismo Accessibile, il primo documento che sembra opportuno citare è la Costituzione Italiana, datata 1947, che sancisce all'art. 3 la pari dignità sociale e l'uguaglianza di tutti i cittadini indipendentemente dalle condizioni personali e sociali. "È compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che limitando di fatto la libertà e la uguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese". A ben vedere, una vera e propria pietra miliare.

I nostri "Padri Fondatori" hanno quindi riconosciuto a tutte le persone e quindi anche a quelle con disabilità, in ragione proprio della loro naturale diversità, l'esercizio di diritti indirizzati alla riduzione delle disuguaglianze e alla garanzia delle pari opportunità, ivi compreso l'accesso al turismo che può essere indubbiamente inteso da un lato come "fattore di sviluppo della persona umana", dall'altro come espressione di "diritto al riposo e allo svago"¹.

Nell'arco di 50 anni i diritti delle persone con disabilità sono stati sostenuti in primis dalle numerose Associazioni di categoria nate in riferimento ai singoli bisogni espressi, successivamente raggruppatesi anche in Federazioni al fine di garantire maggior rappresentatività e forza nella lotta per i diritti comuni.

Il turismo delle persone con disabilità nel corso di questi primi anni della Repubblica può essere sostanzialmente circoscritto al così detto turismo sociale, ovvero ai viaggi in formula organizzata rivolti ad un pubblico omogeneo, che propone caratteri di socialità e che tutela categorie deboli. Formule di turismo di gruppo denominate colonie, soggiorni di sollievo, vacanze di gruppo con assisten-

1 Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, Assemblea generale Nazioni Unite, 1948

za, o semplicemente forme di volontariato territoriale con proposte di gite fuori porta e weekend.

E' difficile quindi sostenere che in Italia il diritto alla vacanza e alla mobilità di tutti i cittadini si sia affermato prima del 1996, poiché non si riscontrano nei fatti concrete iniziative sistematiche, pubbliche ed istituzionali, a sostegno della rappresentazione di tali diritti.

Probabilmente la prima e più importante iniziativa in tema di promozione dell'integrazione sociale delle persone con disabilità è stata la proclamazione nel 1981, da parte delle Nazioni Unite, dell'Anno Internazionale delle Persone Disabili².

Le manifestazioni organizzate in tale occasione attivarono un processo di maggiore consapevolezza e sensibilizzazione nei riguardi della condizione delle persone con disabilità. In quell'anno si innescò quindi un processo di cambiamento da parte dei governi e delle autorità locali che, dalla segregazione e dipendenza, avrebbe condotto ad una sempre maggiore integrazione e autonomia.

In Inghilterra alcuni anni prima, nel 1976, un gruppo di lavoro promosso e coordinato dall'English Tourist Board, studiando gli strumenti che avrebbero permesso alle persone con disabilità di accedere al turismo, evidenziò per la prima volta come uno dei problemi principali quello dell'informazione, spesso assente e, se presente, poco attendibile.

Nel 1981 nel Regno Unito fu creato l'Holiday Care Service, il primo servizio nazionale in Europa di informazione e consulenza per il turismo delle persone con disabilità. Fu realizzata inoltre la prima guida indirizzata agli operatori turistici, in cui si riportavano consigli pratici su come le strutture ricettive potessero attrarre e ospitare le persone con disabilità.

Nel 1988 l'English Tourist Board e l'Holiday Care Service fondarono un nuovo gruppo di lavoro, denominato "Tourism for All", con l'obiettivo di condurre le persone disabili fuori dal ristretto ambito del turismo sociale e includerle, a pieno titolo, nel mercato del turismo.

2 I punti salienti del percorso storico del turismo accessibile fino al 1997, anno di avvio del progetto "Italia per tutti", sono desunti dalla pregevole pubblicazione "Viaggiare si Può" di Annagrazia Laura e Agostino Petrangeli, De Agostini, 2003

La definizione "Turismo per tutti", declinata in tutte le lingue, si diffuse rapidamente al fine di individuare in ogni Paese organizzazioni ed enti che si occupassero di agevolare l'accesso al mercato del turismo, nel modo più autonomo possibile, anche alle persone con disabilità.

In Italia nel 1989 viene varata la Legge Quadro che stabilisce i termini e le modalità in cui deve essere garantita l'accessibilità ai vari ambienti, con particolare attenzione ai luoghi pubblici. La Legge 13/89 concede ai cittadini contributi per l'abbattimento delle barriere architettoniche su immobili privati già esistenti ove risiedono portatori di menomazioni o limitazioni funzionali permanenti (di carattere motorio e non vedenti).

Il D.M. 236/89, attuativo della Legge in questione, è però molto più preciso nell'identificazione di termini e concetti, indicando 3 livelli.

- **Accessibilità:** possibilità per persone con ridotta o impedita capacità motoria o sensoriale di raggiungere l'edificio e le sue singole unità immobiliari e ambientali, di entrarvi agevolmente e di fruire di spazi ed attrezzature in condizioni di adeguata sicurezza e autonomia.
- **Visitabilità:** possibilità per persone con ridotta o impedita capacità motoria o sensoriale di accedere agli spazi di relazione e ad almeno un servizio igienico di ogni unità immobiliare. Vengono considerati spazi di relazione gli spazi di soggiorno dell'alloggio e quelli dei luoghi di lavoro, servizio ed incontro, nei quali il cittadino entra in rapporto con la funzione ivi svolta.
- **Adattabilità:** possibilità di modificare nel tempo lo spazio costruito a costi limitati, allo scopo di renderlo completamente ed agevolmente fruibile anche da parte di persone con ridotta o impedita capacità motoria o sensoriale.

Sempre il D.M. 236/89 stabilisce anche, per gli edifici e gli spazi privati, i parametri tecnici e dimensionali correlati al raggiungimento dei tre livelli di qualità sopra riportati: per esempio le dimensioni minime delle porte, le caratteristiche delle scale, la pendenza delle rampe pedonali, gli spazi necessari alla rotazio-

ne di una sedia a ruote, le dimensioni degli ascensori e le casistiche della loro necessità, le caratteristiche di un servizio igienico accessibile ed altri ancora. I requisiti vengono stabiliti in modo differenziato a seconda della tipologia degli edifici e degli spazi. Ogni nuova costruzione deve infatti rispettare tali norme, ed i vecchi edifici devono essere opportunamente adeguati alla normativa in caso di ristrutturazione (D.M. 236/89, art. 6). Per quanto riguarda gli edifici e gli spazi pubblici vi è stata l'emanazione di un ulteriore decreto attuativo.

Sempre nel 1989 il citato gruppo di lavoro inglese lanciò un report intitolato "Tourism for All" contenente 63 raccomandazioni per l'industria del turismo. L'obiettivo fu quello di spingere gli operatori a considerare i bisogni delle persone con disabilità parte integrante, e non accessoria, dell'impostazione delle politiche di pianificazione del turismo.

La sensibilità sul tema, da parte dell'opinione pubblica e del mondo delle imprese, cambiò significativamente in tutta Europa. Nel 1990, Anno Europeo del Turismo, la Commissione Europea organizzò un concorso per eleggere la migliore struttura turistica d'Europa in tema di accessibilità alle persone con disabilità. La stazione ferroviaria di Roma Termini figurò tra le prime sei.

Nello stesso anno la Commissione organizzò la prima conferenza europea sul turismo per tutti, una "due giorni" di incontri in cui intervennero delegati da 18 Paesi europei e dagli Stati Uniti. Obiettivo principale fu disseminare e condividere le principali esperienze maturate sul tema, realizzando un importante coinvolgimento di operatori del settore turistico, autorità pubbliche e organizzazioni di disabili, che focalizzò gli impegni futuri su due punti:

- sviluppo di programmi formativi per architetti e progettisti operanti nel campo del turismo;
- miglioramento della qualità delle informazioni turistiche.

I risultati scaturirono in occasione della seconda conferenza europea organizzata sul tema, nel 1993 sempre a Londra, nell'ambito dell'"Anno delle Persone Anziane e della Solidarietà tra le Generazioni". In quell'occasione fu presentato il primo studio europeo,

realizzato dalla società di consulenza Touche Ross (ormai quasi un mantra nel settore ...), sull'impatto potenziale delle persone con disabilità nel mercato turistico: la ricerca "Profiting from Opportunities – A new market for tourism". I dati evidenziarono che, migliorando le condizioni dei trasporti, della ricettività e della fruibilità delle attrazioni turistiche, i 6 milioni di turisti disabili che allora viaggiavano sarebbero potuti diventare 19, passando dal 3% al 10% del movimento turistico.

Si costituì quindi un nucleo europeo con l'obiettivo di elaborare i criteri per la rilevazione e la certificazione dell'accessibilità delle strutture turistiche. Nel 1994 il nucleo si incontrò a Roma nell'ambito della prima manifestazione organizzata in Italia da CO.IN. (Consorzio Cooperative Integrate): il convegno "Tourism for All Networking".

L'Unione Europea continuò con una serie di incontri a cui parteciparono realtà italiane interessate ad operare nel settore del turismo per tutti. Cooperative sociali, architetti, associazioni di disabili, enti locali, ecc., ognuno per la sua parte iniziava a sviluppare iniziative e progetti finalizzati al miglioramento delle condizioni di accessibilità.

CO.IN. pubblicava una rivista periodica in italiano e in inglese sulle principali novità nel campo del turismo delle persone con disabilità, e inoltre gestiva lo sportello informativo della città di Roma con pubblicazione di guide e visite guidate studiate ad hoc nella città. Lo Studio ADR di Cavriago (RE) aveva prodotto mappe e guide di accessibilità delle principali città dell'Emilia Romagna. Il Comune di Ferrara aveva avviato diverse iniziative (informazione, trasporti, accoglienza, ricettività, ecc.) tese a rendere accessibile la città.

Le numerose iniziative in atto in varie aree d'Italia e la partecipazione agli incontri internazionali favorirono l'avvio di incontri e collaborazioni anche tra partner italiani.

Il primo incontro fu nel 1995 alla BIT, Borsa Internazionale del Turismo di Milano, e vide coinvolti: CO.IN. di Roma, AIAS di Milano, AIAS di S. Bortolo di Vicenza e l'Ufficio Informahandicap del comune di Ferrara. In quell'occasione si stabilirono linee di azione comune di sensibilizzazione e comunicazione. Nell'anno successivo, sempre alla BIT, il gruppo organizzò uno stand e un convegno rivol-

to a operatori turistici intitolato "A.A.A. 30 milioni di turisti europei offresi – problemi e prospettive del turismo per disabili". Significative furono le presenze e gli interventi di importanti operatori del turismo nazionale.

Il turismo per tutti iniziava pertanto a concretizzarsi percorrendo la strada dell'organizzazione e della commercializzazione di proposte turistiche studiate per le persone con disabilità.

Nel 1997 i quattro partner dell'iniziale incontro in BIT 1995 fondarono il Comitato Nazionale "Sì, viaggiare... turismo per tutti" con gli obiettivi di: sensibilizzare opinione pubblica e operatori turistici, incentivare studi e ricerche, promuovere attività formative e creare una rete di servizi informativi in tema di turismo accessibile sul territorio nazionale.

Il Comitato incontrò però notevoli difficoltà a coinvolgere gli operatori, all'epoca scettici sul reale potenziale economico del turismo delle persone con disabilità, soprattutto in relazione agli investimenti che le imprese avrebbero dovuto sostenere per adeguare le strutture e i servizi.

Risultò evidente la necessità dell'intervento di un soggetto che avesse maggiore autorevolezza nei confronti di tali categorie, una Istituzione di livello nazionale in grado di fare da collante e dedicare al progetto competenze e risorse economiche adeguate.

2.2. 1997-1999: la nostra storia "Italia per Tutti"

Nel 1997 il nuovo Capo del Dipartimento del Turismo della Presidenza del Consiglio dei Ministri organizzò una serie di incontri presso la sede del CNEL (Consiglio Nazionale dell'economia e del Lavoro), finalizzati alla presentazione e valutazione di tutte le esperienze innovative presenti sul territorio nazionale riguardanti il turismo.

Il CO.IN., per parte sua, presentò gli obiettivi e le iniziative in corso di realizzazione in favore del turismo per tutti. Il Dipartimento stabilì una serie di ambiti e progetti prioritari nel suo mandato (1996-2011), tra i quali il turismo per tutti, dedicandovi una apposita sede di riflessione e progetto.

Il tavolo di lavoro era composto dal Dipartimento del Turismo, da CO.IN. e dall'ENEA³, che aveva sviluppato un settore dedicato all'utilizzo delle nuove tecnologie per il miglioramento della qualità della vita degli anziani. Vennero individuati fin da subito i principali problemi da affrontare:

- Sensibilizzazione, per superare la mancanza di adeguata preparazione degli operatori turistici circa l'accoglienza delle persone con disabilità;
- Informazione, a causa dell'assenza di un sistema di elementi attendibili in merito all'accessibilità delle strutture turistiche;
- Comunicazione, per supplire alla carenza di servizi territoriali di informazione e assistenza per il turista disabile.

³ ENEA: Agenzia Nazionale per le Nuove Tecnologie, l'Energia e lo Sviluppo Economico Sostenibile

La Direzione Generale per il Turismo⁴, anche in conseguenza degli importanti sviluppi portati avanti sul tema da altri Paesi dell'Unione Europea, diede avvio nel 1999 al progetto denominato "ITALIA PER TUTTI". Obiettivo dell'iniziativa fu quello di rendere disponibile agli utenti e agli operatori del settore turistico una raccolta di informazioni sulla domanda e sull'offerta di Turismo Accessibile.

Il primo filone affrontato fu quello relativo ad attività di "sensibilizzazione", nell'intento di promuovere lo sviluppo di un nuovo approccio culturale in materia di accessibilità ai servizi turistici. Frutto del lavoro svolto fu la realizzazione di un manuale intitolato "Qualità nell'accoglienza turistica di clienti con bisogni speciali", realizzato dal CO.IN. Al suo interno erano contenuti suggerimenti per gli addetti ai vari servizi circa le modalità di erogazione di un servizio di qualità al cliente con esigenze speciali (disabilità motoria, sensoriale, psichica, alimentare, ecc.). Il manuale riportava dunque informazioni e consigli utili agli operatori del settore turistico in relazione alle varie esigenze che i clienti con bisogni speciali possono manifestare, fornendo per ciascuna di esse una risposta adeguata.

Tale manuale, anche grazie al Dipartimento per gli Affari Sociali della Presidenza del Consiglio dei Ministri, nonché delle Associazioni di categoria delle imprese turistiche, venne stampato in decine di migliaia di copie e diffuso capillarmente ai vari soggetti del sistema dell'ospitalità italiana.

Considerato il positivo riscontro tra gli addetti del settore e tenuto conto dei cambiamenti in essere sui temi oggetto del manuale, si è avvertita nel tempo l'esigenza di aggiornare il testo rispetto alla situazione attuale ed alle nuove normative vigenti in tema di disabilità. Nel 2008 ne fu pubblicata una versione aggiornata, nell'ambito del progetto Motus, teso ad offrire concrete opportunità di formazione professionale ed occupazione a giovani in cerca di lavoro nel mondo del turismo.

4 Qui "Dipartimento" e "Direzione Generale" indicano la stessa struttura, che aveva nel frattempo cambiato denominazione, pur restando affidata alla competenza politica dell'allora Ministro dell'Industria.



L'ENEA avviò nel frattempo il progetto denominato "STARE – Servizi Turistici per l'Accessibilità e la Residenza confortevole", iniziativa finanziata per il primo anno dal CIPE (Comitato Interministeriale per la Programmazione Economica). Il progetto, durato tre anni (1999-2001), vide il coinvolgimento di numerosi soggetti del mondo sociale (onlus, associazioni e cooperative) e società di consulenza nel turismo, e portò alla realizzazione:

- di uno studio sulla domanda e uno sull'offerta di turismo accessibile in Italia,
- di una metodologia di rilevazione dell'accessibilità,
- di una banca dati contenente informazioni sull'accessibilità di oltre 4000 strutture turistiche d'Italia,
- e di otto studi di fattibilità di iniziative imprenditoriali nel settore dei servizi turistici per persone con disabilità.

Il tutto fu pubblicato con varie modalità, e concentrato sul sito: www.italiapertutti.it.

Lo studio sulla domanda di turismo accessibile, intesa come la propensione a viaggiare di persone che esprimono esigenze speciali, è stato motivato dalla necessità di disporre di stime sull'effettiva consistenza del fenomeno, nonché dalla consapevolezza dell'esistenza di una domanda di turismo accessibile ancora inespressa, in quanto riconducibile ad una certa quantità di turisti che viaggerebbero se ci fossero le condizioni idonee a garantire una corretta fruizione dei servizi turistici.

Lo studio ha focalizzato la domanda effettiva e potenziale di turismo accessibile, quantificabile all'epoca in circa in 1,5 milioni di persone, non soddisfatta per un terzo, mentre si potevano stimare in 3,5 milioni circa i potenziali turisti italiani interessati, compresi gli over 64.

Lo studio sull'offerta di servizi per il turismo accessibile ha invece elaborato una "matrice" di riferimento, che metteva in correlazione i servizi ai vari tipi di disabilità, in rapporto alle varie esigenze emerse dalle analisi svolte nel corso dello studio. La matrice si componeva di 6 tavole separate, ciascuna relativa ad una fase del processo turistico caratterizzante il consumo della vacanza, dal suo acquisto alla sua realizzazione (prenotazione, trasporto, alloggio, servizi sul territorio, servizi dedicati al turista, sicurezza). Erano stati inoltre identificati i tipi di investimenti da realizzare per erogare i servizi in questione (organizzativi, risorse umane, attrezzature strutturali, sicurezza) e si era proceduto alla classificazione dei servizi in base alla loro valenza sociale ed economica.

Altro obiettivo era stato quello di sviluppare un sistema in grado di generare informazioni attendibili e garantite, di tipo oggettivo, per consentire al cliente di scegliere autonomamente una destinazione in base alle proprie esigenze. La *metodologia IG-VAE* (acronimo di Informazione Garantita [per la] Valutazione dell'Accessibilità [per le proprie] Esigenze), studiata nell'ambito del Progetto STARe, permetteva di poter raccogliere sul territorio le informazioni sulle condizioni di accessibilità di strutture ed infrastrutture di tipo turistico, consentendo alle persone con disabilità, ai fornitori di servizi per l'handicap e agli operatori turistici di possedere elementi ogget-

tivi utili per valutare soggettivamente la fruibilità di una destinazione in relazione alle esigenze dello specifico utente. La metodologia si avvaleva di un questionario (sottoposto per la validazione alle Associazioni delle persone disabili) appositamente studiato per la rilevazione di tutte le caratteristiche e degli elementi necessari a garantire un'informazione esauriente in relazione ad una larga tipologia di esigenze.



Partendo dal coinvolgimento su base volontaria degli operatori del settore disponibili ad accettare una verifica della propria struttura, fu predisposta una guida telematica sul sito www.italiapertutti.it, consultabile anche in inglese e tedesco, contenente informazioni verificate in loco su oltre 4000 strutture ed infrastrutture di interesse turistico. La metodologia utilizzata per la rilevazione delle caratteristiche funzionali delle strutture (IG.VAE), fu impostata con l'obiettivo di mettere al centro il cliente con le sue attese e consentirgli di disporre degli elementi di informazione idonei a valutare la fruibilità di una destinazione turistica in funzione delle proprie specifiche esigenze.

Nell'ambito del progetto Italia per tutti è stato inoltre realizzato il "*Vademecum per il turista con bisogni speciali*", il primo strumento indirizzato agli utenti finali contenente informazioni relative alla situazione dei principali servizi (trasporti, strutture ricettive e servizi turistici), particolarmente adatti per i turisti con bisogni speciali, di cui sia comprovata l'operatività e l'efficacia. Inoltre il Vademecum conteneva l'elenco dei "Presidi di Assistenza alle imprese e al consumatore turista" istituiti nel Mezzogiorno grazie ad un Programma Comunitario a favore delle Regioni Obiettivo 1. Si trattava di centri di consulenza al consumatore turista e di orientamento delle imprese verso la soddisfazione della domanda.

Italia per tutti aveva condotto, finalmente, alla definizione di una metodologia di approccio univoca allo sviluppo del turismo accessibile e alla realizzazione di strumenti operativi con il contributo dei principali soggetti interessati (Associazioni dei disabili, Associazioni di categoria, Enti pubblici e privati). Risultati che costituivano il punto di partenza per lo sviluppo in maniera omogenea su tutto il territorio nazionale del “turismo per tutti”.

2.3. *1999-2004: un "Medioevo" fatto di riflessioni e strumenti operativi*

Nel periodo successivo le Regioni italiane, forti anche della ribadita potestà esclusiva in materia turistica⁵ raccolsero il testimone dal Governo nell'impegno, anche per competenza territoriale in materia di turismo, alla divulgazione della cultura dell'accessibilità e dell'ospitalità delle persone disabili.

Si diffusero progetti e iniziative sparse in tutto il Paese, in particolar modo in Emilia Romagna (con corsi di formazione in tutte le province rivolti agli operatori), nel Lazio e in Lombardia, con l'attivazione di sportelli di informazione per il turismo e il tempo libero delle persone con disabilità.

Nel 2000 nacque l'Associazione SiPuò per lo sviluppo di servizi turistici a favore di persone con bisogni speciali indirizzati alla promozione di un Turismo per Tutti. Il nome stesso sposta l'attenzione dalla "non abilità" alle effettive "possibilità". Essa si propose di individuare e ridefinire una metodologia di rilevazione delle strutture e dei servizi che concorrono alla definizione di una città e di un territorio ospitale, secondo il già citato metodo IG-VAE.

L'Associazione fu costituita da un gruppo di professionisti e imprenditori privati, molti dei quali provenienti dal Comitato Nazionale "Sì, viaggiare... Turismo per tutti", che già da lungo tempo avevano avviato collaborazioni in molteplici iniziative riguardanti il turismo e la disabilità.

Le attività di SiPuò mirano ancora oggi a garantire il diritto al tempo libero delle persone disabili e delle loro famiglie, con l'obiettivo di creare delle vere e proprie professionalità in grado di saper soddisfare le esigenze di coloro che hanno bisogni speciali. Per tale motivo gli interventi si rivolgono agli operatori professionali che a vario titolo sono impegnati nella filiera del turismo per tutti: ammi-

5 Art. 117, Titolo V, Costituzione della Repubblica Italiana

nistratori pubblici, aziende di promozione, tour operators, agenzie di viaggio, gestori di attività ricettive e di esercizi pubblici, servizi di informazione al pubblico, associazioni di volontariato, imprese sociali.

Nello stesso periodo l'Associazione SiPuò diede vita ad una branca operativa, che nel marzo del 2001 organizzò a Ferrara "Easy Mostra Convegno – Turismo, Sport, Cultura e Tempo Libero per disabili e anziani" e la Seconda Borsa del turismo Accessibile. L'idea di far crescere sistemi ospitali ed accoglienti che facessero dell'accessibilità una chiave della qualità e che si specializzassero nella possibilità di lavorare su "prodotti turistici easy" (quelle forme che hanno cioè un approccio morbido nei confronti del turista), dimostrò una crescente attenzione nei confronti delle esigenze della persona-turista, così come un approccio attento nei confronti del territorio valorizzato nei suoi elementi di identità e specificità.

A partire dal marzo 2001 anche l'INAIL promosse un servizio ad hoc rivolto al mondo delle disabilità, il Sistema SuperAble, un portale online di consulenza e informazione (www.superabile.it) per le disabilità, che disponeva di un numero verde dedicato a non vedenti. L'iniziativa contribuì in maniera significativa allo sviluppo della mobilità e del turismo per tutti.

Negli anni a seguire, a livello internazionale e nazionale, vi sono state numerose organizzazioni che si sono espresse sul tema della disabilità e dell'integrazione sociale.

Nel maggio 2001 l'Organizzazione Mondiale della Sanità giunse alla stesura di uno strumento di classificazione innovativo, multidisciplinare e dall'approccio universale: "*La Classificazione Internazionale del Funzionamento, della Disabilità e della Salute*", denominato ICF.

L'ICF si delinea come una classificazione che vuole descrivere lo stato di salute delle persone in relazione ai loro ambiti esistenziali (sociale, familiare, lavorativo) al fine di cogliere le difficoltà che nel contesto socio-culturale di riferimento possono causare disabilità. Tramite l'ICF si vuole quindi descrivere non le persone, ma le loro situazioni di vita quotidiana in relazione al loro contesto ambientale e sottolineare l'individuo non solo come persona avente malattie o disabilità, ma soprattutto evidenziarne l'unicità e la globalità.

Il concetto di disabilità preso in considerazione dall'Organizzazione Mondiale della Sanità non vuole tanto evidenziare i deficit e gli handicap che rendono precarie le condizioni di vita delle persone. Ogni individuo può trovarsi in un contesto ambientale precario, che può causare disabilità. La disabilità consiste quindi nel compiere le attività della vita quotidiana in modo differente; se la disabilità è una condizione ordinaria del genere umano, è evidente come la società debba riformulare i criteri attraverso i quali creare sviluppo e rispettare i diritti di ognuno. Tutto ciò porta ad un approccio completamente diverso al problema: non è una nicchia di società che va tutelata, ma è la società che va riformulata.

Nel giugno 2001 a Rimini, nell'ambito della Prima Conferenza Internazionale per il Turismo Sostenibile, fu redatta la *Carta di Rimini* contenente raccomandazioni e indicazioni utili per compiere ulteriori passi avanti verso la "sostenibilità del turismo", con un'attenzione particolare alle "destinazioni del turismo di massa". Il documento, ripreso e integrato nella Seconda Conferenza Internazionale per il Turismo Sostenibile tenutasi a Riccione nel 2008, include precise indicazioni atte a migliorare l'organizzazione delle città e dei territori in una logica di sostenibilità e fruibilità per tutti.

La *Dichiarazione di Madrid* è stata stipulata nel marzo del 2002 nel corso del Congresso Europeo sulla disabilità, durante il quale l'anno 2003 venne dichiarato Anno Europeo delle persone con disabilità. Tale Dichiarazione riconosce per le persone con disabilità gli stessi diritti fondamentali degli altri cittadini, secondo il primo articolo della Dichiarazione Universale sui Diritti Umani. Sottolinea che, affinché vi sia uguaglianza, è necessario che vi siano interventi tesi a garantire l'integrazione e la partecipazione delle persone disabili nella società attraverso il lavoro, la scuola, adeguati servizi sanitari, la possibilità di praticare sport, di poter usufruire del proprio tempo libero, ecc.. La presenza di barriere sociali porta spesso alla discriminazione, all'esclusione sociale e a situazioni di povertà delle persone con disabilità; tali circostanze sono spesso provocate da pregiudizi e da comportamenti scorretti, come ad esempio quello di considerare costoro come cittadini invisibili.

NON DISCRIMINAZIONE + AZIONE POSITIVA = INTEGRAZIONE SOCIALE

Il programma per raggiungere gli obiettivi preposti dalla Dichiarazione si propone di attuare:

- misure legali attraverso una legislazione anti-discriminatoria;
- il cambiamento di atteggiamento nei confronti delle persone disabili;
- servizi che promuovano la loro vita indipendente;
- il sostegno alle famiglie;
- un'attenzione particolare verso le donne disabili;
- linee di azione riguardanti la disabilità;
- considerare il lavoro come chiave per l'inserimento sociale.

Le proposte d'azione sono rivolte alle autorità dell'Unione Europea, alle autorità nazionali degli Stati Membri e dei paesi candidati; alle autorità locali; alle organizzazioni di persone disabili; alle imprese; ai sindacati; ai mezzi di comunicazione; al sistema scolastico; a tutti i cittadini che possono e dovrebbero contribuire.

Nel 2003, nell'ambito del Convegno internazionale "Il Parco è di tutti. Il mondo anche", promosso dal Parco Nazionale dei Monti Sibillini, dalla Federazione Italiani dei Parchi e delle Riserve naturali (Federparchi) e dalla Federazione Italiana per il Superamento dell'Handicap (FISH), i partecipanti (rappresentanti delle Istituzioni, gestori di parchi e di altre aree naturali protette, rappresentanti di associazioni di persone con disabilità, di associazioni ambientaliste, di organizzazioni sindacali, operatori, progettisti ed esperti) hanno approvato la *Dichiarazione di Norcia*. Al suo interno è ricompreso un elenco di principi e impegni finalizzati al riconoscimento del diritto alla fruibilità della natura, focalizzando come centrali i seguenti temi: progettazione e gestione, accoglienza, informazione e comunicazione, educazione e formazione.

Nello stesso anno, i Comuni turistici italiani, su iniziativa della Consulta Turismo dell'ANCI e con la partecipazione della Direzione Generale Turismo del Ministero delle Attività Produttive, si sono riuniti a Perugia per definire gli orientamenti politici e amministrativi che devono essere adottati e gli interventi e le azioni concrete che

possono essere realizzati al fine di rendere le città accoglienti per tutti e, quindi, facilmente accessibili e fruibili per tutte le persone che vi risiedono e per le diverse persone che le visitano e vi soggiornano.

Con la Carta di Perugia sono stati individuati gli interventi e le azioni concrete da realizzare per rendere le città accoglienti per tutti e quindi facilmente accessibili e fruibili per tutti coloro che vi risiedono e per le persone che le visitano e vi soggiornano. "Avere cura per le persone con diverse necessità (difficoltà motorie, sensoriali, percettive, psichiche o relazionali) significa "fare" accoglienza rivolta a tutti oltre che "essere" accoglienti ed ospitali".

Un nuovo concetto di accoglienza turistica non si deve basare solamente sulla realizzazione di strutture accessibili e di servizi riservati, ma favorire pari opportunità di fruizione e di gradimento per tutti gli utenti.

Si diffusero in quegli anni numerosi libri e manuali che focalizzavano l'attenzione sul tema del turismo accessibile, dal punto di visto del mercato, dell'accoglienza e dell'offerta turistica per tutti. Tra i principali degli anni 2003/2004 si ricordano: "Viaggiare Si Può - Turismo e persone disabili" ed. Agostini, "Guida al Turismo Accessibile" ed. Airplane, "Turismo senza barriere" ed. Touring Club.

2.4. 2004-2006: l'epoca di C.A.R.E.

“Città che sapranno soddisfare le esigenze più difficili, come quelle espresse da portatori di bisogni speciali, saranno città più funzionali ed accoglienti per tutti”, questo è lo slogan che riassume la filosofia del progetto C.A.R.E. (Città Accessibili delle Regioni Europee).



Il progetto, approvato a inizio 2004 nell'ambito dell'Iniziativa Comunitaria Interreg III B CADSES (Spazio Europeo Centro Adriatico Sud Est), affrontava il problema dell'accessibilità turistica delle città con l'obiettivo di realizzare una rete di servizi e strutture accessibili tra città europee, attraverso una metodologia comune di rilevazione e di comunicazione. Il progetto ha visto svolgersi numerosi studi, azioni di formazione e di informazione, azioni pilota, creazione di reti e azioni di promozione.

Il progetto C.A.R.E. ha visto la partecipazione della regione Emilia Romagna come ente capofila, e di 15 partner in rappresentanza di 5 stati europei (Italia, Germania, Grecia, Romania e Austria): Comune di Bologna; Comune di Ferrara; Comune di Forlì; Regione Lombardia; A.I.A.S. Milano Onlus; Regione Umbria; Provincia di Ancona; Provincia di Pesaro-Urbino; Associazione "Si Può"; Venice Cards - Città di Venezia; Bildungsinstitut Pscherer (GER); Città di Gera (GER); Associazione Atempo (AUT); Amministrazione della Prefettura di Salonico (GRE); North-East Regional development agency (ROM).

Si rendeva necessaria la condivisione tra partners di valori e principi, in modo tale da poter realizzare nel minor tempo possibile "città accessibili per tutti", così da permettere alle persone con esigenze speciali di diventare i protagonisti della propria vacanza e del proprio tempo libero. Obiettivo infatti è lasciare a tutti la possibilità di decidere dove trascorrere la propria vacanza in base a scelte e desideri personali, e non solo per il grado di accessibilità di un luogo rispetto ad un altro, ma per l'attrattiva che attribuiscono ad una determinata destinazione.

Favorire un turismo quindi attento alle esigenze non solo a quelle di persone con disabilità⁶ ma anche a bambini, anziani, mamme con i passeggini, persone con allergie o problemi di tipo alimentare.

Uno dei primi risultati fu la realizzazione di *un'indagine sulla domanda* a livello europeo con l'obiettivo di cogliere le esigenze di turisti e residenti con bisogni speciali e non, attraverso questionari distribuiti omogeneamente per sesso, età, professione e provenienza.

Oltre a tracciare il profilo del turista che frequenta le città ospitali è stato possibile far emergere come la cordialità e la disponibilità delle persone sia il principale desiderio espresso dagli intervistati; seguono l'efficienza e l'accessibilità dei trasporti pubblici, il valore artistico dei luoghi e la loro fruibilità. Una città accogliente in grado di soddisfare le esigenze di turisti e residenti può quindi definirsi veramente "ospitale per tutti".

Il progetto ha inteso inoltre individuare un percorso di sensibilizzazione verso i temi dell'accessibilità, agendo sulla sfera culturale degli operatori pubblici e privati che, a qualsiasi titolo, si occupassero di turismo, di tempo libero, di programmazione dello sviluppo urbano. Questo percorso si svolse attraverso attività di formazione e una pubblicazione sulla comunicazione.

La *formazione*, strutturata a distanza su una piattaforma FAD online, vide impegnati operatori pubblici e privati, tecnici comunali e operatori del settore turistico. Azione realizzata nella consapevo-

6 Disabilità intesa come "conseguenza o il risultato di una complessa relazione tra condizione di salute di un individuo e i fattori personali e i fattori ambientali che rappresentano le circostanze in cui vive l'individuo", documento ICF - OMS 2001. Vedi cap. 2.3.

lezza che una campagna formativa ed informativa adeguata avrebbe potuto contribuire all'avvio del cambiamento culturale, attivando una maggiore sensibilità verso i cittadini con bisogni speciali e contribuendo anche ad un maggiore senso di cooperazione e di solidarietà.

La *pubblicazione* dal titolo "Turismo Accessibile e Clienti con Bisogni Speciali - Strumenti di Comunicazione per il Mercato", dedicata alla buona comunicazione dell'accessibilità, chiariva il significato e il collegamento delle parole turismo - disabilità - accessibilità. L'Accessibilità per tutti diventava qui sinonimo di qualità.

Un altro dei risultati più significativi del progetto è stato la "Definizione e applicazione di una metodologia di rilevamento condivisa" in cui i concetti base che definiscono lo spirito del progetto sono stati messi in pratica attraverso l'elaborazione e l'applicazione di strumenti di rilevazione, in un'ottica di condivisione di standard che consentano una acquisizione omogenea dei livelli di accessibilità delle strutture turistiche e ricettive attentamente selezionate.

La "*Metodologia CARE*" si sostanzia in una semplificazione della metodologia IG_VAE (Informazione garantita per la valutazione dell'accessibilità per le proprie esigenze), modello di raccolta e presentazione dei dati sull'accessibilità realizzato nel 1999 nell'ambito del progetto "STARe - Italia per tutti". Le schede di rilevazione e il database per la raccolta e l'elaborazione delle stesse erano gli strumenti alla base della metodologia e consentivano la raccolta delle informazioni e il rilascio delle stesse agli utenti finali.

Attraverso la rilevazione dell'accessibilità, il progetto CARE ha creato una rete di servizi e strutture accessibili tra le città europee; ha avviato azioni di comunicazione e servizi di informazione a turisti e residenti, facendo crescere le città ospitali con servizi specializzati.

Attraverso la collaborazione con gli altri paesi europei che hanno partecipato al progetto, si è mirato a garantire il diritto delle persone con disabilità a poter viaggiare e scegliere la destinazione della propria vacanza non solo perché accessibile, ma poiché rappresenta l'oggetto del desiderio. A tal proposito sono state realizzate delle brochure turistiche di ogni città partner del progetto riportanti le informazioni relative all'accessibilità dei luoghi.

Quello che il progetto C.A.R.E. ha evidenziato nel corso della sua attività è che le persone con disabilità sono prima di tutto Turisti, quindi persone interessate a passare un periodo di vacanza piacevole che possa soddisfare desideri e attese personali. Quello che chiedono le persone con bisogni speciali è di avere le stesse opportunità di scelta delle persone non disabili.

Un altro importante traguardo raggiunto all'interno del progetto europeo C.A.R.E. è stata la Carta Della Città Ospitale, strumento utile per avviare il processo di divulgazione di buone pratiche su come deve essere una città per saper ospitare tutte le tipologie di turisti.

I partners del progetto CARE hanno realizzato ed approvato questa Carta che ad oggi rappresenta un documento unico su tutto il territorio europeo. La Carta racchiude i principi cardine che deve seguire una città che intenda aderire alla rete CARE delle città ospitali, dal riconoscimento dei fondamentali diritti di uguaglianza e pari opportunità al considerare il turista come cittadino temporaneo; dall'impegno a migliorare la fruibilità e l'informazione dei luoghi turistici all'enucleazione del concetto di comunicazione positiva. La Carta è stata approvata dal CND il Consiglio Nazionale sulla Disabilità e da FISH (Federazione Italiana per il Superamento dell'Handicap).



C.A.R.E. - "Città Accessibili delle Regioni Europee"

promuove la

"CARTA DELLA CITTÀ OSPITALE"

PREAMBOLO

I partners del progetto C.A.R.E. "Città Accessibili delle Regioni Europee" richiamato

l'articolo 2 della Costituzione dell'Unione Europea relativo al rispetto dei diritti umani e ai principi di uguaglianza, pari dignità e opportunità per ogni persona.

ritenuto

che per rispettare un principio costituzionale basilare rappresentato dal diritto di chiunque alla non esclusione e non discriminazione, occorre fornire strumenti per la fruibilità universale degli spazi e dei servizi

si impegnano

a sviluppare a livello transnazionale strategie di sviluppo delle città, in cui l'accessibilità per tutti rappresenti una chiave della qualità, con l'obiettivo di rendere più adatte le risorse territoriali alle esigenze di tutti gli utenti, anche quelli con bisogni speciali

promuovono

la presente "Carta della città ospitale" che enuncia i principi base necessari per aderire alla rete delle città ospitali.

CHI INTENDE ADERIRE ALLA RETE DELLE CITTÀ OSPITALI SI IMPEGNA A:

- Riconoscere e rispettare i principi di **Inclusione, Uguaglianza, Pari Dignità e Pari Opportunità** di scelta per ogni persona.
- Considerare il **turista come primo protagonista** fornendo informazioni adeguate in modo che possa in **autonomia e libertà** scegliere sulla base delle proprie esigenze.
- Applicare la **cultura dell'accoglienza** basata sul principio dell'ospitalità tramite la **consapevolezza dei bisogni** di tutti i clienti, siano questi bisogni di carattere motorio, sensoriale, cognitivo, alimentare, di salute, ecc.
- Considerare il turista un **cittadino temporaneo** che gode degli stessi diritti e dei medesimi doveri del residente.
- **Migliorare la fruibilità e l'accessibilità** del territorio, dei servizi e delle strutture del proprio Sistema Ospitale.
- Utilizzare una **"Comunicazione Positiva"** evitando l'uso di termini discriminanti garantendo una comunicazione fruibile a tutti.
- Considerare la **fruibilità e l'accessibilità nella sua globalità** che coinvolga tutti i campi del quotidiano.
- **Cooperare con tutti i soggetti** in ambito locale, nazionale e transnazionale per diffondere, condividere e raggiungere gli obiettivi della "Carta della città ospitale" coinvolgendo le associazioni di promozione e di tutela delle persone con disabilità come esperti di materia di **Inclusione sociale e universal design**.
- Promuovere la massima diffusione di una **informazione integrata ed inclusiva** sulla fruibilità e accessibilità del Sistema Ospitale.
- **Promuovere e partecipare ad una formazione permanente** per poter rispondere al meglio alle diverse tipologie dei bisogni del turista.

www.interreg-care.org

info@interreg-care.org



2.5. 2006-2009: il turismo accessibile inizia a fare sistema

Le iniziative realizzate nell'ambito del turismo accessibile continuano a moltiplicarsi a livello nazionale e internazionale. Risulta evidente la necessità di fare sistema e condividere le esperienze sul tema. Nel 2006 prende vita l'*ENAT (European Network for Accessible Tourism)* una associazione no-profit per le organizzazioni che mirano ad essere "apripista" nello studio, la promozione e la pratica del turismo accessibile.



Nell'esperienza della rete, i membri migliorano l'accessibilità delle informazioni turistiche, i trasporti, le infrastrutture, design e servizio per i visitatori con tutti i tipi di esigenze di accesso, fornendo modelli di eccellenza nel turismo accessibile per l'intero settore del turismo. Una rete che coinvolge numerosi soggetti in più di 30 paesi e 5 continenti, con attività di sviluppo su molti fronti come destination management, marketing, trasporti, tour operator, l'istruzione, la formazione, gli standard e servizi.

L'Assemblea delle Nazioni Unite ha approvato la *Convenzione sui diritti delle persone con disabilità* nel dicembre 2006. Attraverso i suoi 50 articoli, la Convenzione indica la strada che gli Stati del mondo devono percorrere per garantire i diritti di uguaglianza e di inclusione sociale di tutti i cittadini con disabilità. Nel 2009 il Parlamento italiano ratifica la Convenzione, che diventa legge dello

Stato, e nel dicembre 2010 l'Unione europea procede a medesima ratifica. La Convenzione è uno strumento concreto che consente di combattere le discriminazioni e le violazioni dei diritti umani nei confronti di tutte le persone italiane con disabilità e ne riconosce a pieno titolo lo status di "cittadini" di questo Paese⁷.

In Italia si attivano altre importanti iniziative; tra le regioni più attive spicca il Piemonte con "*Turismabile*". Un'iniziativa voluta dalla Regione e realizzata dalla CPD - Consulta per le Persone in Difficoltà Onlus - che intende incentivare il turismo piemontese con la chiave dell'accessibilità come sinonimo di qualità dell'offerta turistica, presentando le eccellenze storiche, artistiche, naturalistiche, ricettive della regione come "per tutti".

Nasce nel 2008 il progetto Village for all (V4A) diffuso fin da subito in più regioni italiane (ne diventeranno 10 nel 2009). Nel 2009 si realizza la prima edizione di Gitando.all, Salone del Turismo Accessibile a Vicenza.

Non soltanto disabili motori, intellettivi o sensoriali, ma anche quelle categorie di turisti che presentino necessità particolari: persone con intolleranze alimentari, con allergie, anziani e anche, perché no, donne incinte. Tutte queste persone possono trovare in Piemonte l'ambiente ideale per un turismo "senza barriere". Si giunge quindi a considerare le persone con disabilità o con esigenze speciali non come "oggetti" del turismo sociale, ma come soggetti del turismo tout-court.

A gennaio 2009, è stato presentato al Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo, ai sensi della L. 135/01, DPR n. 158/2007, il progetto interregionale di sviluppo turistico "Itinerari Interregionali di turismo per tutti", concordato da 13 Regioni italiane, con la Regione Emilia-Romagna nel ruolo di capofila, ammesso a finanziamento nel giugno 2009 e attualmente in corso di gestione.

7 Fonte: Wikipedia

Il progetto si basa sulla volontà condivisa di raccogliere, sistematizzare e mettere a valore le tante iniziative che le Regioni hanno già portato avanti negli anni. La mappatura dell'offerta turistica "accessibile" in Italia, unitamente alla definizione e applicazione di una metodologia condivisa da tutte le Regioni partner (a partire dal lavoro IG-VAE e C.A.R.E.), mira a realizzare una serie di itinerari interregionali (ad esempio, "Paesaggi d'autore", "Borghi storici", "Via Francigena") dotandoli delle informazioni necessarie alla fruizione turistica "per tutti".

Nello stesso anno prende vita l'*IsITT, Istituto Italiano per Il Turismo per Tutti*, su iniziativa della Consulta per le persone in difficoltà Onlus, attraverso il progetto "Turismabile".

Il progetto nasce dall'incontro delle esperienze di realtà che operano nel mondo del sociale, dell'imprenditoria e del turismo, con lo scopo di elaborare, valutare, attuare e incoraggiare politiche di accoglienza, sensibilizzazione e promozione culturale, per sviluppare le tematiche del turismo per tutti.

Con turismo per tutti si intende creare le condizioni ideali di fruibilità del territorio per turisti che presentano esigenze particolari in funzione del loro stato di salute, momentaneo o permanente, delle loro condizioni fisiche o mentali o delle loro difficoltà.

Gli ambiti in cui IsITT opera sono molteplici:

- Promozione culturale
- Rapporti con Enti pubblici e privati per la segnalazione di problematiche e l'identificazione di soluzioni
- Consulenza nella progettazione di strutture e servizi
- Presentazione e realizzazione di progetti a Enti pubblici e privati per il miglioramento delle politiche di accoglienza e lo sviluppo dell'accessibilità e della fruibilità dei servizi connessi o relativi al turismo
- Formazione in campo turistico per operatori, addetti ai lavori, dirigenti
- Divulgazione di informazioni e attuazione di politiche di sostegno a singoli o gruppi organizzati che intendono avvalersi delle opportunità di turismo per tutti offerte dal territorio su cui opera l'associazione

- Ricerca, analisi di dati e tendenze nell'ambito del turismo per tutti, direttamente o in partenariato. Pubblicazione di documenti, studi, analisi, commenti in formato cartaceo o elettronico.

Nel 2009 si delinea anche il *progetto Calypso*, iniziativa triennale della Commissione europea per la promozione del turismo sociale che avvicina al mondo dei viaggi le categorie meno privilegiate dando, nel contempo, un impulso alle economie locali e creando nuove opportunità di impiego.

Calypso si rivolge a quattro categorie: gli anziani, i giovani fra i 18 e i 30 anni, le persone disabili e le famiglie a basso reddito. Nel 2011, grazie alla capacità di raggiungere le categorie svantaggiate, il suo budget è passato da 1 milione a 1,5 milioni di euro, e la stagione turistica si è maggiormente estesa nell'arco dell'anno.

Lanciato nel 2009, Calypso è stato accolto con entusiasmo da numerosi attori del settore, dagli operatori turistici, alle Autorità regionali e nazionali, alle Istituzioni europee, nonché dalle ONG e dai privati che si occupano di tali problematiche. Francia, Spagna e Portogallo vantano già una discreta esperienza in materia, mentre molti paesi dell'Europa settentrionale e orientale si avvicinano per la prima volta all'idea solo in tempi recenti, mostrando il desiderio di creare delle strutture idonee.

Incoraggiando il turismo transfrontaliero in bassa stagione, Calypso aumenta le occasioni di viaggio per coloro che hanno difficoltà a trascorrere le vacanze all'estero. Diverse regioni in tutta Europa puntano sempre più sul turismo come mezzo di sostentamento, ma i mesi non coincidenti con le vacanze scolastiche sono periodi morti nei quali gli introiti si riducono drasticamente. Viaggiare in questi periodi di calma gioverebbe alquanto alla creazione e alla ripresa delle attività economiche e consentirebbe a molti stranieri di conoscere nuove culture e di sentirsi veramente cittadini europei.

2.6. 2009-2011: *il Manifesto del turismo accessibile*

Nel 2009 il Ministro del Turismo ha istituito la Commissione ministeriale "Per un turismo accessibile", per sostenere la realizzazione di misure che migliorino l'accessibilità delle strutture turistiche italiane. L'obiettivo è di promuovere una capacità di accoglienza che sia realmente "per tutti", adeguando l'offerta e garantendo i migliori servizi anche ai turisti con bisogni speciali.

Nell'ottobre del 2009, il Ministro, nel corso del suo intervento alla XXVI assemblea annuale dell'Ance in corso a Torino, ha presentato il "Manifesto per la promozione del turismo accessibile".

Si tratta di dieci principi fondamentali, redatti dal suddetto Comitato, sui quali si deve basare il turismo, che deve essere "attento ai bisogni di tutti". Il "decalogo" esplicitato in un documento applicativo, parte proprio dalla definizione di turismo accessibile come "un turismo attento ai bisogni di tutti", vale a dire bambini, anziani, mamme che spingono i passeggini, persone con disabilità che si muovono lentamente, che non vedono, o non sentono, che hanno allergie o difficoltà di tipo alimentare. Significa quindi saper coniugare le ragioni dell'impresa turistica con la capacità di saper rispondere ad una domanda di "ospitalità" che richiede attenzioni, dialogo, conoscenze tecniche.

Si focalizza l'attenzione al coinvolgimento dell'intera filiera turistica nella sua totalità, dai trasporti alle iniziative culturali, dall'albergo ai musei, come un'opportunità di crescita e di indotto commerciale per tutti gli operatori.

La libertà di scelta della vacanza da parte di tutti i cittadini, basata sulla corretta informazione dell'accessibilità dei luoghi: oggettiva, dettagliata e garantita.

Il Network europeo ENAT (European Network for Accessible Tourism), nel marzo 2011, ha sottoscritto il Manifesto impegnandosi a promuovere i contenuti in tutti e 27 i Paesi dell'UE.



Ministero del Turismo

Manifesto per la promozione del Turismo Accessibile

In attuazione dell'art 30 della Convenzione Onu sui diritti delle persone con disabilità
ratificata con Legge n. 18 del 24/2/09

1. **La persona** nella sua accezione più completa, con i suoi specifici bisogni derivanti da condizioni personali e di salute (ad esempio: disabilità motorie, sensoriali, intellettive, intolleranze alimentari, ecc.) è un **ciudadino ed un cliente** che ha diritto a fruire dell'offerta turistica in modo completo e **in autonomia**, ricevendo servizi adeguati e commisurati a un giusto rapporto qualità prezzo.
2. L'accessibilità comporta il coinvolgimento di tutta la **filiera turistica a livello nazionale e locale**, a partire da:
 - a. il sistema dei trasporti;
 - b. la ricettività;
 - c. la ristorazione;
 - d. la cultura, il tempo libero e lo sport
3. L'accessibilità dei luoghi non deve determinare la **scelta della vacanza**: si deve poter scegliere una meta o struttura turistica perché piace e non perché essa è l'unica accessibile.
4. È necessario pensare l'accessibilità come **accesso alle esperienze di vita**, ovvero andare oltre il concetto dello "standard" valorizzando invece la centralità della persona/cliente con bisogni specifici.
5. L'**informazione sull'accessibilità** non può ridursi a un simbolo, ma deve essere **oggettiva, dettagliata e garantita**, onde permettere a ogni persona di valutare in modo autonomo e certo quali strutture e servizi turistici sono in grado di soddisfare le sue specifiche esigenze.
6. E' necessario promuovere una **comunicazione positiva**, che eviti l'uso di termini discriminanti. Essa va diffusa in formati fruibili per tutti, e attraverso tutti i canali informativi e promozionali del mondo turistico.



Ministero del Turismo

7. Poiché l'accessibilità riguarda non solo aspetti strutturali e infrastrutturali, ma anche i servizi offerti ai turisti, occorre promuovere la **qualità dell'accoglienza per tutti**, ovvero incentivare un cambiamento culturale che generi profondi mutamenti dei modelli organizzativi e gestionali, ancora prima che strutturali.
8. E' necessario incentivare la **formazione delle competenze e delle professionalità**, basata sui principi dello Universal Design e che coinvolga tutta la **filiera delle figure professionali** turistiche e tecniche: manager, impiegati, aziende, imprese pubbliche e private. Occorre inoltre aggiornare i programmi di studio degli Istituti per il Turismo, Tecnici, Universitari, dei Master e dei Centri Accademici a tutti i livelli.
9. Le Autonomie Locali, ognuna per le proprie competenze e vocazioni, hanno il compito di **implementare l'accessibilità urbana, degli edifici pubblici e dei trasporti locali**, pianificando inoltre periodiche azioni di **verifica e di promozione** delle proposte turistiche per tutti.
10. Per realizzare e promuovere il turismo accessibile in una logica di sistema si auspica la **fattiva collaborazione** tra gli Operatori turistici, le Autonomie Locali, gli Enti Pubblici, le Associazioni delle persone con disabilità e le Organizzazioni del turismo sociale.

I principi ispiratori del Manifesto sono approfonditi nel documento "Istruzioni per l'uso del Manifesto per la Promozione del Turismo Accessibile"

Infine nel 2011 il Dipartimento per lo Sviluppo e la competitività del turismo in collaborazione con le Amministrazioni dello Stato interessate, le Regioni e le Province autonome, gli Enti, le organizzazioni imprenditoriali e sindacali del settore turistico, nonché le associazioni nazionali di tutela dei consumatori, ha elaborato la Carta dei diritti del Turista.

Una guida, disponibile in sette lingue diverse, con l'obiettivo di informare con chiarezza e puntualità il turista su quelli che sono i suoi diritti in Italia, su come egli debba comportarsi e a chi rivolgersi in caso di inadempienza. In essa sono quindi raccolte informazioni utili e le norme che disciplinano il rapporto che deve instaurarsi fra turista, agenzie di viaggio e strutture ricettive, nell'ottica di correttezza e trasparenza. Nella carta sono richiamati diritti e le informazioni utili al viaggio per le persone con disabilità.

Terzo capitolo

*il repertorio della
progettualità*



3.1. *Il quadro generale della progettualità e delle azioni*

Il Libro Bianco è l'occasione non solo di raccontare dettagliatamente la storia del turismo accessibile in Italia, ma anche di fare un punto, attraverso la raccolta e l'analisi della progettualità, di quanto è cambiato e/o potrebbe cambiare nel nostro Paese nei confronti dei turisti con bisogni speciali.

L'idea è quella di avere un quadro, per quanto possibile completo, di quelle che sono state e sono tuttora le azioni svolte sul nostro territorio, e poter avere, come si vedrà di seguito con l'analisi dei risultati ottenuti, una base concreta da cui trarre le opportune considerazioni anche per il futuro.

Alla radice di questa scelta, di trattare cioè ogni progetto come una unità statistica, per poi descriverne seppur sinteticamente il contenuto in un apposito database, stanno in primo luogo i vincoli quantitativi: centinaia di documenti non potevano materialmente far parte del Libro Bianco.

D'altra parte non era compito del Libro Bianco effettuare alcuna forma di selezione o stabilire una qualsivoglia graduatoria, magari scegliendo tra "best practices" ed altre esperienze.

Si è ritenuto pertanto di trattare tutti gli oggetti che si sono potuti raccogliere come "individui" di una statistica: anonimi fin tanto che forniscono informazioni quantitative (elaborate e comprese nel presente capitolo), ricchi di informazioni anche personali nel momento in cui si descrivono (come avviene nel database allegato, che peraltro contiene anche le chiavi di ricerca utilizzate nelle elaborazioni).

E oggi, dopo aver raccolto e analizzato 360 esperienze (qui definite "progetti")¹ si dispone di un bagaglio informativo puntuale e

1 Si ricorda che il presente Libro Bianco è stato chiuso in redazione il 14 gennaio 2012. Dopo quella data è pervenuto il progetto denominato "Museo di Rivoreta" (Cutigliano) segnalato dalla sezione provinciale di Pistoia della Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti.

unico (il database "Libro Bianco 2012"), a disposizione di tutti, e di cui qui di seguito si riportano i principali risultati.

Certo è che i progetti si differenziano anche di molto a seconda di vari aspetti tra i quali:

- la geografia territoriale e soprattutto la dimensione territoriale sulla quale insistono. Infatti vi sono aree o regioni che hanno dimostrato una attenzione maggiore al turismo accessibile rispetto ad altre. E sono stati raccolti e classificati progetti di scala nazionale, regionale, provinciale, ma anche diversi progetti che riguardano territori molto delimitati, anche solo frazioni di Comuni;
- il tipo di intervento che si propongono, considerato che si sono classificate più di 20 voci diverse, dalle pubblicazioni delle guide agli studi, dalle azioni di sensibilizzazione e formazione ai percorsi ad hoc, dagli strumenti di comunicazione come il web ai servizi specializzati e così via;
- i soggetti che coinvolgono, dalle istituzioni alle imprese ai turisti;
- e da ultimo, non perché meno importante, per il tipo di disabilità a cui si rivolgono. Come noto infatti le esigenze espresse sono molto diverse tra chi ad esempio ha difficoltà a muoversi, rispetto a chi presenta una allergia alimentare.

Il tutto, là dove possibile, è stato analizzato anche nel tempo, a partire dalla fine degli anni 80 fino ad oggi. Le informazioni a proposito non sono molte, e spesso non è stato possibile attribuire una data specifica al progetto, ma le indicazioni raccolte sono comunque molto interessanti, come si vedrà di seguito.

Tutte le informazioni raccolte ci danno certamente l'idea che molto è stato fatto, ma che ancora molto si può fare, soprattutto in quei territori che fino ad oggi sono rimasti ancora poco coinvolti sul tema del turismo accessibile.

METODOLOGIA DI RICERCA E RACCOLTA REPERTORIO

Per poter realizzare il repertorio delle progettualità e delle azioni svolte sul territorio italiano è stato effettuato un lavoro di ricerca desk e raccolta di informazioni sulle *esperienze* in tema di turismo accessibile.

Sono stati utilizzati i principali motori di ricerca on-line, i portali tematici, le pubblicazioni (on-line e off-line) già esistenti in materia e le maggiori testate giornalistiche, di settore e generaliste, presenti in Italia.

La raccolta ha previsto l'inserimento in un database creato ad hoc di progetti e azioni realizzate a favore del turismo accessibile dalla fine degli anni '80 ad oggi (14 gennaio 2013), includendo anche progetti di carattere temporaneo, azioni limitate ad un periodo di tempo limitato, e già concluse.

Le principali fonti per la raccolta del repertorio e del data base sono state ²:

- Italia per Tutti
- C.A.R.E.
- CO.IN
- B.E.T.A.
- Turismabile
- ISITT
- V4A
- Comitato per la promozione e il sostegno del turismo accessibile

Si è partiti da una ricerca su base territoriale, specificando la provincia e il comune di riferimento ove possibile, segnalando

2 Per ulteriori approfondimenti sulle fonti, si rimanda al Capitolo 2.

il nome del progetto o dell'iniziativa, il periodo di realizzazione e i riferimenti alle Associazioni o agli Enti pubblici coinvolti.

Per ogni progetto/iniziativa si è prodotto un abstract contenente le informazioni generiche dell'attività, il tipo o i tipi di disabilità a cui si fa riferimento e che s'intende rendere accessibile/i, gli obiettivi prefissati o già raggiunti, i servizi offerti e gli strumenti utilizzati per la promozione e la realizzazione dell'attività stessa.

Le disabilità sono state classificate in base alle linee guida già prodotte a livello nazionale.

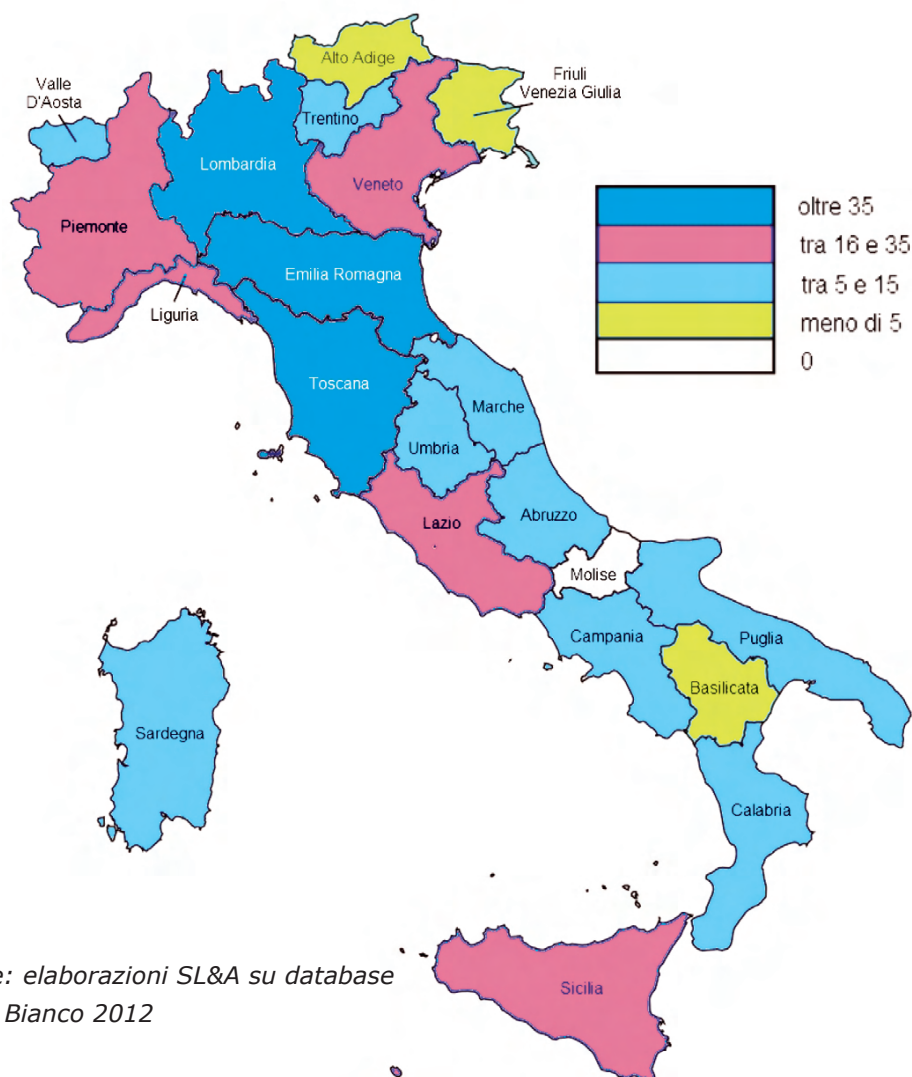
I dati sono stati elaborati attraverso il software SPSS e riprodotti in mappe, grafici e tabelle ad hoc per questo Libro Bianco.

Il database Libro Bianco 2012 e le frequenze statistiche sono contenuti in un allegato separato.

3.2. *La geografia dei progetti: locale, regionale, interregionale, nazionale*

Una prima lettura dei progetti riguarda la diffusione a livello territoriale, specchio di una attenzione diffusa in tutto il Paese, tanto che moltissime regioni presentano più di 5 progetti.

Tavola.1 I progetti per regione (valori assoluti)



Fonte: elaborazioni SL&A su database
Libro Bianco 2012

Emilia Romagna, Lombardia e Toscana spiccano per la "produzione" di progetti attivati nei territori, almeno per quanto riguarda il numero degli stessi.

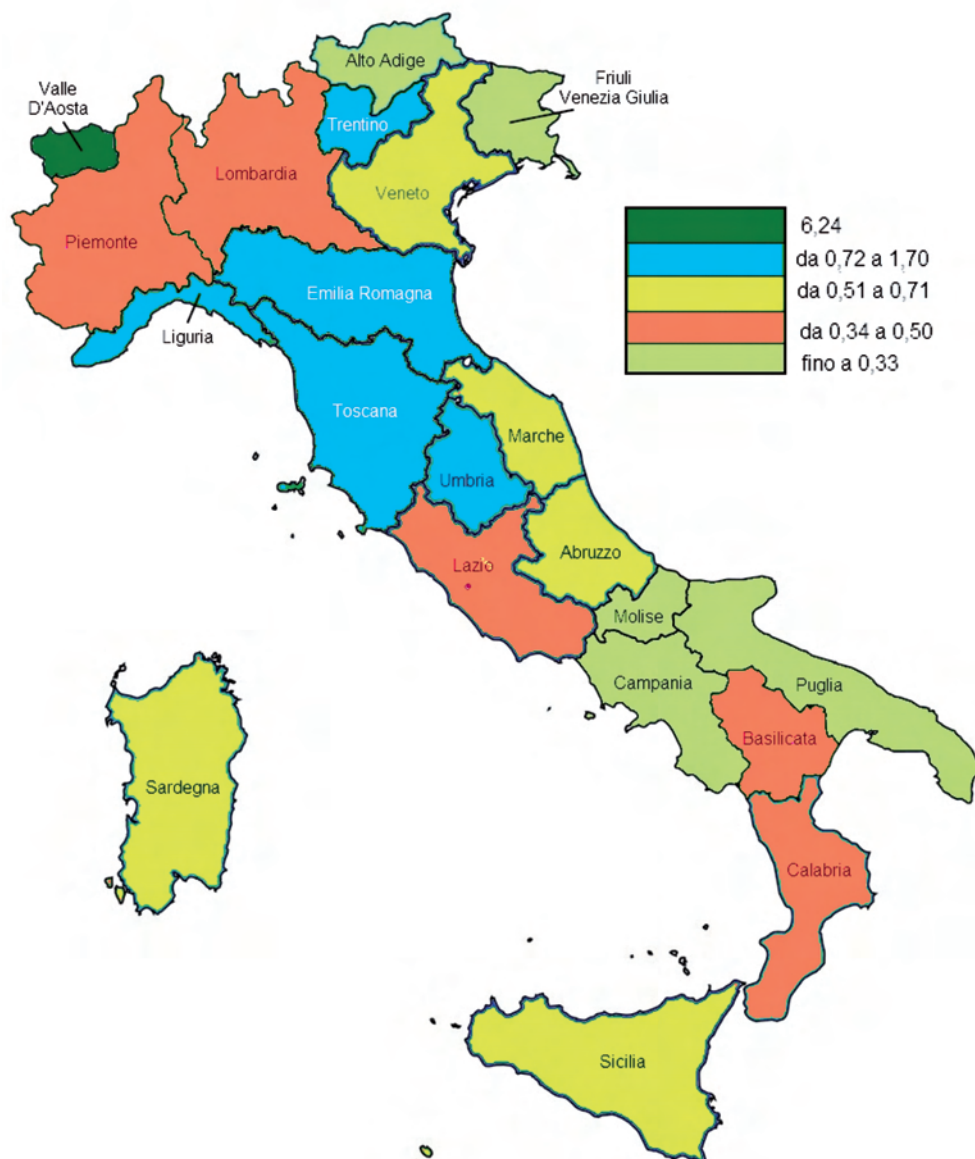
La distribuzione in termini assoluti restituisce un quadro solo parziale del fenomeno. Per rendere più omogenea l'informazione, e quindi i territori più simili tra loro, i progetti sono stati rapportati ai residenti e ai residenti temporanei (turisti) da un lato e all'offerta ricettiva (in termini di posti letto) dall'altro (tavole 2, 3 e 4).

E le differenze non mancano di farsi vedere:

- la regione Valle d'Aosta spicca infatti davanti a tutti per la progettualità prodotta in relazione alla popolazione residente e anche in relazione alla turisticità (posti letto e presenze);
- Emilia Romagna, Liguria e Sicilia rappresentano i territori dove risulta la maggior quota di progetti in relazione sia alla domanda turistica che ai posti letto disponibili. I quest'ultimo caso anche la Lombardia è tra le regioni con il tasso più elevato di progettualità.

Al riguardo appare comunque necessario precisare che la presenza di un solo progetto a fronte di una molteplicità non è automaticamente un indice di scarsa attenzione. Occorre infatti valutare anche la capacità dei progetti di "coprire" l'intero territorio di riferimento, le varie tipologie di disabilità, l'intero ventaglio delle azioni e degli strumenti

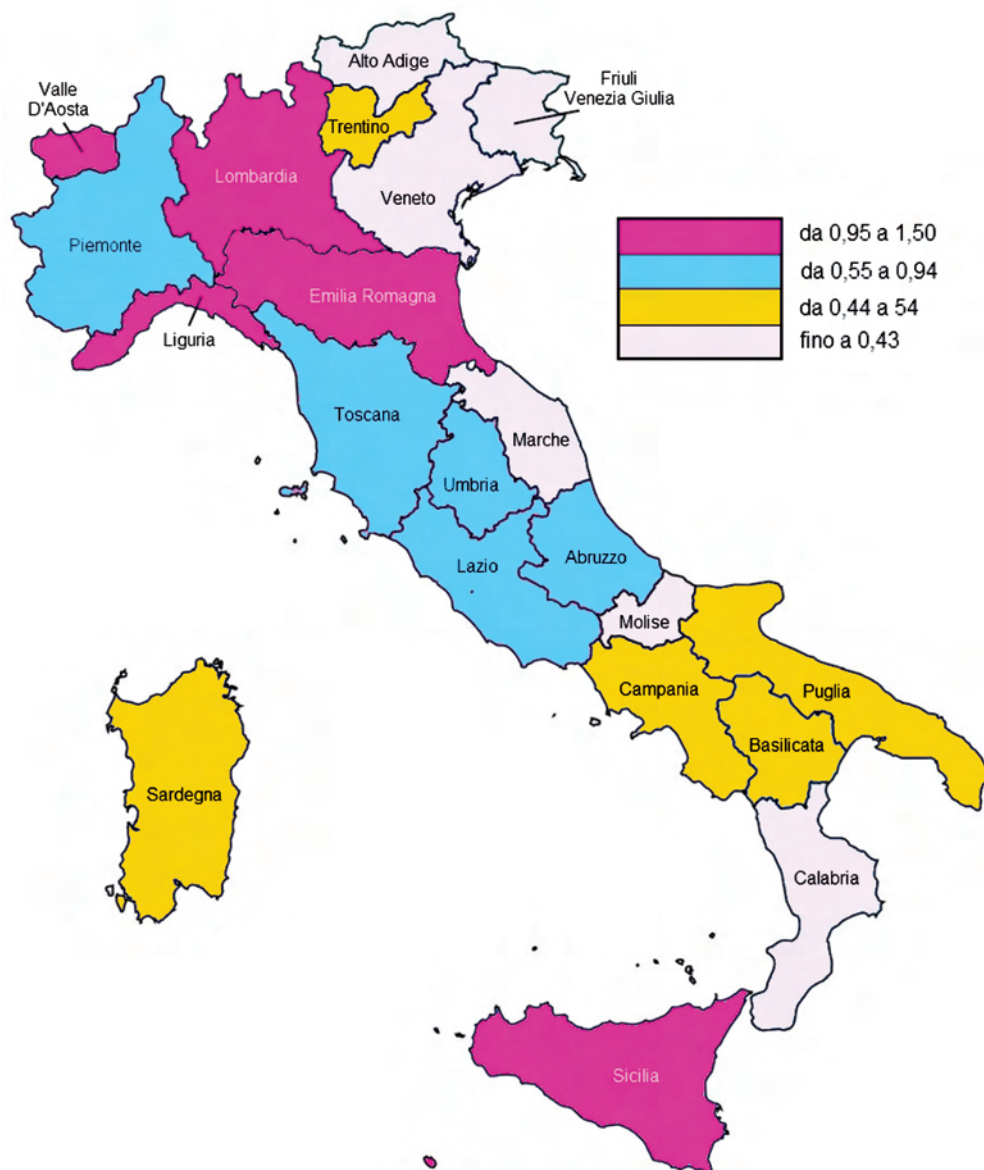
Tavola.2 La progettualità in relazione alla popolazione residente (numero di progetti per 100.000 abitanti)



Nota: classificazione in quartili. In questo caso è stato isolato il dato della Valle d'Aosta in quanto anomalo rispetto agli altri.

Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012 e ISTAT

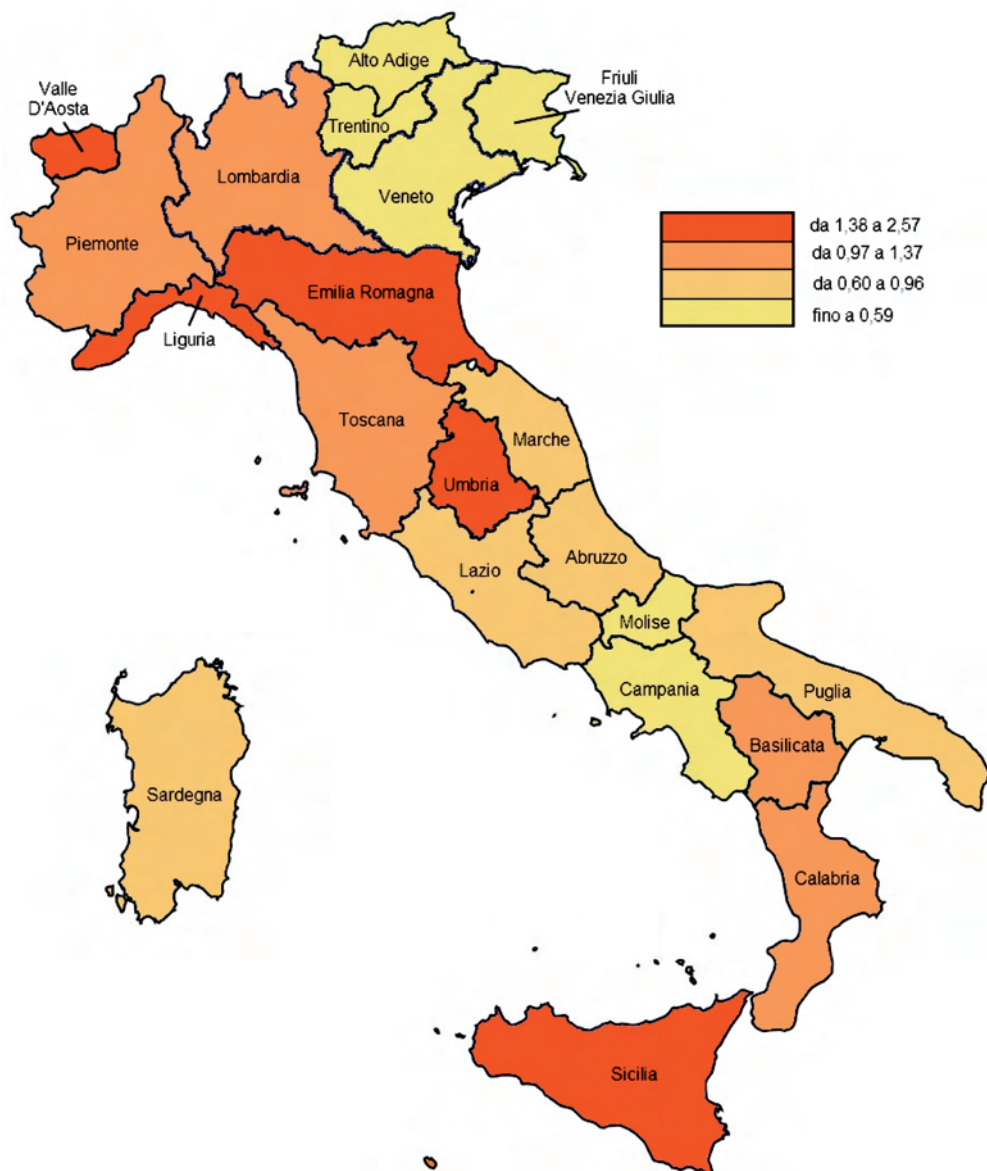
Tavola.3 La progettualità in relazione alla capacità ricettiva
(numero di progetti per 10.000 posti letto)



Nota: classificazione in quartili.

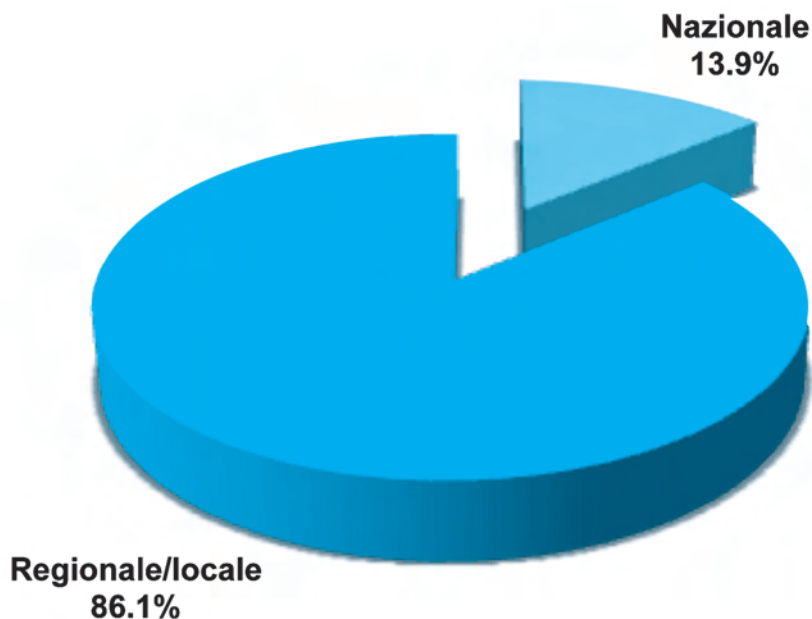
Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

Tavola. 4 La progettualità in relazione alla domanda turistica (numero di progetti per 1.000.000 di presenze turistiche)



Nota: classificazione in quartili.

Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

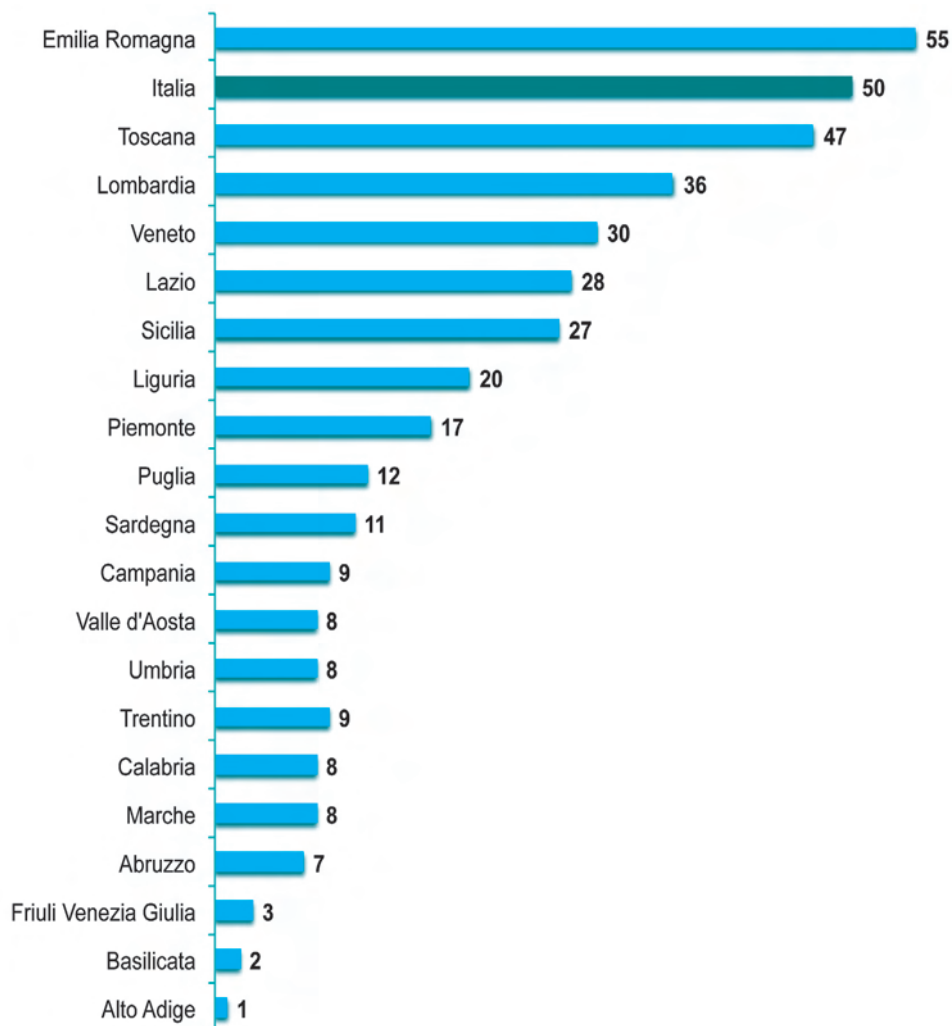
Grafico.1 La distribuzione dei progetti per regione

Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

Dei 360 progetti censiti solo il 14% può essere considerato di scala nazionale, gli altri sono mirati a territori più o meno delimitati, a livello regionale e soprattutto (nella maggioranza dei casi) locale (subregionale, provinciale o comunale).

In due soli casi infatti si rilevano progetti interregionali (non considerati a livello nazionale in quanto raggruppano un numero comunque non esaustivo di regioni).

Allo stesso modo si può dire che sono una minoranza i progetti che mettono insieme territori di diversa dimensione a livello di unità amministrativa: solo 22 progetti (il 6,1% del totale) coinvolgono uno o più territori a scala differente.

Grafico 2: I progetti per regione (valori assoluti)

Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

Per quanto riguarda la localizzazione dei progetti appare interessante notare che se dal punto di vista "regionale" il territorio è interamente rappresentato (fatta eccezione per il Molise), con in media 3,9 progetti per regione, con punte in Lombardia (13 progetti di livello regionale), Toscana e Piemonte (8), Sicilia (6), non altrettanto si può dire a livello provinciale (tabella 1).

Tabella 1. I progetti per scala di localizzazione

	N.	N. progetti	Media
Comuni/località	130	191	1,5
Regioni	20	78	3,9
Province	43	79	1,8

Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

Tabella 2. I progetti di scala provinciale (in graduatoria)

Provincia	N.	Provincia	N.
Rimini	5	Firenze	1
Catania	4	Grosseto	1
Parma	4	Imperia	1
Vicenza	4	Lecco	1
Belluno	3	Lodi	1
Bergamo	3	Lucca	1
Forlì Cesena	3	Modena	1
Lecce	3	Pesaro	1
Napoli	3	Piacenza	1
Pistoia	3	Pisa	1
Ravenna	3	Prato	1
Savona	3	Ragusa	1
Torino	3	Roma	1
Ferrara	2	Rovigo	1
Genova	2	Salerno	1
Monza e Brianza	2	Trapani	1
Padova	2	Salerno	1
Siena	2	Trapani	1
Agrigento	1	Treviso	1
Ancona	1	Venezia	1
Ascoli Piceno	1	Vibo Valentia	1
Bari	1	Viterbo	1
Cosenza	1	Totale	79

Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

In questo caso infatti si conta la presenza di progetti in "sole" 43 province, poco più di un terzo del totale, con in media 1,8 progetti ciascuna. Tra queste spiccano le province dell'Emilia Romagna, Rimini e Parma in primis, ma anche quelle di Vicenza e Catania (tabella 2).

Per quanto riguarda poi il livello locale si contano 130 toponimi, con un totale di 191 progetti (in media 1,5 ciascuno).

In questo caso è Roma a "staccare" tutti gli altri: nella capitale si contano infatti ben 13 progetti, seguita da Bologna (6), Trento (5), Firenze, Siena e Venezia (4 ciascuna) e poi Genova, Milano, Modena, Parma e Ravenna (3 ciascuna). Con poche eccezioni, si tratta, come si nota facilmente, delle città d'arte più visitate del nostro Paese.

Un aspetto interessante riguarda poi la progettualità legata alle aree naturali protette italiane, che si sono dimostrate una palestra importante per quanto riguarda la sperimentazione e la realizzazione di percorsi e sentieri dedicati.

In questo caso si registrano una ventina di progetti di diverso respiro territoriale, dall'oasi naturale ai parchi regionali a quelli nazionali.

3.3. *La tipologia dei progetti: per bisogno speciale, per metodo, per approccio*

L'analisi dei progetti ha messo in evidenza, tra gli altri aspetti, quanto questi siano in qualche misura ancora generici. Che non vuol essere un giudizio di merito, un bene o un male, ma solo una constatazione. Infatti nella metà dei casi non è sufficientemente chiaro a chi si rivolga il progetto, in quanto si parla genericamente di turismo accessibile, e potrebbe da un lato coinvolgere tutte o solo alcune disabilità (grafico 3).

Grafico 3. A chi si rivolgono i progetti



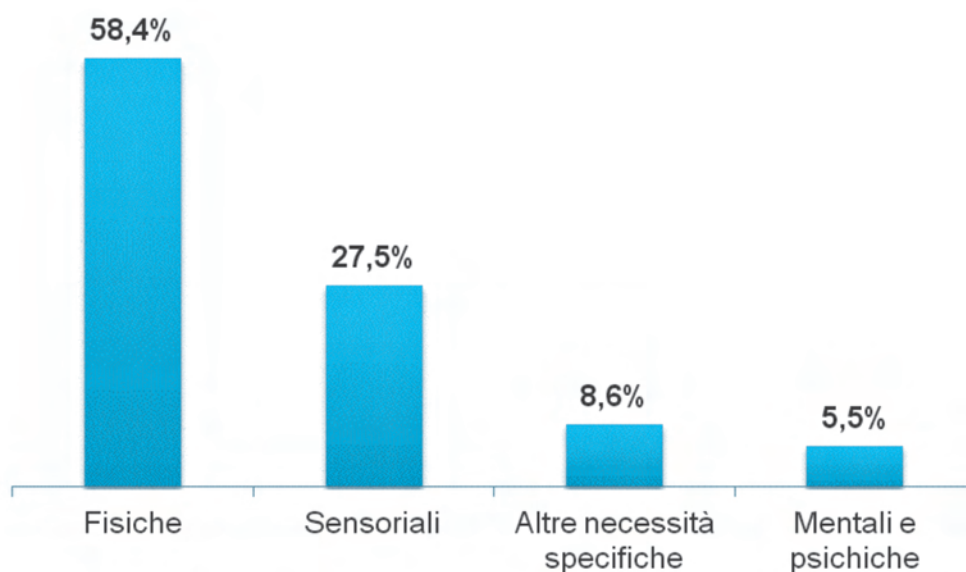
Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

Non c'è dubbio però che l'attenzione dei "progettisti", e soprattutto delle comunità locali, si sia concentrata su alcuni bisogni speciali, trascurandone forse alcuni altri (grafico 4):

- i progetti legati alle disabilità motorie, come ci si poteva aspettare, sono la maggioranza, quasi i due terzi. In solo due progetti è stato possibile distinguere se si trattasse di progetti rivolti a chi si muove in autonomia o in compagnia;

- più di un quarto dei progetti si rivolge poi alle persone con bisogni speciali legati a disabilità sensoriali (non vedenti, sordociechi, ecc.). In questo caso spicca l'attenzione verso le persone non vedenti o ipovedenti, a cui è dedicata la maggioranza delle azioni.
- meno attenzione invece sembra riposta alle problematiche diverse e più specifiche, probabilmente perché richiedono una maggiore specializzazione e si rivolgono ad un mercato meno ampio³. A conferma di questo è che nella maggior parte dei casi si tratta di progetti mirati a chi ha problemi di alimentazione.

Grafico 4. Le disabilità a cui si rivolgono i progetti

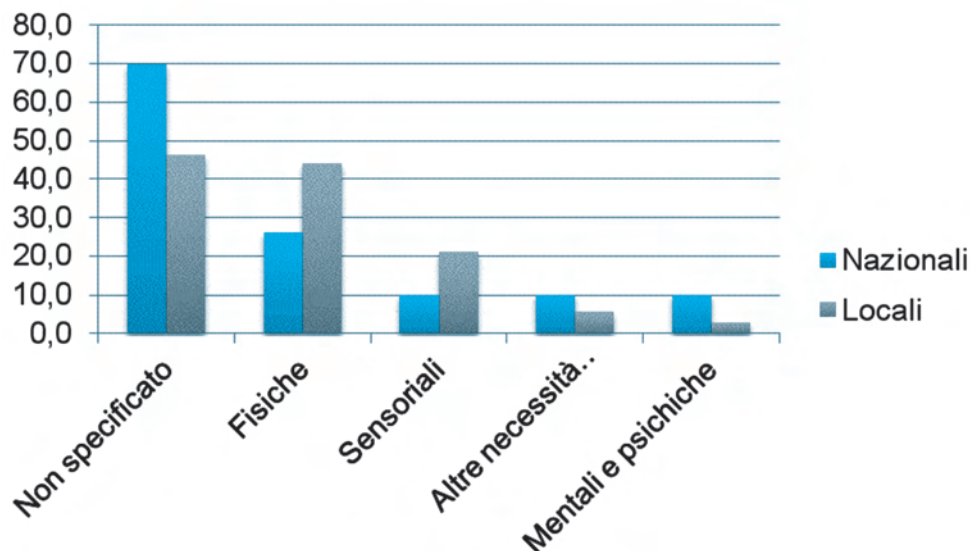


Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

I progetti "nazionali", trattando il tema del turismo accessibile a tutto campo, risultano rispetto agli altri più "generalisti" (grafico 5).

³ Si può citare ad esempio un progetto in cui viene offerto il servizio di dialisi ai turisti che ne facessero richiesta

Grafico 5. Le disabilità a cui si rivolgono i progetti a seconda della localizzazione (valori percentuali)



Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

Ma cosa ha prodotto tanta progettualità nel nostro Paese? E come sta cambiando l'approccio dei territori ora che il "progetto Italia per Tutti" è quasi maggiorenni?

In generale si può affermare che i territori italiani hanno puntato a soddisfare i bisogni dei turisti attraverso tre tipologie di azione principali, di cui due legate all'informazione (grafico 6).

"Per poter soddisfare le esigenze dei portatori di bisogni speciali, le informazioni sull'offerta devono essere:

- *affidabili, per ridurre il clima di incertezza che spesso caratterizza tutto o in parte il processo di produzione dell'informazione stessa tramite una verifica sulla attendibilità dei dati raccolti e la loro organizzazione in supporti e modalità di lettura.*

- *aggiornate, rispetto al continuo mutamento delle condizioni dell'offerta. E' un'esigenza strettamente collegata al*

concetto di qualità, ma che costituisce un passaggio ulteriore rispetto ad essa.

- diffuse e facilmente raggiungibili, attraverso una molteplicità di supporti ed in una molteplicità di luoghi. E' inoltre importante che l'informazione sia inserita nei circuiti turistici consolidati, e per questo motivo si deve sganciare dai contesti specializzati nelle tematiche dell'handicap, ma non sufficientemente preparate in campo turistico, come ad esempio le associazioni dei disabili e i siti internet a loro dedicati.

- integrate con quelle rivolte a tutti i turisti. L'informazione turistica attualmente fornita dovrebbe dunque essere approfondita ed ampliata. Si tratta di un'esigenza fortemente espressa dalla domanda portatrice di bisogni speciali, che vuole poter viaggiare con i propri amici e familiari, secondo un processo di evoluzione qualitativa che vede coinvolto tutto il mercato turistico. Sempre più l'informazione si configura infatti come «prodotto», e viene ad assumere il ruolo di variabile strategica attraverso la quale i territori trasmettono all'esterno il loro concetto di accoglienza”.

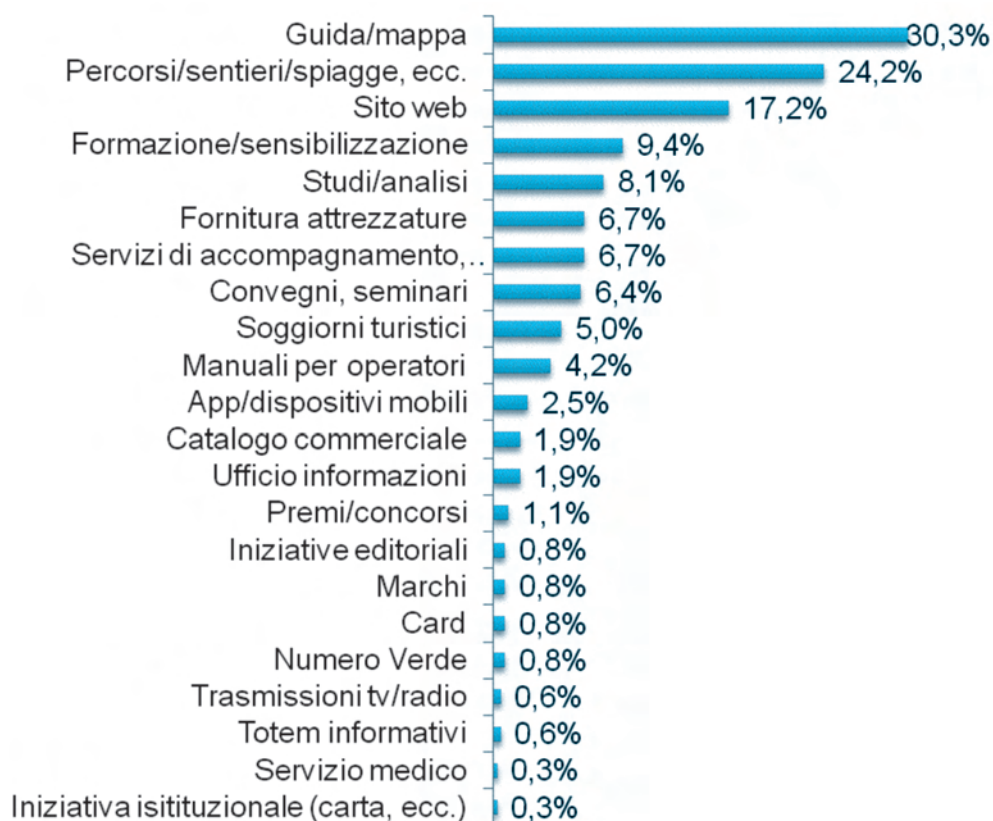
Progetto STARe, Enea

1. Attraverso la realizzazione di guide turistiche e mappe (30,3%) in grado di raccontare al meglio l'offerta ricettiva e i servizi direttamente o indirettamente legati al turismo, dai trasporti ai luoghi della cultura, alla ristorazione, ecc.
2. Attraverso la realizzazione di siti web (17,2%), che spesso hanno accompagnato la realizzazione dei progetti e che contribuiscono a far sì che in qualche modo si rispettino le condizioni che gli studi⁴ realizzati nel passato hanno evidenziato.

4 Progetto STARe, Enea

3. La terza tipologia è legata alla necessità di attrezzarsi per offrire a tutti la possibilità di vivere esperienze memorabili all'area aperta, nei musei, in spiaggia, ecc., e quindi la realizzazione di diverse tipologie di infrastrutture per tipologie diverse di soggetti (dalle passerelle sulle spiagge ai percorsi sensoriali, ecc.).

Grafico 6. Gli output dei progetti sul turismo accessibile



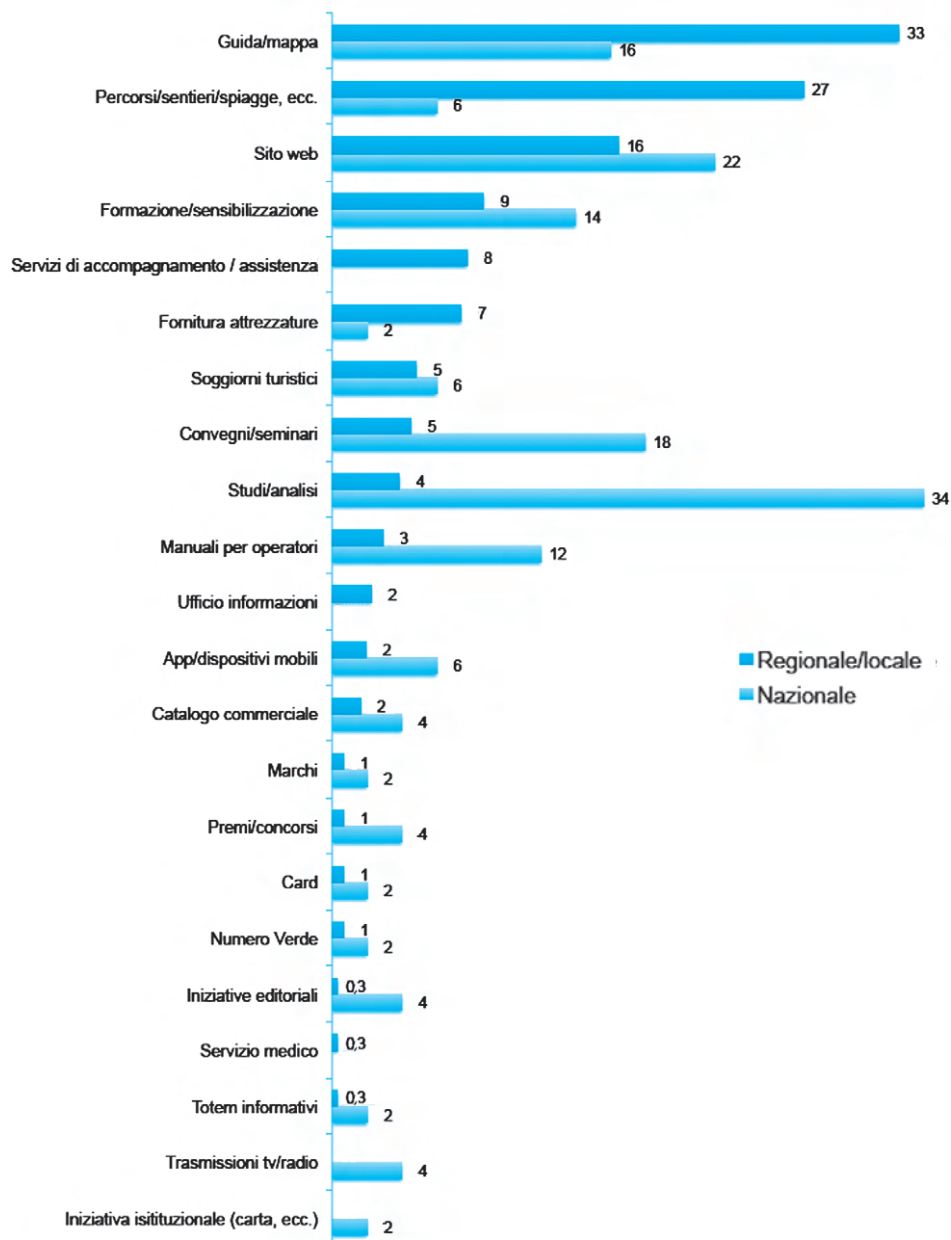
Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

Ancora, scorrendo la graduatoria degli strumenti realizzati, quasi il 10% dei progetti, oltre una trentina, ha riguardato percorsi di sensibilizzazione e formazione dell'offerta, e l'8,1% la realizzazione di studi e analisi sulla domanda (pochi, a dire il vero) e sull'offerta.

Ancora limitato è invece il numero dei progetti che puntano alla commercializzazione dell'offerta turistica: diciotto, pari al 5%, riguardano i soggiorni turistici in reti di imprese specializzate. A questi si aggiungono quelli che hanno puntato alla realizzazione di un vero e proprio catalogo commerciale (7 progetti in tutto pari al 2% del totale).

In generale è possibile notare che vi sono differenze rilevanti rispetto agli strumenti prodotti a seconda che i progetti siano di rilevanza nazionale o locale (grafico 7).

Grafico 7. Gli output dei progetti sul turismo accessibile
(confronti tra scala territoriale)



Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

E l'impatto della progettualità appare assai diverso a seconda che si distingua in base alla scala della rilevanza territoriale dei progetti.

L'impostazione che si è voluto dare appare bene evidenziata nel riquadro che segue, che riporta il ranking.

	Nazionale	Regionale	Locale
1°	Studi e analisi	Sito web	Guida/mappa
2°	Sito web	Guida, mappa	Percorsi, sentieri, spiagge, ecc.
3°	Convegni e seminari	Formazione, sensibilizzazione	Sito web
4°	Guida, mappa	Studi e analisi	Fornitura attrezzature
5°	Formazione, sensibilizzazione	Percorsi, sentieri, spiagge, ecc.	Servizi di accompagnamento, assistenza
6°	Manuali per operatori	Convegni e seminari	Formazione, sensibilizzazione

I progetti nazionali infatti si sono incentrati soprattutto sulla "disseminazione" e l'"acculturamento" dell'offerta e dei turisti, privilegiando le azioni di studio, di comunicazione e la formazione, anche attraverso la realizzazione di appositi manuali.

Dall'altro lato i "territori" hanno puntato sulle guide e l'infrastrutturazione, e le Regioni hanno fatto da "ponte" da un lato spingendo sul web, dall'altro anche stimolando la progettualità dell'offerta.

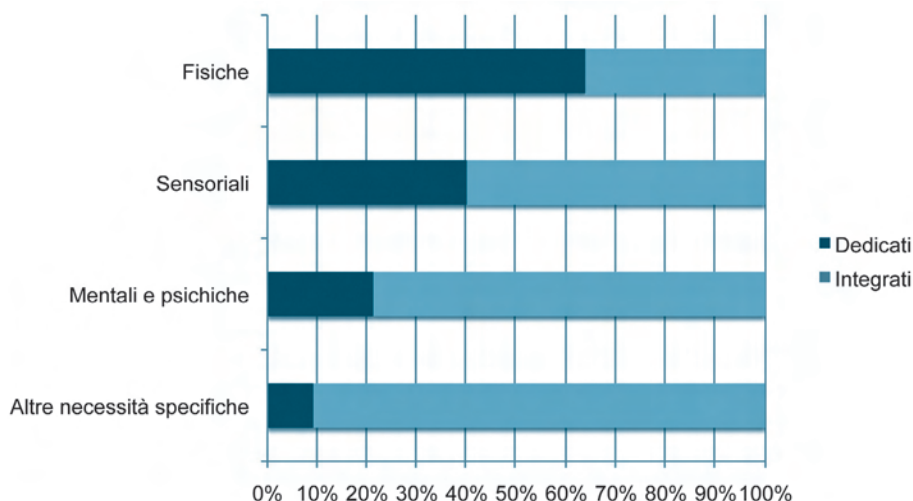
3.4. *Trasversalità, completezza, specificità*

Come già si è avuto modo di sottolineare la maggior parte dei progetti, quando specificato, si rivolge a chi ha difficoltà motorie. E proporzionale al numero dei progetti appare anche la possibilità di rispondere a più esigenze allo stesso tempo, confermando, laddove ce ne fosse bisogno, la complessità del tema da un lato, e le differenti tipologie di risposte (fatta salva l'informazione) che i diversi bisogni richiedono dall'altro (grafico 8).

Oltre il 60% dei progetti rivolti alle disabilità fisiche è riservato in maniera specifica a questo segmento, mentre il restante 40% riguardano anche altre disabilità.

Al contrario la percentuale di progetti dedicati in modo esclusivo a chi ha problemi psichici è meno di un quarto, e quelli rivolti ad altre necessità specifiche sono una sparuta minoranza (meno del 10%).

Grafico 8. Le disabilità a cui si rivolgono i progetti



Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

Ne deriva una lettura ambivalente, in quanto da un lato si può affermare che i progetti vadano incontro alla necessità di poter sod-

disfare più bisogni allo stesso tempo. Dall'altro però sembra quasi si vada in senso opposto a quello che chiede il mercato turistico, che sempre più è indirizzato a soddisfare una massa di "nicchie", che non una generica massa di turisti.

Tabella 3. Gli strumenti per tipologia di disabilità

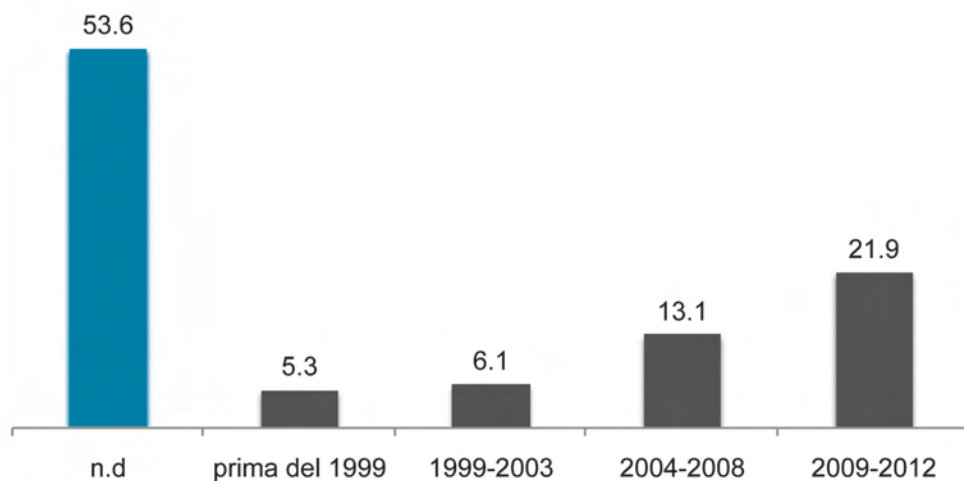
Strumenti	Tipo di disabilità				
	Fisiche	Sensoriali	Mentali e psichiche	Altre necessità specifiche	NS
Card	66,7	33,3	-	-	-
Totem informativi	100,0	-	-	50,0	-
Servizi medici	-	-	-	100,0	-
Fornitura attrezzature	83,3	8,3	-	-	12,5
Servizi di accompagnamento e assistenza	66,7	33,3	4,2	8,3	20,8
App/dispositivi mobili	33,3	55,6	-	11,1	22,2
Percorsi/ sentieri/ spiagge, ecc.	57,5	41,4	2,3	3,4	24,1
Uffici informazioni	42,9	14,3	-	14,3	42,9
Cataloghi commerciali	57,1	14,3	-	14,3	42,9
Soggiorni turistici	50,0	-	-	5,6	50,0
Manuali per operatori	33,3	20,0	13,3	20,0	53,3
Guide, mappe	41,3	12,8	4,6	5,5	54,1
Studi, analisi	24,1	17,2	20,7	13,8	58,6
Convegni, seminari	34,8	4,3	8,7	-	60,9
Siti web	35,5	19,4	4,8	14,5	61,3
Iniziative editoriali	33,3	33,3	33,3	33,3	66,7
Formazione, sensibilizzazione	23,5	26,5	11,8	14,7	67,6
Premi, concorsi	25,0	-	-	-	75,0
Numeri Verdi	-	-	-	-	100,0
Marchi	-	-	-	-	100,0
Trasmissioni tv/radio	-	-	-	-	100,0
Iniziative istituzionali	-	-	-	-	100,0
Totale	41,4	19,4	3,9	6,1	49,4

Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

E' anche vero che dal punto di vista delle azioni proposte dai progetti, laddove è possibile effettuare questo tipo di lettura, emerge un grado maggiore di "specializzazione" e una attenzione più puntuale nei confronti dei turisti con bisogni speciali (tabella 3). Come infatti emerge dalla tabella, più le azioni attengono alla sfera della comunicazione, più sono generiche.

Al di là delle difficoltà oggettive di dare una temporalità alle azioni e agli strumenti, vuoi per come è stato costruito il database dei progetti⁵, vuoi perché talvolta le stesse azioni assumono un carattere "spot", altre volte richiedono un aggiornamento continuo, altre volte ancora non hanno una scadenza nel tempo (un sentiero una volta tracciato deve essere solo mantenuto, una guida non necessariamente ha una data di scadenza), è però interessante analizzare l'andamento dell'attenzione al turismo per tutti nel corso degli anni (grafico 9).

Grafico 9. I progetti per data di inizio (valori percentuali)



Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

5 Come già sottolineato nella metodologia si è fatto ricorso anche a database già precostituiti da soggetti diversi, che non necessariamente riportavano questo tipo di informazione

Come già evidenziato nel capitolo precedente inizialmente i progetti sul turismo accessibile hanno avuto un carattere soprattutto locale, sulla spinta di singoli soggetti (tabella 4).

Tabella 4. I progetti per data di inizio e localizzazione
(valori percentuali)

Anno di inizio	Localizzazione			
	Locale	Regionale	Nazionale	Totale
prima del 1999	78,9	10,5	10,5	100,0
1999-2003	50,0	22,7	27,3	100,0
2004-2008	63,8	27,7	8,5	100,0
2009 - oggi	44,3	19,0	36,7	100,0
Non disponibile	73,6	21,8	4,7	100,0

Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

Il primo decennio del 2000 ha visto specie nei primi anni da un lato l'impulso del Governo centrale, dall'altro un certo protagonismo delle Regioni, probabilmente anche sulla spinta della programmazione europea.

Nel quinquennio 2009-2013 ancora in corso, l'intervento a livello centrale ha avuto un nuovo impulso, che probabilmente genererà ricadute positive in termini di progettualità nei prossimi anni.

Nel corso degli anni i destinatari dei progetti di turismo accessibile sono variati. Inizialmente infatti le attività si concentravano soprattutto verso le disabilità fisiche e sensoriali (tabella 5).

Tra il 1999 e il 2003 la progettualità sembra aver preso un nuovo indirizzo allargando il campo specie alle problematiche relative ai portatori di disturbi psichici o a quelli di specifiche necessità.

Tabella 5. I progetti per data di inizio e tipo di disabilità
(valori percentuali)

Tipo di disabilità	prima del 1999	1999 -2003	2004 -2008	2009 - oggi	N.D.	Totale
Fisiche	63,2	40,9	38,3	32,9	43,5	41,4
Sensoriali	31,6	27,3	10,6	21,5	18,7	19,4
Mentali e psichiche	5,3	13,6	2,1	5,1	2,6	3,9
Altre necessità specifiche	0,0	13,6	4,3	7,6	5,7	6,1
Non specificato ¹	31,6	54,5	57,4	50,6	48,2	49,4

1 Tipo di disabilità non deducibile dalle specifiche del progetto oppure non specificato in quanto rivolto a tutti i tipi di disabilità.

Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

Negli ultimi anni la distribuzione dei dati tende ad omogeneizzarsi, pur mantenendo sempre la massima attenzione alle disabilità motorie, cui sono dedicati circa un terzo dei progetti, seguita da quelle sensoriali.

D'altro canto anche gli strumenti tendono ad affinarsi e a specializzarsi nel tempo, tanto che negli ultimi anni ne sono stati realizzati di assolutamente nuovi, specie nel campo della comunicazione (dalle trasmissioni tv ai premi) (tabella 6).

Allo stesso tempo, in linea con quanto avviene più in generale nella promozione turistica, gli strumenti cartacei come le guide e le mappe vengono sostituiti da quelli più innovativi, dal web alle applicazioni per i dispositivi mobili.

Resta costante nel tempo la produzione di manuali per gli operatori, mentre aumentano gli studi e le analisi, spesso più concentrati sull'offerta che non sulla domanda turistica.

Al contrario, e non è un segnale positivo, sembra diminuire l'attenzione rivolta alle azioni di sensibilizzazione e formazione che, dopo un acuto all'inizio degli anni 2000, perdono peso negli anni successivi.

Più in generale, occorre anche evidenziare la necessità che tutti i progetti possano essere soggetti a manutenzione: non solo le

strutture e le infrastrutture, infatti, ma anche le relative informazioni tendono inevitabilmente all'obsolescenza. Se non è realisticamente possibile indicare una "data di scadenza", quantomeno sarebbe raccomandabile, in prospettiva, riportare una "data di aggiornamento e verifica".

Tabella 6. I progetti per data di inizio e strumenti

(valori percentuali)

Strumenti	prima del 1999	1999 -2003	2004 -2008	2009 - oggi	ND	Totale
Guida/mappa	31,6	40,9	31,9	10,1	36,8	30,3
Percorsi/ sentieri/ spiagge, ecc.	36,8	27,3	14,9	26,6	23,8	24,2
Sito web	5,3	13,6	10,6	16,5	20,7	17,2
Formazione/ sensibilizzazione	-	22,7	17,0	15,2	4,7	9,4
Studi/analisi	-	9,1	10,6	19,0	3,6	8,1
Fornitura attrezzature	5,3	9,1	10,6	10,1	4,1	6,7
Servizi di accompagnamento / assistenza	15,8	4,5	8,5	6,3	5,7	6,7
Convegni/seminari	5,3	4,5	10,6	12,7	3,1	6,4
Soggiorni turistici	5,3	-	2,1	2,5	7,3	5,0
Manuali per operatori	5,3	4,5	4,3	6,3	3,1	4,2
App/dispositivi mobili	-	-	2,1	6,3	1,6	2,5
Ufficio informazioni	-	4,5	-	1,3	2,6	1,9
Catalogo commerciale	-	4,5	-	1,3	2,6	1,9
Premi/concorsi	-	-	2,1	1,3	1,0	1,1
Numero Verde	-	-	-	1,3	1,0	0,8
Card	-	-	-	1,3	1,0	0,8
Marchi	-	-	2,1	2,5	-	0,8
Iniziative editoriali	-	-	-	2,5	0,5	0,8
Totem	-	-	2,1	1,3	-	0,6
Trasmissione tv/radio	-	-	-	2,5	-	0,6
Manifesto/carta/ iniziativa istituzionale	-	-	-	1,3	-	0,3
Servizio medico	-	-	-	-	0,5	0,3

Fonte: elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012

Appendice statistica

1. I progetti per tipologia di disabilità

	N. progetti	%
Fisiche	149	41,4
Sensoriali	70	19,4
Altre necessità specifiche	14	3,9
Mentali e psichiche	22	6,1
Non specificato ¹	178	49,4

1 Tipo di disabilità non deducibile dalle specifiche del progetto oppure non specificato in quanto rivolto a tutti i tipi di disabilità.

Base 360 progetti. Il totale è diverso da 100 perché ogni progetto può riguardare più disabilità

2. I progetti per regione

	N. progetti	%
Piemonte	17	4,7
Valle d'Aosta	8	2,2
Lombardia	36	10,0
Trentino	9	2,5
Alto Adige	1	0,3
Veneto	30	8,3
Friuli Venezia	3	0,8
Liguria	20	5,6
Emilia Romagna	55	15,3
Toscana	47	13,1
Umbria	8	2,2
Marche	8	2,2
Lazio	28	7,8
Abruzzo	7	1,9
Campania	9	2,5
Puglia	12	3,3
Basilicata	2	0,6
Calabria	8	2,2
Sicilia	27	7,5
Sardegna	11	3,1
Italia	50	13,9

Base 360 progetti. Il totale è diverso da 100 perché ogni progetto può riguardare più regioni

3. I progetti per strumento

	N. progetti	%
Guida/mappa	109	30,3
Percorsi/sentieri/spiagge, ecc.	87	24,2
Sito web	62	17,2
Formazione/sensibilizzazione	34	9,4
Studi/analisi	29	8,1
Fornitura attrezzature	24	6,7
Servizi di accompagnamento, assistenza	24	6,7
Convegni, seminari	23	6,4
Soggiorni turistici	18	5,0
Manuali per operatori	15	4,2
App/dispositivi mobili	9	2,5
Ufficio informazioni	7	1,9
Catalogo commerciale	7	1,9
Premi/concorsi	4	1,1
Numero Verde	3	0,8
Card	3	0,8
Marchi	3	0,8
Iniziative editoriali	3	0,8
Totem informativi	2	0,6
Trasmissioni tv/radio	2	0,6
non classificabili	2	0,6
Iniziativa isituzionale (carta, ecc.)	1	0,3
Servizio medico	1	0,3

Base 360 progetti. Il totale è diverso da 100 perché ogni progetto può riguardare più strumenti

Quarto capitolo

gli sviluppi recenti e le attività in corso



4.1. *2012: il "Comitato per la Promozione ed il Sostegno del Turismo Accessibile"*

L'era contemporanea del turismo accessibile in Italia è iniziata da poco, approssimativamente con la designazione del Ministro Piero Gnudi all'incarico di Ministro per il Turismo, il 16 novembre 2011.

Questo evento ha portato in tempi brevi alla ridefinizione dell'intero assetto di gestione del Dipartimento per la Competitività e lo Sviluppo del Turismo, collocato nell'Ambito del Dipartimento per gli Affari Regionali della Presidenza del Consiglio: un assetto potenzialmente ottimale per scongiurare il protrarsi ma anche il rischio di nuova insorgenza del contenzioso tra Stato e Regioni in materia di Turismo. Un contenzioso sempre presente seppure a vari gradi di criticità, che come noto nel 1993 è stato alla base del referendum abrogativo del Ministero (promosso proprio da alcune Regioni), e che poi si è sviluppato attraverso molti passaggi e momenti, fino a quella che avrebbe dovuto essere la norma definitiva, ovvero la riforma del Titolo Quinto della Costituzione (art. 117).

Al contempo, o meglio in rapida successione, viene riconfermata e rinnovata la Struttura di Missione per il rilancio dell'immagine dell'Italia (15 dicembre 2011), che vede nel proprio organico professionalità ed individualità particolarmente sensibili ai temi del turismo accessibile, e che già avevano avuto parte nei percorsi e nelle iniziative della precedente struttura, il cui lavoro era culminato nella definizione del Manifesto del Turismo Accessibile (vedi paragrafo 2.6).

La convergenza di questi processi innovativi e la riconferma dell'attenzione pubblica centrale verso "politiche atte a favorire la fruizione dei servizi turistici per tutte le tipologie di turisti", culminano nel Decreto Ministeriale 18 maggio 2012, che istituisce il Comitato per la Promozione ed il Sostegno del Turismo Accessibile.

E che lo "affida" alla Struttura di Missione, per quanto riguarda le funzioni di coordinamento ed i supporti segretariali.

Il Comitato, come da art. 2 del suo atto istitutivo, "ha il compito di elaborare proposte e individuare iniziative", e "potrà inoltre proporre campagne di comunicazione e di informazione": una finalità analitica, quindi, ma anche propositiva ed operativa, seppur nei limiti delle risorse che gli vengono assegnate, e delle competenze proprie, e delle altre entità con cui si andrà obbligatoriamente a rapportare.

Il campo di attività del Comitato è definito con una precisione ed una ampiezza che sono il frutto del lungo percorso sviluppatosi in Italia negli ultimi decenni, e che tale ricchezza rispecchiano, enfatizzandola: "favorire la promozione, l'accesso e la fruibilità dell'offerta turistica a tutti i visitatori, indipendentemente dalle condizioni fisiche e psichiche". Anche se questo vuol dire obbligatoriamente concentrarsi nella rimozione delle problematiche ostative per le persone con bisogni speciali, viene quindi del tutto allontanato il rischio di concentrarsi nella creazione di un ghetto, più o meno dorato, in cui confinare i problemi ed i soggetti che ne sono portatori.

Ma ancora di più si definisce la visione economica generale e di marketing per l'intero sistema Paese dell'iniziativa, quando si chiarisce che il Comitato opererà "nell'ottica di migliorare la qualità e la completezza dei servizi turistici e di rafforzare (anche per questo) l'immagine del turismo italiano nel Mondo". Siamo quindi ben lontani da una visione assistenzialista, e nel pieno della missione della Struttura per il Rilancio dell'Immagine.

Tali considerazioni si ritrovano nella composizione del Comitato stesso, che vede a fianco dei maggiori esperti della tematica in rappresentanza del mondo dell'associazionismo specifico (ma non solo), anche esponenti designati da ENIT, Regioni e Autonomie locali, dalle Associazioni degli imprenditori del settore e dallo stesso sistema camerale.

Su queste basi, che verranno affinate con successivo Decreto Ministeriale del 19 settembre 2012, il Comitato inizia ad operare, e tiene ben tre riunioni a distanza ravvicinata (28 giugno, 17 luglio e 2 agosto), imprimendo quindi un notevole impulso alla propria attività, anche nella coscienza di dover produrre risultati concreti

quantomeno entro la scadenza naturale della Legislatura, e cioè nella primavera del 2013.

Il citato, secondo, Decreto, al di là del perfezionamento formale del precedente atto, resosi necessario per la successiva ridefinizione del quadro delle competenze, apporta sia modifiche formali che sostanziali.

In primo luogo "incasella" il Comitato stesso nel coordinamento della Struttura di Missione (affidandone la Presidenza al Coordinatore della Struttura stessa, nella persona di Flavia Maria Coccia) e nell'ambito del "neonato" Dipartimento Affari Regionali, Turismo e Sport.

Un ulteriore elemento di stabilizzazione procedurale del Comitato stesso è rappresentato dalla previsione di un regolamento di organizzazione del lavoro da svolgere.

Ma nel merito l'innovazione più rilevante è quella riguardante i compiti del Comitato: a quelli precedentemente identificati, infatti, si aggiungono:

- "l'individuazione dei criteri di accessibilità perché una destinazione turistica si possa definire realmente accessibile", e quindi un approccio territoriale in logica di città e territorio accessibile a 360 gradi, sulla falsariga di molta della progettualità già sviluppata nel nostro paese;
- "l'individuazione di strumenti e progetti che facilitino l'acquisizione di informazioni inerenti l'accessibilità delle strutture ricettive, attrazioni turistiche, pubblici esercizi", e cioè un approccio pragmatico alla informazione come variabile strategica dell'accessibilità e della scelta, sfuggendo alla gabbia rigida delle classificazioni ed al rischio, sempre immanente nonostante tutto il percorso fatto, di attribuire "bollini" di accessibilità.

4.2. *Le attività del Comitato*

Avendo in qualche modo delineato il quadro normativo e procedimentale che ha portato alla definizione delle nuove responsabilità ed alla creazione del Comitato (CPSTA), vale quindi la pena di affrontare e descrivere le attività del Comitato stesso, come risultano dettagliatamente dalla verbalizzazione delle sue riunioni che, come accennato, si sono succedute a distanza ravvicinata, a dimostrazione di un impegno fortemente sentito sia dalla struttura di supporto, che dai componenti lo stesso.

Il Comitato si è insediato il 28 giugno 2012, ed ha preliminarmente delineato i propri obiettivi, e contestualizzato la propria azione nell'ambito della Convenzione ONU per i diritti dei Disabili del 13 dicembre 2006, ratificata dal nostro Paese il 3 marzo 2009.

La prima ed essenziale affermazione del Comitato, stimolata dal Coordinatore, a cui hanno fatto eco i rappresentanti di Regioni ed Autonomie locali, è stata quella di instaurare una prassi di concertazione e condivisione con tutte le realtà coinvolte nella filiera del sistema turismo, sia di tipo istituzionale che operanti nel mondo delle imprese e delle professioni. È stata segnalata in particolare l'opportunità di collaborare con iniziative sia di livello interregionale che di carattere europeo, proprio per garantire al Comitato un atteggiamento inclusivo rispetto alle più diverse esperienze, e potersi quindi più autorevolmente connotare come realtà centrale per l'intera problematica del turismo accessibile a livello nazionale.

Da notare peraltro che alla prima riunione del Comitato non ha preso parte un rappresentante indicato dalle Regioni, come previsto dal Decreto Istitutivo, ma un esponente tecnico del Coordinamento delle Regioni stesse.

Il secondo filone di azione, anch'esso nell'ottica della inclusività, ha volutamente previsto la cooptazione, quando del caso, di rappresentanti dell'Europarlamento e della politica nazionale ed europea, di esperti in materie specifiche, e di esponenti di ordini professionali, tecnici ed Amministratori.

Di taglio più stringente ed operativo le ulteriori deliberazioni assunte:

- la costituzione di quattro gruppi di lavoro corrispondenti alle aree ritenute prioritarie (Informazione e Comunicazione, Trasporti, Accoglienza e Ospitalità, Formazione);
- l'indicazione di un referente del Comitato con funzioni di raccordo tra Amministrazione gruppi di lavoro, identificato in Roberto Vitali;
- la necessità di elaborare in tempi brevi un documento-proposta da trasferire al Ministro e, per esso, all'azione di governo.

* * *

La seconda riunione del Comitato, tenutasi il 17 luglio 2012, ha vissuto di due importanti momenti, l'uno eminentemente politico, e l'altro più propriamente tecnico.

La presenza del Ministro Piero Gnudi ha rappresentato infatti la sanzione del più alto interesse istituzionale per la tematica ed al contempo per il lavoro del Comitato stesso. Il Ministro nel suo intervento ha teso a ribadire in particolare l'approccio universale del lavoro per l'accessibilità turistica, nel momento in cui ci si rivolge a tutti i turisti, con ciò intendendo anche coloro che posseggono delle specificità, con l'obiettivo anche per questo di ampliare la platea del turismo italiano. In secondo luogo il Ministro ha profilato la necessità di trovare soluzioni anche a specifici problemi, per mettere le nostre strutture ricettive ed ospitali in grado di confrontarsi con quelle estere, con ciò accrescendo la competitività del sistema turistico nazionale.

D'altro lato la valenza politica del Comitato è stata sottolineata ed enfatizzata anche dalla presenza dei rappresentanti di ben 6 Regioni (Campania, Emilia-Romagna, Piemonte, Puglia, Toscana, Veneto, a ben vedere storicamente tra le più impegnate in materia, come risulta anche dal Repertorio del cap. 3), oltre che del loro Coordinamento nazionale. L'importanza del confronto tra lo Stato centrale e le Regioni attraverso il Comitato è stata d'altra parte confermata dalla illustrazione del progetto Itinerari Interregionali

di Turismo per Tutti¹, che, iniziato nel 2009, mostra finalità largamente convergenti con quelle del Comitato stesso, in particolare in tema di metodologie, promozione, comunicazione.

Dal punto di vista tecnico, le sollecitazioni del Ministro sono state riprese da diversi esperti in rappresentanza delle principali Associazioni operanti sul versante delle persone con bisogni speciali, che hanno sottolineato in particolare le lacune applicative delle normative pur esistenti, e d'altra parte l'esigenza di rendere tutta l'offerta (di trasporto, ricettività, ecc.) globalmente accessibile, e non solo di specializzarne una quota-parte.

* * *

Alla terza riunione del 2 agosto 2012, che ha continuato a mostrare una forte presenza regionale (5 Amministrazioni), si sono affrontati temi maggiormente operativi soprattutto nella logica del Comitato stesso e dei suoi concreti obiettivi.

In particolare ci si è prefissi di interagire con la riformulazione del Codice del Turismo, a seguito della sua "bocciatura" (avvenuta con Sentenza della Corte Costituzionale del 5 aprile 2012), prevedendo in tale corpus normativo una più precisa definizione delle caratteristiche e delle esigenze del turismo accessibile, un obiettivo da raggiungere di concerto con le Regioni.

Si è inoltre iniziata a valutare l'opportunità di interagire con Tripadvisor eventualmente creando una sezione specializzata delle segnalazioni circa le strutture turistiche, idonea a raccogliere anche indicazioni in merito alla loro accessibilità.

Si è quindi considerata positivamente l'opportunità di coinvolgere Associazioni che si occupano di specifiche categorie di disabilità e bisogni speciali nelle attività dei quattro Gruppi di lavoro già identificati.

Proprio a questo riguardo i Gruppi di lavoro, convocati ed organizzati autonomamente, hanno espresso i propri rappresentanti, i quali hanno relazionato al Comitato circa le attività svolte e le metodologie adottate. In un generale auspicio di coordinamento tra le

1 Di cui si veda al cap. 2, paragrafo 5

attività dei quattro Gruppi (che potrebbe essere agevolato mediante lo scambio di report sintetici circa le attività svolte), le posizioni specifiche hanno segnalato l'opportunità:

- di circoscrivere gli obiettivi (Gruppo accoglienza e ospitalità) a fronte di una tematica potenzialmente anche troppo ampia;
- di estendere alle questioni dell'accessibilità informatica il lavoro relativo ad Informazione e Comunicazione;
- di definire un modello formativo premiante da applicare nelle varie sedi e nei percorsi delle diverse figure implicate, anche mediante una previsione esplicita nella didattica universitaria, da perseguirsi mediante un rapporto con il MIUR;
- di permeare mediante idonei rappresentanti i vari snodi decisionali ed i vari momenti valutativi del sistema dei trasporti.

* * *

Il 20 settembre 2012 si è tenuta la quarta riunione del Comitato, fortemente incentrata sui meccanismi procedurali del Comitato stesso da un lato, e sulle tecnicità che si prevede debbano ispirare i lavori dei Gruppi e del Comitato.

Sul primo tema è stata innanzi tutto proposta una bozza di regolamento interno (come da previsione contenuta nel D.M. 19 settembre 2012), e sono quindi stati esposti i risultati in itinere dei quattro Gruppi di lavoro.

L'importanza del lavoro svolto e la vastità dei temi affrontati hanno fatto ritenere utile da un lato adoperarsi per la predisposizione di un "Libro Bianco" sull'intera tematica, dall'altro concentrare gli argomenti ed i suggerimenti operativi in un documento sintetico che possa contenere proposte concrete e pertanto essere sottoposto all'attenzione del Ministro.

Circa il rapporto Comitato-Regioni si è voluto sottolineare l'auspicio che alla partecipazione delle Regioni stesse ed alla loro generale disponibilità in materia di turismo accessibile possano fare da riscontro anche concreti impegni al rispetto delle normative vigenti.

Al riguardo si sono confrontate due posizioni divergenti: l'una

che vorrebbe prevedere penalizzazioni per gli inottemperanti (enti pubblici ed imprese private), l'altra che invece ritiene preferibile una logica premiale nei confronti delle buone prassi.

Un secondo dibattito ha invece affrontato il tema dei parametri e dei criteri/indicatori da porre alla base del concetto di accessibilità, soprattutto in argomento di Accoglienza e Ospitalità. Constatata la difficoltà di identificare e disporre di parametri ed indicatori omogenei ed oggettivi, anche data la vastità e varietà della platea delle imprese e delle realtà coinvolte, è apparso opportuno concentrarsi sugli obiettivi finali e sul percorso per conseguirli.

Ci si è quindi focalizzati sulla dichiarazione che le imprese ed i vari soggetti sono chiamati a fare in merito alla propria accessibilità da un lato, e sulle informazioni fornite alla domanda (attuale e potenziale) portatrice degli specifici bisogni, soprattutto per quanto riguarda la loro comprensibilità.

* * *

L'ultima riunione del Comitato dell'anno 2012, e di cui quindi il presente lavoro può dare conto², si è tenuta il 14 novembre.

Si è trattato a ben vedere di una sorta di consuntivo dell'intera azione svolta, nell'ambito del quale le diverse azioni e questioni hanno potuto trovare una loro conclusione logica, come peraltro auspicato dalla Presidenza e dal Coordinamento sin dall'inizio del lavoro del Comitato stesso.

A titolo di indice sintetico, le principali questioni affrontate sono state:

- il regolamento di organizzazione del Comitato stesso
- il Codice del turismo
- il libro bianco ed il rapporto con le Regioni
- il documento di programmazione strategica
- il lavoro svolto dai quattro Gruppi ed il conseguente documento sintetico da inoltrare al Ministro, definito "To Do List".

² Si ricorda che il presente Libro Bianco è stato chiuso in redazione il 14 gennaio 2013

A quest'ultimo argomento, per la sua ampiezza e complessità, è dedicato il prossimo paragrafo di questo Libro Bianco, mentre di seguito si dà conto delle determinazioni conclusive assunte dal Comitato circa i rimanenti punti del nutrito ordine del giorno.

Quanto al Regolamento di Organizzazione (di cui al comma 3, art 3 del citato DM 19 settembre 2012), si stabilisce quanto segue

- Il Comitato riconosce diritto di voto e delibera ai soli Componenti nominati ed a quelli designati dalle organizzazioni indicate in Decreto
- Solo tra questi Componenti il Comitato può designare formalmente i propri eventuali rappresentanti
- In via generale e permanente Comitato indica quale referente ("portavoce") Roberto Vitali
- I compiti del Portavoce risiedono nel raccordo tra Comitato e Gruppi di lavoro e con le Amministrazioni e gli Enti
- I quattro Gruppi di lavoro sono rappresentati in seno al Comitato da altrettanti referenti³
- I Gruppi si riuniscono autonomamente previa comunicazione alla Struttura di Missione
- I partecipanti ai Gruppi possono operare autonomamente sull'esterno solo previa autorizzazione del Comitato
- In particolare i partecipanti ai Gruppi non membri del Comitato possono operare sull'esterno in nome del Comitato solo previa delega formale.

Del tutto evidente in questo articolato la finalità di ricondurre ad un percorso unitario e condiviso tutte le attività del Comitato e delle sue declinazioni operative, in particolare nelle relazioni con i vari soggetti che operano nell'"ecosistema" cui il Comitato si riferisce. Per quanto attiene poi al Codice del Turismo, il Comitato ha approvato un testo di principi in tema di turismo accessibile, che ha ottenuto un via libera preventivo da parte delle Regioni e Province Autonome, consultate dal Coordinamento.

3 Anna Breda per Informazione e Comunicazione, Giuseppina Carella per Accoglienza e Ospitalità, Giovanni Ferrero per Formazione, Roberto Romeo per Trasporti.

I due commi previsti, dopo la doverosa contestualizzazione:

- da un lato profilano lo sviluppo “di concerto e di intesa con le Regioni (di) azioni idonee atte a garantire a tutti i cittadini la fruibilità e l’accessibilità del turismo indipendentemente dalle condizioni fisiche e psichiche”
- dall’altro sanciscono l’istituzione del Comitato per il turismo accessibile “il cui scopo è mettere la persona, con i suoi bisogni, al centro del sistema turistico e di incrementare il livello qualitativo dell’offerta ricettiva”.

Il testo in oggetto, contestualmente approvato dal Comitato, sarà oggetto di concertazione con le Regioni in un idoneo tavolo tecnico, di cui è stata richiesta la convocazione.

Anche su questo tema è ripresa la discussione circa l’esigenza di prevedere un regime sanzionatorio verso gli inottemperanti, ovvero di valorizzare le pratiche virtuose; al riguardo è stato precisato che non rientra nei compiti del Comitato stabilire sanzioni, con ciò chiudendo, almeno provvisoriamente, la questione.

In tema di Libro Bianco, di cui sono state illustrate sinteticamente le caratteristiche tecniche, le linee editoriali e le metodologie, si è quindi sviluppato un rilevante dibattito anche in questo caso incentrato sulla questione, a ben vedere inevitabile, del rapporto tra strutture centrali da un lato, e Regioni e Province Autonome dall’altro.

In particolare è stata rilevata l’esigenza che le attività centrali e quelle interregionali si integrino nel definire un patrimonio omogeneo di metodi e di strumenti di rilevazione dei progetti e delle attività, fino alla realizzazione di database comuni, indispensabili per il confronto e la comunicazione delle esperienze.

Da parte del Comitato si sono ricordati gli sforzi per ottenere la massima sensibilizzazione e la partecipazione anche formale delle Regioni allo stesso (mediante designazione di apposito componente), ed è stata ribadita la disponibilità al confronto anche di merito, e l’opportunità di procedere ad un incontro tra Regioni e Gruppi di lavoro per definire una linea unitaria al riguardo.

Per quanto riguarda infine il Documento di Programmazione strategica è stato predisposto ed illustrato a cura del Coordinamento, e

quindi approvato dal Comitato, un articolato di orizzonte semestrale (novembre 2012-maggio 2013), corredato di crono-programma.

Avendo già trattato la linea di intervento "tecnico scientifica" che si concretizza nella realizzazione del presente Libro Bianco, vale la pena di inoltrarci nelle "attività tematiche finalizzate ad incidere sulle aree di competenza", che si dettaglieranno come segue:

- una iniziativa, a Roma, dedicata in particolare al tema dei trasporti e della mobilità
- una iniziativa di coinvolgimento degli attori istituzionali attivi sulla Formazione nel turismo
- l'adesione a Gitando 2013 (Vicenza) in tema di Accoglienza, mobilità e tempo libero
- un iniziativa/campagna di Comunicazione rivolta al grande pubblico da attuarsi nella primavera 2013, mediante produzione e divulgazione di prodotti audiovisivi
- la realizzazione insieme a Fiera Milano di Reatech in BIT 2013, mediante spazi dedicati e una specifica attenzione progettuale e programmatica;
- una edizione ad hoc di "Reatech Italia 2013: mobilità, inclusione, autonomia" a maggio 2013, di cui è prevista la presentazione tra febbraio e maggio anche a Shanghai e San Paolo.

Proprio in relazione alla proiezione internazionale del lavoro del Comitato sono infine stati segnalati alcuni eventi di rilievo:

- la partecipazione ad Exhibitaly (Mosca) mediante la presentazione con un sistema innovativo ed accessibile e con suggestioni "kinect" degli itinerari spettacolari del nostro Paese;
- la presenza a Wide 2012 – workshop ENIT a San Paolo del Brasile, con presentazione del Comitato e delle più recenti attività italiane in materia, anche nella prospettiva dei prossimi grandi eventi sportivi internazionali che coinvolgeranno quel paese;
- la prospettiva dell'Expo 2015, con tutte le sue possibili implicazioni anche e proprio in tema di turismo accessibile.

4.3. *I Gruppi di lavoro specializzati*

Il Comitato fin dalla sua prima riunione aveva con lungimiranza previsto che le varie ed articolate problematiche del turismo accessibile non avrebbero potuto essere affrontate con sufficiente attenzione e dettaglio in sedute plenarie composte ed animate da decine di persone.

L'istituzione dei Gruppi di lavoro ha quindi corrisposto all'esigenza di portare le diverse aree problematiche ad un livello di definizione tale da produrre risultati pratici che potessero servire da base per l'azione politica del Governo.

Come si è detto, i Gruppi sono stati definiti in numero di quattro, ed è stata loro attribuita piena autonomia operativa, pur sotto il coordinamento di un responsabile, e senza facoltà di relazionarsi con l'esterno, salvo i casi previsti dal regolamento di attuazione.

In generale, va osservato che i temi trattati dai quattro gruppi, per quanto ben definiti e distinti tra loro, hanno spessissimo visto intrecci reciproci sia spontanei che desiderati, ed anzi auspicati.

Particolarmente incisivo, al riguardo, il richiamo costante alla strategicità dell'informazione e della comunicazione, che evidentemente rivestono una importanza trasversale che a nessuno può sfuggire.

4.3.1 **Informazione e comunicazione**

Il tema in qualche modo preliminare affrontato da questo Gruppo, a cui come accennato tutti gli altri hanno fatto costante riferimento, è quello dell'accessibilità informativa, e quindi anche e sempre di più informatica: fruibilità dei sistemi mediante l'uso di tecnologie assistive.

La mancanza di queste opportunità deve essere considerata come vincolo discriminante, impedendo di poter scegliere liberamente la propria destinazione turistica, e quindi costringendo gli ospiti a ripiegare sempre nelle stesse mete che danno garanzie sugli effettivi servizi offerti.

Infatti, la libertà non è solo quella di movimento, ma deve essere anche intesa come informazione e comunicazione, soprattutto in una società sempre più dominata dai mass media e dalle nuove tecnologie "smart".

Facendo riferimento in particolare alla L. 13, 17 gennaio 2004 (la c.d. Legge Stanca) si auspica che in primo luogo gli operatori del settore informatico siano messi in grado, mediante le opportune attività formative, di poter realizzare applicazioni fruibili da ogni persona, a prescindere dal suo grado di "abilità".

La legge "Stanca" prevede infatti il diritto per ogni persona ad accedere a tutte le fonti di informazione ed ai relativi servizi, e questo diritto è riconosciuto, tutelato e garantito in particolare per le persone disabili.

E questo non solo in coerenza con l'Art. 3 della Costituzione italiana, ma anche in linea con le precedenti determinazioni assunte sia in sede ONU (Convenzione sui diritti delle persone con disabilità), che di Unione europea (Mandato 376/2005 sulle ICT).

L'auspicio è quindi quello di realizzare toolkit audiovisivi che agevolino al contempo le persone sorde e le persone cieche, e che in generale comunichino con un linguaggio semplificato per venire incontro alle difficoltà di apprendimento. Anche nella realizzazione di siti internet delle destinazioni questi principi didascalici, comunicativi ed informativi dovrebbero sempre essere posti a riferimento.

Dai requisiti dell'informazione si è quindi passati a quelli della Comunicazione, indicando la necessità di aumentare, anche mediante campagne, la consapevolezza degli operatori del settore turistico circa i vantaggi economici di una comunicazione accessibile, attraverso siti internet per tutti, da rivolgere al mercato finale.

Anche a questo fine il Gruppo ha quindi articolato una ampia serie di proposte:

- una campagna di comunicazione che coinvolga le diverse tipologie di operatori
- un accordo con la RAI per riservare spazi alla tematica nei vari contenitori
- una specifica promo-commercializzazione dell'offerta turistica accessibile in sinergia con gli eventi di settore

- un intervento nel merito della comunicazione (differenziata, positiva e mirata) mediante incontri con i protagonisti della filiera
- studi e monitoraggi finalizzati alla mappatura dell'offerta e alla verifica delle dimensioni e del livello qualitativo dei servizi offerti, realizzando un sistema di monitoraggio anche attraverso la raccolta di buone prassi
- orientamento dei tecnici progettisti (architetti, ingegneri, geometri) ai principi dello Universal Design
- partecipazione a progetti iniziative e reti europee per promuovere il territorio italiano e la diffusione di buone pratiche di qualità
- uso delle nuove tecnologie "smart" (in modalità wifi e digitale) per informare i turisti sulle varie opportunità di fruizione accessibile (alberghi, siti, parcheggi, ecc.)
- materiale informativo da diffondere presso gli operatori pubblici e privati che fornisca indicazioni pratiche per la diffusione del turismo per tutti.

4.3.2 Trasporti

Il Gruppo, forte dell'esperienza e della puntuale competenza dei suoi componenti, ha articolato prima un quadro molto dettagliato della normativa internazionale specifica, arrivando ad elencare 15 riferimenti fondamentali tra il livello ONU e quello dell'Unione europea. Quindi, a livello nazionale, le tematiche ed i testi normativi sono stati proposti con ancora maggiore dettaglio, arrivando a 28 ("una massa di norme", secondo la definizione dello stesso Gruppo di lavoro).

Sono state quindi elencate analiticamente da un lato le tipologie di trasporto pubblico (5 macro-categorie per 18 specifiche, oltre al tema della guida, circolazione e sosta e del correlato contrassegno europeo di parcheggio), dall'altro gli orizzonti temporali di riferimento (a breve, medio e lungo termine), con il risultato di costruire una grande matrice logica in cui inserire problematiche e proposte.

Quindi il lavoro, che ha preso le mosse dalle forti criticità che ancora rendono il trasporto poco fruibile o addirittura inaccessibile, si è articolato in una serie di proposte/interventi, rivolte ad Enti locali e Società di gestione che ne sono destinatari ed obbligati, miranti appunto a rendere accessibile il sistema di trasporto pubblico e privato ai cittadini con disabilità.

Ne è scaturito un corposo elenco, in ordine di priorità temporale, qui di seguito sintetizzato, che prevede:

per il trasporto aereo:

- semplificazione e totale accessibilità senza sovra-costi delle procedure di prenotazione/acquisto
- nuove tecnologie per la resa in formato accessibile (in voce) delle informazioni su aeroporti e voli (percorsi tattili)
- verifica della corretta applicazione delle normative comunitarie in materia di disponibilità di informazioni in formato accessibile
- indicazioni geografiche comprensibili su percorsi e collegamenti con il centro città, rese presso gli uffici informazioni e i punti di ristoro
- formazione di personale di assistenza specifico in sinergia con le Associazioni di rappresentanza delle persone con disabilità
- monitoraggio e controllo di qualità dei servizi e della soddisfazione, sempre in sinergia con le Associazioni
- verifica del miglioramento delle procedure in caso di reclami
- gratuità dei biglietti per gli accompagnatori "obbligati"
- revoca licenze alle compagnie aeree in caso di recidiva nel rifiuto all'imbarco e di atti discriminatori
- adozione dei principi del "design for all", ad esempio nella realizzazione dei sedili di bordo;

per il trasporto marittimo:

- informazioni in formato accessibile ed aggiornate in tempo reale

- nuove tecnologie per la resa in formato accessibile (in voce) delle informazioni (percorsi tattili)
- semplificazione e totale accessibilità senza sovra-costi delle procedure di prenotazione/acquisto
- formazione del personale di terra e di bordo
- monitoraggio e controllo di qualità dei servizi e della soddisfazione, in sinergia con le Associazioni delle persone con disabilità
- accessibilità dei mezzi, con ottimizzazione degli spazi e delle dotazioni, di segnaletica ed informazioni, e dei porti (spazi di manovra, servizi, parcheggi, ecc.)
- accessibilità dei porti anche turistici con parcheggi riservati, pontili e corrimano adeguati/atermici

per il trasporto ferroviario, oltre alle informazioni ed alle semplificazioni già citate per gli altri modi di trasporto, e ad alcune migliorie nel software (posti adiacenti):

- innovazione parco mezzi soprattutto nel trasporto regionale, nel quale sono necessari interventi anche nelle stazioni (banchine, rampe)
- condizioni igieniche dei servizi
- formazione del personale di assistenza
- parcheggi riservati nelle stazioni e rampe di accesso

per il trasporto urbano ed extraurbano, in aggiunta a quanto già previsto per gli altri mezzi:

- messaggistica di preavviso arrivo bus
- cinture di sicurezza per i posti riservati
- piazzole o banchine di fermata e attesa accessibili
- taxi e NCC accessibili e prenotabili anche dai disabili sensoriali
- impianti semaforici per non vedenti ed ipovedenti

- inserimento nel mansionario degli autisti dell'incarozzamento e relativa formazione, anche più in generale per l'approccio alle disabilità
- adeguamento mezzi pubblici con pedane, posti riservati, segnalazioni adeguate
- obliteratrici su più livelli, cinture di sicurezza
- cordoli, pavimentazione e paline tattili
- accessibilità stazioni metropolitane
- mezzi granturismo accessibili
- postazioni di scooter elettrici
- navette ecologiche accessibili nelle aree protette
- car sharing con vetture ecologiche e multiadattate

infine, per guida circolazione e sosta dei mezzi privati:

- adozione contrassegno europeo
- ampliamento e gratuità parcheggi dedicati
- accessibilità colonnine S.O.S in autostrada
- procedure unificate regionali per l'accesso a ZTL
- riforma criteri medico-legali per il rilascio del contrassegno invalidi
- semplificazione delle procedure per i rilasci di patenti speciali e equiparazione dei tempi di rinnovo
- ampliamento delle categorie beneficiarie del contrassegno invalidi.

4.3.3 Accoglienza ed Ospitalità

Il Gruppo ha operato in modo molto analitico, producendo una serie di checklist di grande importanza e completezza a riguardo dei più diversi aspetti trattati. Si sono in particolare prese le mosse dall'importanza di comprendere le reali esigenze degli ospiti, e quindi di corrispondervi sia da un punto di vista strutturale, che di competenze degli operatori, per quanto sia sempre auspicabile una accessibilità "autonoma", sia in senso fisico che percettivo ed intellettuale.

Da qui si è originato un interessante intreccio metodologico e di approccio tra i sistemi di qualità "generali", materializzati dal marchio Qualità Italiana promosso e attuato da Unioncamere/ISNART (che pone al centro la soddisfazione del cliente, basata soprattutto sul servizio), e le necessarie specificazioni per affrontare le esigenze dei portatori di bisogni speciali (esemplificate dall'applicativo V4Ainside, in corso di sperimentazione con la prospettiva di incorporarlo nel sistema Qualità Italiana).

Dall'aver posto al centro il Cliente e la sua soddisfazione discende logicamente una prima check-list dal lato della domanda, e la corrispondente elencazione delle opportunità e problematiche che si pongono all'offerta. Per quanto riguarda la domanda, si sottolinea in particolare l'esigenza da parte del turista di :

- avere una corretta conoscenza del luogo di destinazione e delle sue caratteristiche di accessibilità
- verificare la rispondenza tra esigenze espresse e sistema di accoglienza
- acquisire informazioni chiare, affidabili e aggiornate mediante canali e modalità accessibili
- relazionarsi con personale competente
- fruire di spazi, strutture e attrezzature con consapevolezza, autonomia e piena sicurezza
- accedere a tutte le attività possibili.

D'altra parte la "qualità totale" dell'accoglienza spazia evidentemente in tutti gli aspetti reali e potenziali di un sistema ospitale,

dagli sportelli informativi fino ai servizi generali, passando attraverso tutto ciò che può interessare e coinvolgere gli ospiti (come pure d'altra parte in larga misura i residenti, con la sola parziale eccezione della ricettività). Si tratta quindi, per gli operatori, di poter:

- acquisire strumenti di auto-valutazione
- condividere metodi di rilevazione
- uniformare la restituzione delle caratteristiche.

Il Gruppo di lavoro, precisati i principi dell'accoglienza (per tutti e non speciale, positiva e inclusiva, attenta e dialogante, parte della promozione), ha quindi elencato i vari "elementi di qualità", estesi a tutti gli aspetti delle destinazioni turistiche:

1. personale qualificato e specializzato
2. raccordi tra le varie normative (sicurezza, sanità, barriere)
3. strumenti di raccolta informativa omogeneizzati per caratteristiche ed orientamento alle varie disabilità, estesi a tutte le parti delle strutture, e il più possibile condivisi
4. contenuti informativi opportunamente comunicati
5. riconoscibilità e premialità degli elementi qualitativi
6. indicatori di valutazione raccordati con la sostenibilità ambientale (condivisi, rispondenti alle varie esigenze, integrati con i sistemi qualitativi più generali, stilati e verificati da personale qualificato, uniformati, oggettivi e verificabili, sia "hard" che "soft", espressi sia in termini di presenza-assenza che descrittivi, specificati per i diversi livelli normativi in materia)
7. sensibilizzazione presso gli operatori turistici (vedi Gruppo Formazione)
8. con una progressività nell'adeguamento alla fruizione
9. con l'adeguata valorizzazione e sensibilizzazione.

Il Gruppo ha quindi indicato una rosa molto ampia di azioni da realizzare: dalla omogeneizzazione terminologica alla realizzazione di

studi e monitoraggi, dagli accordi inter-istituzionali alla partecipazione a progetti e reti europee, fino al sostegno degli investimenti mirati.

Infine, in un dettagliato allegato con caratteristiche prossime alla manualistica operativa, il Gruppo di lavoro ha approfondito il tema delle esigenze più o meno speciali e della loro pur necessaria semplificazione, anche sulla scorta delle indicazioni dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (Classificazione Internazionale del Funzionamento, della Disabilità e della Salute), ed ha quindi dettagliato i Primi Elementi di Conoscenza che devono servire quali indicatori basilari necessari ad un primo approccio alla problematica, articolati per:

- informazioni generali per la struttura
- servizio igienico
- percorso interno/esterno
- ambiente generico
- parcheggio
- sistemi di collegamento verticali (con le debite articolazioni)
- ed una serie di F.A.Q. generali

4.3.4. Formazione

Secondo il Gruppo di lavoro apposito la Formazione deve essere considerata come lo strumento che mette in grado gli operatori turistici di rispondere alle esigenze ed alle aspettative di tutti coloro che si rivolgono al sistema ospitale, in una logica di completa soddisfazione del cliente.

Ma la formazione deve riguardare tutta la filiera delle figure professionali turistiche e tecniche, risalendo anche a monte, e quindi aggiornando i programmi dei vari livelli formativi, più o meno specializzati.

A questo fine si identificano sia gli orizzonti temporali (breve, medio e lungo termine), sia le aree formative, che ancora le tema-

tiche e le metodologie, e si prevede di svolgere una ricerca/valutazione circa i prodotti formativi esistenti, e, più in generale, una azione di comunicazione positiva intorno alla formazione stessa.

Le elencazioni che ne conseguono riguardano quindi tutti i possibili percorsi interessati:

a. dell'area scolastico-universitaria

- istituti professionali (indirizzo servizi per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera, commerciali, per l'agricoltura e lo sviluppo rurale)
- istituti tecnici settore economico (indirizzo turistico) e tecnologico (grafica e comunicazione, sistema moda, agraria, costruzioni)
- licei
- università in varie aree, a partire ovviamente dal turismo a dai campi connessi
- percorsi IFTS orientati al settore dell'ospitalità
- percorsi di formazione formatori

b. dell'area degli operatori professionali,

- avendo elencato i vari comparti interessati (ricettività, ristorazione, trasporti, intermediazione, informazione, cultura, guide e accompagnatori),
- si propone di definire a seconda della tempistica i raccordi istituzionali ed i necessari accordi.

Nel primo caso, quindi, si auspica l'immediata condivisione di intenti con il Ministero dell'Istruzione per favorire la proposta di argomenti didattici sul turismo accessibile e l'Universal Design, e l'inserimento di professionisti esperti nel tema nei vari organi di rappresentanza preposti a formulare pareri e proposte al Ministero; nel medio periodo, si propone la definizione di un profilo specifico di formatore in tema di turismo per tutti, per poi utilizzarne le competenze nei vari percorsi elencati.

Nel caso degli operatori professionali, si prevede una intesa con

le parti sociali per definire le figure professionali coinvolte, un sistema premiante per chi si forma al turismo accessibile, misure a sostegno dei percorsi formativi specifici, anche con supporto della Bilateralità e del Ministero del lavoro; nel medio periodo, un accordo quadro Stato-Regioni per formare tutto il personale pubblico del settore, un "portfolio delle competenze" definito insieme alla Bilateralità, moduli formativi ad hoc per gli apprendisti.

Quanto alle tematiche, viene proposta una serie-base di argomenti particolarmente articolata:

Disabilità e turismo: fondamenti e principi

Evoluzione del concetto di disabilità e fondamenti del turismo per tutti

- Cenni di normativa disabilità (lavoro, scuola, sanità), evoluzione dei concetti di disabile
- Non c'è disabilità senza sguardo sulla disabilità
- Convenzione ONU, 2003 anno europeo persone con disabilità, Carta di Norcia, Manifesto turismo accessibile
- Concetti di turismo sociale/turismo accessibile e turismo per tutti
- Accessibilità turistica e Catena dell'Accessibilità

La qualità dell'accessibilità: marchi e reti del turismo accessibile

- Affidabilità dell'informazione, non bollini ma descrizioni tecniche, principio di autodeterminazione
- Reti e circuiti di promozione: esperienze e case histories

Disabilità, esigenze e relazione

Conoscere le disabilità per individuare le esigenze

- Fondamenti e peculiarità delle diverse disabilità (motoria, sensoriale, intellettiva)
- Gli ausili: funzione e utilizzo

Principi di accoglienza e relazione con il cliente con disabilità

- Luoghi comuni, aspetti relazionali, buone prassi
- Consigli e suggerimenti per un approccio corretto e non discriminante

Accessibilità strutturale: dal rispetto normativo alla fruizione per tutti

Norma e non solo norma

- Evoluzione della normativa italiana in materia di barriere architettoniche e accesso agli spazi pubblici

Principi base di progettazione per tutti in contesto turistico

- Fondamenti di Design for All
- L'accessibilità del territorio e dei suoi servizi (catena accessibilità)
- La fruibilità dei servizi (accesso alla cultura, agli eventi, attenzione alle disabilità sensoriali)

Il prodotto turistico per tutti: la nuova frontiera

Rilevare e comunicare l'accessibilità

- L'affidabilità dell'informazione, dove e come comunicare l'accessibilità
- La rilevazione dell'accessibilità: strumenti e principi

Fondamenti e principi per creare un "prodotto fruibile da tutti"

- Concetti di non discriminazione e qualità del prodotto (non dedicato, importanza della pianificazione/considerazione della fruibilità in fase progettuale, affidabilità dell'informazione, qualità turistica e dell'accessibilità)

Elementi complementari alla proposta (ospedali, ortopedie, prenotazioni aeree, sconti, ecc) e cenni di problem solving, tempi più lenti e personalizzazione del prodotto)

Per le metodologie si suggeriscono in particolare gli strumenti della Formazione a Distanza, mentre per ottimizzare le risorse si propone di creare un repertorio delle soluzioni già esistenti.

Si conclude infine caldeggiando una campagna di sensibilizzazione dell'intero settore (ma con estensione anche ai residenti), che contenga elementi premiali per le migliori prassi, e che sia in grado di permeare tutti i media.

4.4. *Le raccomandazioni per il futuro prossimo: la "To Do List"*

I documenti dei quattro Gruppi di lavoro sono quindi confluiti in una sintesi dal taglio più prettamente operativo, finalizzata ad ispirare l'azione politica e di governo intorno al tema del turismo accessibile.

Tale documento è stato "battezzato" con il nome di "To Do List", proprio per evidenziarne l'aspetto pragmatico e la immediata utilizzabilità.

Il documento esordisce con una premessa di merito, relativa al diritto per tutti i turisti all'inclusione, alla partecipazione, al comfort, al divertimento, alla sicurezza ed all'informazione: in una parola è il Sistema turistico Paese che si deve fare carico della garanzia di questi diritti in modo trasversale a tutti i turismi, senza pensare al turismo accessibile come una nicchia.

In termini propositivi la To Do List inizia riprendendo il già tanto controverso tema del Codice del Turismo:

- auspicando che sia lo Stato a garantire, attraverso la concertazione e la collaborazione delle Regioni, che tutte le persone con disabilità possano fruire dell'offerta turistica senza costi aggiuntivi ed in condizioni di parità;
- che venga considerato atto discriminatorio impedire per questo alle persone con disabilità di fruire completamente ed autonomamente dell'offerta turistica;
- che lo Stato si faccia promotore della collaborazione tra i vari soggetti coinvolti;
- che nell'offerta turistica vengano ricomprese anche tutte le strutture, le attività e le iniziative "collaterali".

In tema di comunicazione, quindi, si propone di realizzare un campagna (off e on line) mirata a sensibilizzare la cittadinanza.

Per gli operatori del settore si prevede una adeguata, speculare,

azione di sensibilizzazione mirata all'adozione di "criteri di qualità ospitale".

Si propone quindi di sostenere mediante agevolazioni non necessariamente monetarie le strutture turistiche che effettuino investimenti in accessibilità.

Quanto alla formazione, si identificano come prioritari stimoli rivolti alle Istituzioni nazionali per l'inserimento di argomenti specifici fin dalle Medie superiori, e alle Amministrazioni regionali per il coinvolgimento di tutto il personale del turismo; alla stessa stregua si devono coinvolgere le Associazioni datoriali di categoria e gli operatori del trasporto.

Restando in tale ambito, si segnala la necessità di prevedere in tutte le forme di prenotazione ed acquisto di titoli di viaggio e di servizi di assistenza il requisito della semplicità di utilizzo a parità di procedura e di costo.

Si prevede inoltre la realizzazione di una banca dati pubblica e disponibile in materia di prodotti formativi, best practices e strumenti di rilevazione dell'accessibilità.

Infine si auspica la realizzazione di accordi con diversi Ministeri coinvolti, si richiede ai Comuni di adottare immediatamente il Contrassegno Unificato Disabili Europeo, e si invitano le Regioni ad adottare linee comuni e a prendere in carico le indicazioni del Comitato per la Promozione e lo Sviluppo del Turismo Accessibile.

to do list

Premessa

Tutti i turisti anche con disabilità e con esigenze specifiche hanno diritto: all'inclusione, alla partecipazione, al comfort, al divertimento, alla sicurezza ed alla informazione.

Questi diritti devono essere garantiti attraverso la realizzazione di un sistema turistico Paese in grado di accogliere e ospitare tutti.

Per poter fare questo è necessario agire su più fronti sviluppando una serie di azioni che ne favoriscano la realizzazione.

Non esiste la nicchia del Turismo Accessibile, ma esso è completamente trasversale a tutti i Turismi. Per poter conquistare questo mercato dobbiamo mettere a sistema una Vision fatta di conoscenze e competenze che oggi sono patrimonio di pochi per farla diventare invece patrimonio condiviso. Prima di tutto dagli operatori turistici e dagli imprenditori italiani i quali potranno con ciò accedere a nuove quote di mercato che EuroStat valuta nel 10% del PIL turistico di ogni stato UE (Unione Europea).

Non possiamo inoltre sorvolare sul fatto che una operazione di questa portata e con questi obiettivi mette in campo risorse e strategie che sono anche strumento utile per ottenere una vera inclusione proattiva delle persone con disabilità, dando di fatto applicazione ai principi sanciti in Carte fondamentali quali la Costituzione Italiana, la Dichiarazione di Madrid e la Convenzione ONU sui diritti delle persone con disabilità.

Le proposte

Le proposte, di seguito elencate divise per argomenti, sviluppate dai quattro gruppi di lavoro, sono realizzabili in coerenza con i tempi indicati dal Ministro.

I principi da adottare nel Codice del Turismo

Inserire nel Codice del Turismo (in sostituzione dell'ex art. 3 del codice del turismo), i seguenti principi in tema di turismo accessibile:

1. In attuazione degli artt. 7 e 30 della Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti dei bambini e delle persone con disabilità, fatta a New York il 13 dicembre 2006, ratificata e resa esecutiva con la legge 3 marzo 2009, n. 18, lo Stato attraverso la concertazione e la fattiva collaborazione con le Regioni, assicura l'adozione di modalità di intervento condivise, definite anche con il contributo del Comitato per la Promozione e il Sostegno del Turismo Accessibile (in seguito detto CPSTA), che tutte le persone, anche i bambini, con disabilità motorie, sensoriali e intellettive - possano fruire dell'offerta turistica in modo completo, in autonomia e in sicurezza, ricevendo, senza dover per questo sostenere costi aggiuntivi, servizi sempre adeguati in condizioni di parità con gli altri fruitori.
2. E' considerato atto discriminatorio impedire alle persone con disabilità di fruire, in modo completo ed in autonomia, dell'offerta turistica, esclusivamente per motivi comunque connessi o riferibili alla loro disabilità.
3. Lo Stato promuove la fattiva collaborazione tra le autonomie locali, gli enti pubblici, gli operatori turistici, le associazioni di rappresentanza delle persone con disabilità e le organizzazioni del Terzo Settore. Lo Stato, altresì, promuove, al fine di uniformare lo standard qualitativo dei servizi, lo scambio tra le Regioni di linee di indirizzo comuni.
4. Sono considerate offerta turistica anche le attività indirizzate ai residenti e non residenti, finalizzate all'uso del tempo libero, al benessere della persona, all'arricchimento culturale, all'informazione, la promozione e la comunicazione turistica, fra le quali i parchi a tema e le imprese di gestione di strutture convegnistiche e congressuali, nonché di organizzazione di iniziative e manifestazioni di medesimo oggetto, ove non espressamente già disciplinate in altri atti.

La comunicazione

Sostenere la realizzazione di una campagna di comunicazione⁴ mirata alla sensibilizzazione della cittadinanza⁵ per diffondere il concetto di "ospitalità turistica per tutti", promuovendo gli aspetti legati ai temi della accoglienza, della mobilità, della formazione e della informazione.

Insieme ai media tradizionali è da incentivare, in relazione al tipo di comunicazione ed al target di destinatari, l'utilizzo dei social network (ad esempio Twitter, Facebook, ecc...), al fine di diffondere anche tra le nuove generazioni una giusta consapevolezza e conoscenza dell'argomento.

La sensibilizzazione

Sviluppare azioni di sensibilizzazione⁶ sugli aspetti del Turismo Accessibile rivolte a coloro che operano in ambito turistico, attuando una fattiva collaborazione tra le organizzazioni datoriali e di categoria del settore e le associazioni nazionali di rappresentanza delle persone con disabilità e del Terzo Settore.

La prima azione è rivolta a sostenere gli operatori nell'adozione di "criteri di qualità ospitale" in accordo con le indicazioni condivise dalle Regioni.

Il sostegno

La definizione di strumenti di incentivazione/sostegno in favore delle strutture turistiche che effettuano investimenti volti a migliorare la propria accessibilità. I suddetti incentivi non dovrebbero necessariamente assumere la forma dell'erogazione di contributi in conto capitale o in conto interessi, ma potrebbero consistere nel riconoscimento di un credito di imposta (sull'esempio di quanto previsto dal decreto sviluppo 2012 in relazione al risparmio energetico ed alle ristrutturazioni edilizie) e in ulteriori agevolazioni non

4 Utilizzando metodi e strumenti accessibili per tutti

5 Proporre un focus sul turismo accessibile in occasione del 3 dicembre Giornata Internazionale delle Persone con Disabilità. Concordare con la RAI e la Federazione Radio Televisioni che nelle trasmissioni in cui si parla di turismo, in qualsiasi forma, si ricavi uno spazio dedicato al turismo accessibile.

6 Sulla base di studi ricerche e monitoraggi, ove necessario.

monetarie quali ad esempio premi di volumetria, semplificazioni urbanistiche, etc.

La formazione

Incentivare la realizzazione di formazione qualificata in sinergia con le associazioni nazionali di rappresentanza delle persone con disabilità e del Terzo settore, attraverso accordi con diversi interlocutori, tra i quali:

- il Ministero della Pubblica Istruzione, dell'Università e della Ricerca affinché vengano inseriti nei curricula scolastici, fin dalle medie superiori, gli argomenti didattici riguardanti il Turismo Accessibile e l'Universal Design⁷;
- le Associazioni datoriali e di categoria del comparto turistico;
- gli operatori del trasporto⁸, per realizzare la formazione, del personale addetto all'assistenza del turista con disabilità;
- le Regioni per creare una linea di formazione, in ambito di Turismo Accessibile, rivolta a tutto il personale del pubblico impiego che lavora nel settore del turismo.

L'accesso ai dati

Incentivare la realizzazione di un archivio/banca dati pubblico open data contenente:

- i prodotti di libero accesso sulla formazione in ambito europeo;
- i prodotti formativi individuati dalla ricerca e validati dallo stesso CPSTA;
- le Best Practice di turismo accessibile esistenti in Europa;
- le metodologie utilizzate per raccogliere informazioni sulle caratteristiche di accessibilità sia delle strutture turistiche che di altri spazi, servizi, attività⁹ relativi al sistema turistico, adottati dalle regioni.

7 Inserendo esperti in questi settori nei vari organismi tecnici, elettivi e di rappresentanza come il Consiglio Universitario Nazionale – CUN.

8 Trasporto ferroviario, aereo, navale, su gomma (urbano ed extraurbano), pubblico e privato.

9 Da intendere anche come itinerari e percorsi turistici, ecc

Il coordinamento con gli altri Ministeri

Realizzare accordi con altri Ministeri per l'adozione di linee di sviluppo comuni per la promozione e la diffusione del Turismo Accessibile.

I ministeri individuati, per competenze ed ambiti di interesse diversi, sono:

- Ministero per i Beni e le Attività Culturali
- Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare
- Ministero dell'Istruzione e dell'Università e della Ricerca
- Ministero dello Sviluppo Economico
- Ministero del Lavoro
- Ministero delle Infrastrutture e Trasporti.

Fornitura e accesso ai servizi viaggiatori

Inserire nei bandi di gara per la fornitura di servizi e/o di attrezzature per l'acquisto/prenotazione, sia dei titoli di viaggio che dei servizi di assistenza per persone con disabilità, il requisito sia di semplice ed intuitivo utilizzo che di totale accessibilità, relativamente alle modalità di accesso alle procedure di prenotazione ed acquisto.

Senza che l'accesso a queste ultime preveda un aggravio di costi e con la totale uniformità alle procedure adottate per la clientela non disabile.

I Comuni

Richiedere a tutti i Comuni italiani, attraverso il coinvolgimento anche dell'Associazione Nazionale Comuni Italiani, l'immediata attuazione del DPR 151/2012- Contrassegno Unificato Disabili Europeo-, in merito a:

- tempi di rilascio del Contrassegno Europeo;
- adeguamento della segnaletica verticale ed orizzontale;
- adeguamento concessioni per la gestione dei parcheggi a pagamento inserendo esplicitamente la gratuità degli stessi per i veicoli al servizio di persone disabili;
- aumento degli stalli dedicati in misura non inferiore al 5%.

La Conferenza Stato Regioni

Realizzare, in ottemperanza alla specifica competenza delle singole Regioni in materia di turismo, nella Conferenza Stato Regioni, accordi per adottare linee di indirizzo comuni¹⁰ per garantire la tutela e il diritto al Turismo Accessibile a tutti i cittadini.

In quella sede potranno essere condivise e prese in carico concordemente dalle Regioni, sotto la vigilanza del Ministero, le indicazioni realizzate dal CPSTA e raccolte nel Libro Bianco Turismo Accessibile, in corso di realizzazione.

¹⁰ Si propone diffondere il **Libro Bianco** del turismo accessibile, realizzato in accordo con Le Regioni, i Comuni, le Provincie e le maggiori associazioni di categoria, presso le strutture della Unione Europea, ad es DG Impresa e Industria

Bibliografia

Analisi della domanda dei servizi per il tempo libero in una città "ospitale per tutti", Interreg CARE, 2004

Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland – Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), 2008

Disability prevalence estimates 2010/11, Department for Work and Pensions Great Britain, 2012

Europeans aged 65+ spent a third more on tourism in 2011 compared with 2006, Eurostat, 2012

Inclusione sociale delle persone con limitazioni dell'autonomia personale, Istat, 2012

Indagine sul turismo legato alle persone con esigenze particolari in Piemonte, Isnart - Consulta per le persone in difficoltà (CDP Onlus), 2011

Linee Guida per il Turismo Accessibile in Toscana, Rapporto 2, SL&A srl per la Borsa Europea del Turismo Associato in Italia, 2009

Osservatorio Nazionale del Turismo - Dati Unioncamere, anni vari

Profiting from Opportunities: A new market for Tourism, Rapporto Touche Ross, Londra 1993

Primo Vademecum per il Turista con Bisogni Speciali, Dipartimento del Turismo, Roma 1999

Qualità nell'accoglienza turistica di clienti con bisogni speciali, Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento del Turismo/ Dipartimento degli Affari Sociali, maggio 1998

STARe Studio sull'offerta di servizi per il Turismo Accessibile, SL&A, Roma marzo 2000

STARe Studio sulla domanda di Turismo Accessibile, Iter srl, Napoli 1999

Tourisme et Handicap: «État des Lieux et Perspectives» Rhone Alpes Tourisme et MITRA – Mission d'Ingénierie Touristique en Rhône-Alpes, 2011

Turismo Accessibile e Clienti con Bisogni Speciali - Strumenti di Comunicazione per il Mercato, Interreg C.A.R.E., 2005

Turismo accessibile in Italia, la domanda e l'offerta, Rapporto 0, SL&A srl per la Borsa Europea del Turismo Associato in Italia, 2008

Viaggiare Si Può - Turismo e persone disabili, collana Altriviaggi, Annagrazia Laura e Agostino Petrangeli, 2003

World Report on Disability, Organizzazione Mondiale della Sanità, 2011

Altre Fonti Pubblicazioni

Codice Mondiale di Etica del Turismo, Organizzazione Mondiale del Turismo, 1999

Commissione per la promozione e il sostegno del turismo accessibile, Ministro del Turismo, 2009

Convenzione sui diritti delle persone con disabilità, Assemblea delle Nazioni Unite, dicembre 2006.

Dichiarazione di Norcia, Convegno internazionale "Il Parco è di tutti. Il mondo anche", Federparchi - FISH, 2003

Il Manifesto per la promozione del turismo accessibile, Ministro del Turismo, ottobre 2009

La Classificazione Internazionale del Funzionamento, della Disabilità e della Salute, (ICF), Organizzazione Mondiale della Sanità, 2001

La Carta dei diritti del Turista, Dipartimento per lo Sviluppo e la competitività del turismo, 2011

La Carta della città Ospitale, Progetto Europeo Interreg CARE, 2006

La Carta di Perugia, Consulta Turismo dell'ANCI e con la partecipazione della Direzione Generale Turismo del Ministero delle Attività Produttive, 2003

La Carta di Rimini, Prima Conferenza Internazionale per il Turismo Sostenibile, giugno 2001

La Dichiarazione di Madrid, Congresso Europeo sulla disabilità, marzo 2002

Sitografia

AIAS Milano - www.aiasmilano.it

Associazione SiPuò - www.laboratoriosipuo.net

CARE Città Accessibili delle Regioni Europee - www.interreg-care.org

CDP Consulta per le persone con disabilità - www.cdpconsulta.it

CO.IN Consorzio Cooperative Integrate Onlus - www.coinsociale.it

ENATEuropeanNetworkforAccessibleTourism - www.accessibletourism.org

ENEA Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile - www.enea.it

Eurostat - epp.eurostat.ec.europa.eu

Federparchi - www.federparchi.it

FISH Fererazione Italiana Superamento Handicap - www.fishonlus.it

IITT Itinerari Interregionali di Turismo per Tutti - www.opentourism.it

Istat - www.istat.it

Italia per tutti - www.italiapertutti.it

IsITT Istituto Italiano per Il Turismo per Tutti - www.isitt.it

Organizzazione Mondiale della Sanità - www.who.int

Progetto Calipso -

www.ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/calypso/index_en.htm#h2-2

Studio ADR - www.lerisfantini.it

Superabile INAIL - www.superabile.it

Turismabile - www.turismabile.it

V4A Village for all - www.villageforall.net

Il documento è curato da SL&A

Responsabile Michela Valentini

Coordinatore scientifico

Stefano Landi

Il lavoro è stato condotto da:

Diego Albanese, Francesca D'Ippoliti,
Roberto Mazzà, Daniela Pennini, Ilaria Zannettino

**Gruppo di Lavoro della Struttura di Missione
per il Rilancio dell'Immagine dell'Italia:**

Flavia Maria Coccia

Valentino Guidi

Silvana Ardovino

Priscilla La Gioia

Giovanna Scaglione

**Hanno collaborato alla stesura delle conclusioni
i rappresentanti del Comitato e dei Gruppi di lavoro.**

Si ringraziano in modo particolare:

Anna Breda

Giuseppina Carella

Giovanni Ferrero

Roberto Romeo

Roberto Vitali

