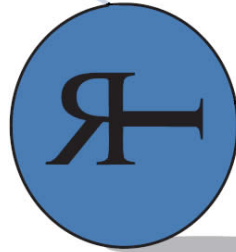
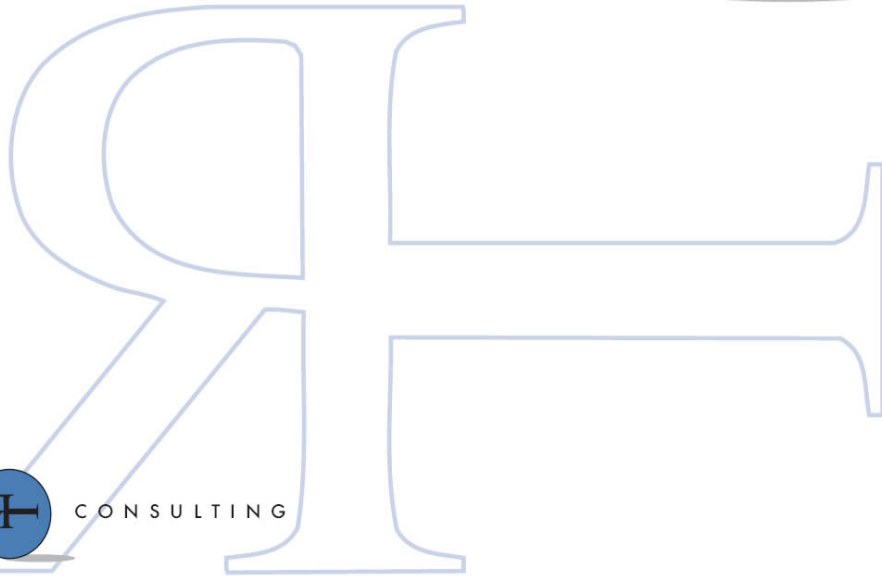


le pagine di

RISPOSTE



TURISMO



**Turismo accessibile:
un'indagine per riflettere sul mercato**

di Roberto Vitali

Turismo accessibile: un'indagine per riflettere sul mercato

di Roberto Vitali[§]

Sempre più spesso sentiamo, tra proclami e progetti speciali messi in atto, l'espressione Turismo Accessibile. Ma di che si tratta? Quanto è grande e che caratteristiche ha questo mercato? Quali esigenze comporta l'approcciarsi a questo segmento sia in veste di destinazione che come singolo imprenditore del comparto turistico?

Se i numeri a disposizione sono pochi e le indagini si contano sulla dita di una mano, il numero di iniziative lanciate in quest'ultimo biennio nel nostro Paese sul Turismo Accessibile è in aumento.

L'articolo presenta alcuni dei risultati di una indagine realizzata, tramite questionario, durante Mondo Natura 2009.

Scegliendo quell'occasione si è indagato un campione di potenziali turisti: i turisti "en plenair". Gli intervistati hanno fornito interessanti indicazioni sul Turismo Accessibile.

L'articolo contiene dunque alcuni primi spunti utili tanto agli imprenditori del comparto turistico quanto agli amministratori pubblici, per aprire una nuova utile e concreta riflessione sul Turismo Accessibile, sulle sue potenzialità e sulle relative peculiarità.

[§] Presidente di Village for all (si rimanda al box a fine articolo dedicato all'organizzazione no-profit)

Accessible Tourism: a survey to reflect on this market

Roberto Vitali[§]

In these last few years we could hear, between claims and implementation of special projects, the meaning “Accessible Tourism”. But what is it? How wide could this market be? Which needs does the approach of this segment implies both as a destination and as an individual tourism entrepreneur?

If the figures available are few and past studies could be counted on the fingers of one hand, the number of initiatives launched in the last two years in our country on Accessible Tourism is increasing.

This article presents some results of a survey conducted, via questionnaire, during the 2009 edition of the trade fair “Mondo Natura”.

By choosing this venue a sample of special tourists had been investigated: the tourists "en plenair". The sample provided interesting information on Accessible Tourism.

This article suggest some first useful ideas both to entrepreneurs of the tourism sector and to local administrators. This in order to open new reflections over the phenomenon of Accessible Tourism, its potentiality and its peculiarity.

[§] President of Village for all (box at the end of the article about the non-profit organization)

Turismo Accessibile: un'indagine per riflettere sul mercato

di Roberto Vitali

1. Introduzione

Per chi si occupa di turismo, in maniera imprenditoriale, è indispensabile avere informazioni aggiornate sugli andamenti del mercato, sugli stili di consumo degli utenti, sulle preferenze e i trend verso i quali orientare le azioni di marketing e commercializzazione della propria azienda.

La prima indagine sul turismo accessibile in Europa è la “*Touche Ross*” e risale al 1993.

In Italia un'indagine analoga, condotta da ITER – ENEA, risale al 1999, mentre sono stati approfonditi con l'indagine CARE 2006 alcuni aspetti sugli stili di consumo e sulle preferenze di questo mercato.

Alla luce di questi brevi rimandi è possibile comprendere come il turismo accessibile sia, ancora oggi, un settore emergente poco indagato. A partire da questa constatazione è nata l'esigenza di poter disporre di informazioni e dati recenti e affidabili su questo mercato. Primi, ma non unici, destinatari di queste rilevanze sono gli imprenditori a cui viene proposto di affiliarsi

al network Village for all (vedi tabella a chiusura di articolo).

2. L'indagine sul Turismo Accessibile

In occasione di Mondo Natura 2009, la rivista Plein Air ha allestito presso il proprio stand lo Sportello Turismo Accessibile, gestito da Village for all. All'interno di quest'area è stato somministrato ai visitatori un questionario su Disabilità e Turismo all' Aria Aperta.

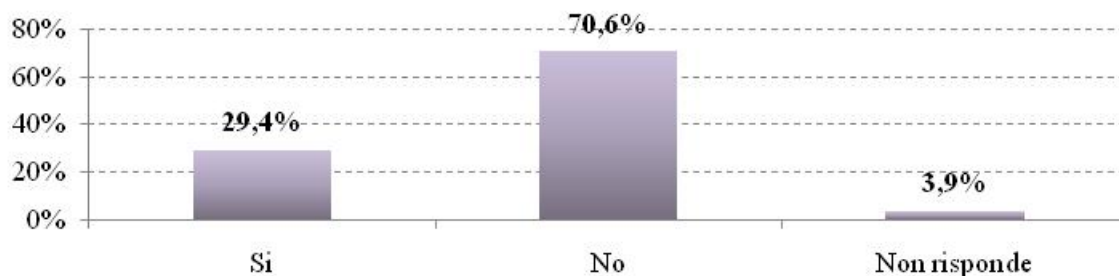
Il principale scopo dell'indagine è stato quello di aggiornare le nostre informazioni sui turisti *en pleinair* e sulla percezione che questi hanno del Turismo Accessibile. Plein Air da anni ha una rubrica in cui si scrive di Accessibilità e Turismo per le persone con disabilità, nata sulla scia del concorso Camperabile, sempre promosso da Plein Air nel 2003 – anno europeo delle persone con disabilità – e che aveva per oggetto la progettazione di camper accessibili anche a persone con disabilità. Il questionario è stato compilato da un campione indistinto di

visitatori del Salone che volontariamente hanno risposto a una quindicina di domande. Questo il quadro d'insieme delle informazioni che è stato possibile ricavare dai 559 questionari compilati: l'età media è di 46 anni, equamente divisa per sesso, la provenienza si concentra, per il 20%, sull'

Emilia Romagna, seguita da Lombardia e Veneto. Entrando nel merito delle risposte fornite, quasi nove intervistati su dieci (86%) hanno ritenuto interessante aver trovato lo Sportello sul Turismo Accessibile. L'1% ha dato risposta negativa mentre il 13% non ha fornito una risposta.

Figura 1 - *Lo sportello turismo accessibile ospite dello stand di PleinAir*



Grafico 2 – *Il rispondente, o qualcuno con cui fa abitualmente vacanza, ha esigenze speciali?*

E' interessante osservare come quasi il 30% degli intervistati abbia segnalato come egli stesso, o qualcuno con cui abitualmente va in vacanza, ha esigenze speciali. E' in un dato così rilevante che si trova la conferma dell'effetto moltiplicatore del mercato creato dalle persone con disabilità, rilevato anche nelle precedenti indagini¹, il cui coefficiente è del 2,9. (per ogni persona con disabilità che viaggia, circa altre 3 lo accompagnano). Volendo approfondire cosa i rispondenti

intendessero per esigenze speciali, bisogni e disabilità, vengono così individuati:

- 52 % difficoltà a camminare per lunghi tratti;
- 22,7% famiglia con bambini in età inferiore ai tre anni;
- 10,7% intolleranze alimentari;
- 8,8% difficoltà alla vista;
- 5,6% difficoltà all'udito;
- 4,4% difficoltà alla parola;
- 26,6% alla voce altro nel quale sono stati specificati: tetraplegia, figli con disabilità, morbo di parkinson, insufficienza renale cronica, disabilità al 100%, disagi psichici, figli adolescenti, cani al seguito.

Se oltre l'80% delle persone che rispondono sono proprietarie di un camper, e va ricordato

¹ Touche Ross and Co. (1993), *Tourism for All in Europe: Profiting From Opportunities e A New Market for Tourism*, London. Touche Ross and Co. (2000), *Tourism for All in Europe*, London. Iter/ENEA (1999), Direzione Generale Turismo nell'ambito del progetto "Italia per tutti".

come il luogo in cui queste rilevazioni sono state effettuate (il salone Mondo Natura) abbia influenzato questa risposta, è particolarmente interessante notare come oltre un quarto degli stessi abbia un veicolo accessibile con adattamenti. Per adattamenti

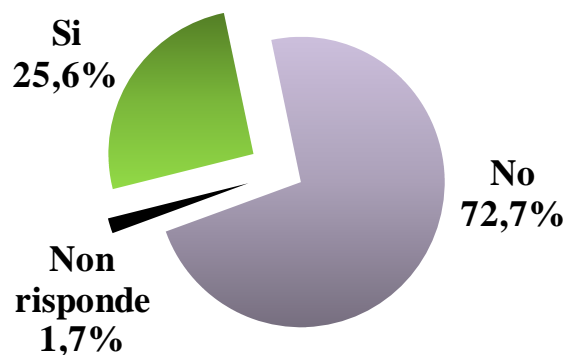
si intende ad esempio: sollevatore per salita a bordo, pedana elettrica, sensori di retromarcia, letto speciale, strumentazione per ossigenoterapia, letto autonomo, comandi di guida, arredamento mobile, interno su misura.

Grafico 2 – *Quota percentuale di intervistati proprietari di Camper*



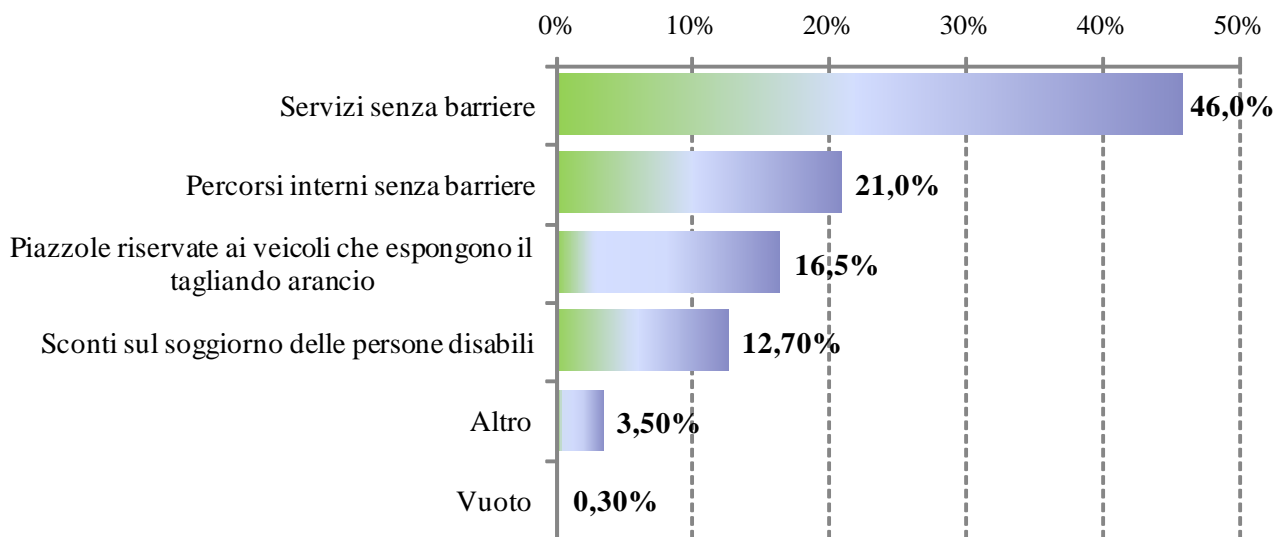
Passando alla sezione del questionario che ha indagato aspettative, preferenze e desideri legati alle strutture ricettive, innanzi tutto i turisti si aspettano di potersi muovere in autonomia e di poter utilizzare tutti i servizi presenti all'interno della struttura (ad es.

Grafico 3 – *Quota percentuale di camper con adattamenti speciali*



piscina, ristorante, spiaggia, ecc.); un 12,7% si aspetta di trovare sconti e agevolazioni su misura. Alla voce "altro" viene specificato: tranquillità, sconti per bambini e famiglie numerose, buon rapporto qualità prezzo.

Grafico 4 – *Aspettative della domanda: “cosa ti aspetti di trovare in una struttura ricettiva all’aria aperta ed accessibile?”*



Tra le tipologie di strutture ricettive preferite per le proprie vacanze all’aria aperta spicca la supremazia del camper (Grafico 5). Meno scontata la conoscenza delle case mobili. Come osservabile nel Grafico 6, il 67% le conosce e ne da definizioni quali: casa con le ruote, casa in campeggio, casa che si sposta, roulotte fissa, piccola abitazione, case accessibili.

Nella figura 2 è possibile osservare un esempio di casa mobile. Si tratta del modello

“Space”, questa struttura ha ricevuto il marchio “V4A Approved” perché realizzata con il principio della accessibilità trasparente. Si ricorda la definizione di Accessibilità Trasparente: realizzazione di interventi mirati a soddisfare i bisogni dei clienti con una migliore qualità prestazionale (delle strutture, percorsi e servizi), senza connotazioni estetiche di carattere ospedaliero e rispettando i canoni dello “universal design”.

Grafico 5 – Preferenza tipologia di alloggio

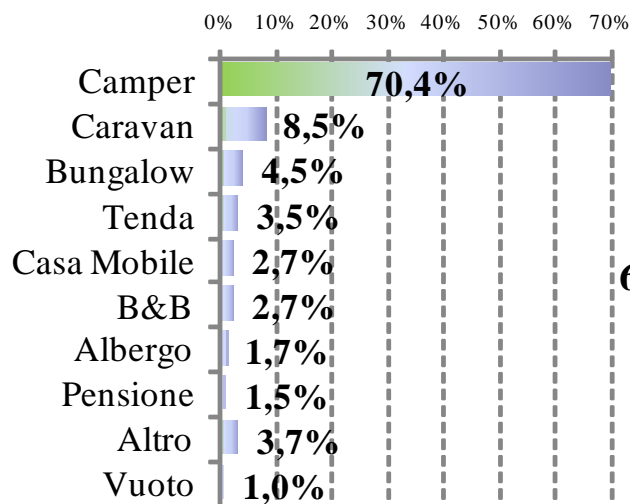


Grafico 6 – Quota di intervistati che conoscono le case mobili

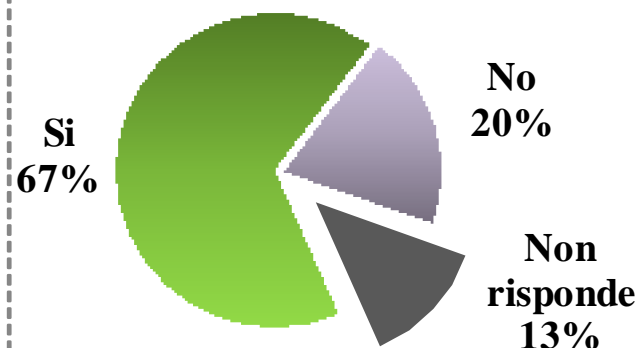


Figura 3 – La casa mobile “Space”



Nella sezione del questionario rivolta alle attività in vacanza, prevalgono le risposte che puntano sulle attività sportive, sia per apprendere nuove discipline sportive che per praticare quelle già conosciute. Nel Grafico 8 è possibile osservare le risposte fornite che

coprono un'ampia gamma di attività. Va notato come nella voce "altro" si includano: calcio, basket, paracadutismo, parpendio, palestra, sport per disabili, arti marziali, golf, atletica e trekking.

Grafico 7 - *Gli intervistati che hanno dichiarato di voler aver l'opportunità di apprendere nuove discipline sportive nel corso della vacanza*

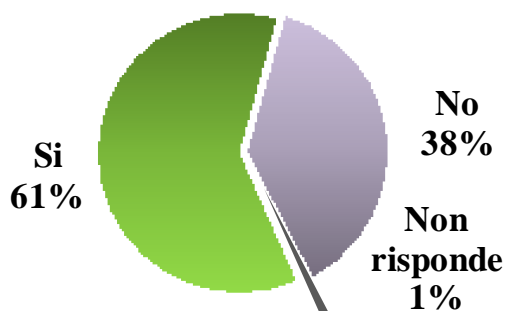
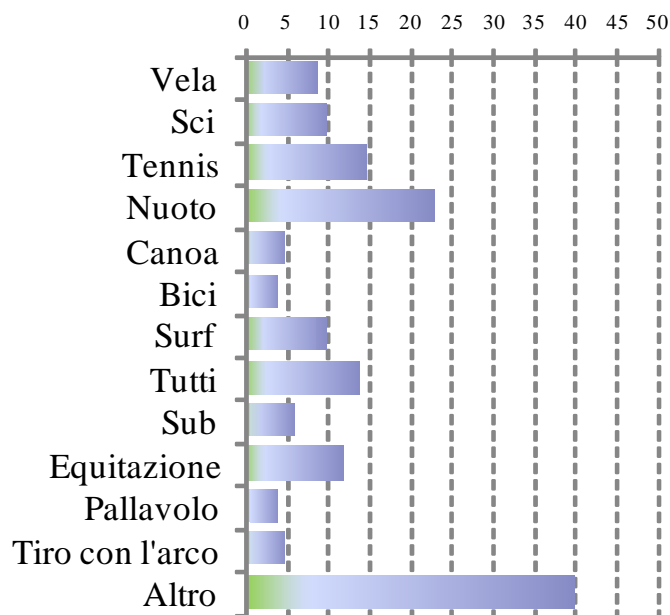


Grafico 8 - *Discipline che si vorrebbe praticare*



Per quanto riguarda le caratteristiche delle vacanze effettuate dai rispondenti durante l'anno, le risposte fornite fanno emergere come il campione vada in vacanza più volte all'anno; il 28% effettua vacanze nei weekend mentre il 33% almeno per due settimane. Interessante come, all'interno del 32% della voce "altro" ricorrano spesso voci quali: 3 o 4 settimane, fino ad uno o due mesi. L'ultima parte dell'indagine, concentrata sul fenomeno in oggetto, mostra una scarsa abitudine ad utilizzare l'espressione Turismo Accessibile.

Il 64% non risponde dandone una definizione, ma sono ben chiare le idee su chi sono le persone a cui è rivolto questo mercato (Grafico 11).

Grafico 9 – Numero di vacanze durante l'anno

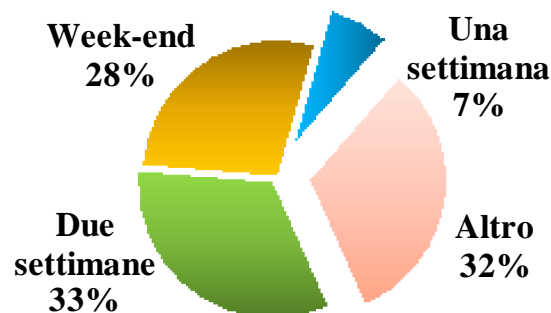


Grafico 10 – Definizioni fornite all'espressione "Turismo Accessibile"

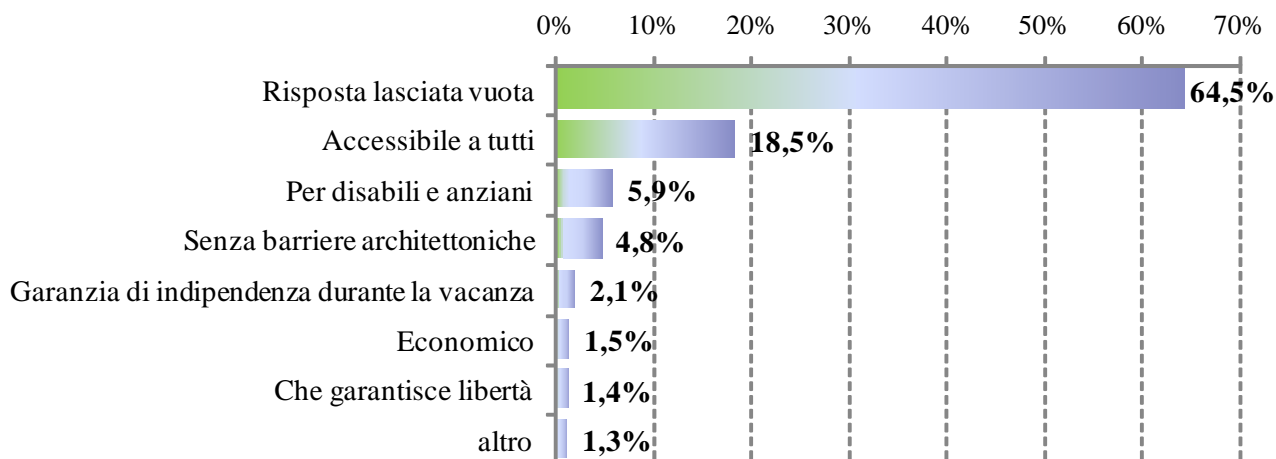


Grafico 11 – Risposte fornite alla domanda: “a chi si rivolge il Turismo Accessibile?”

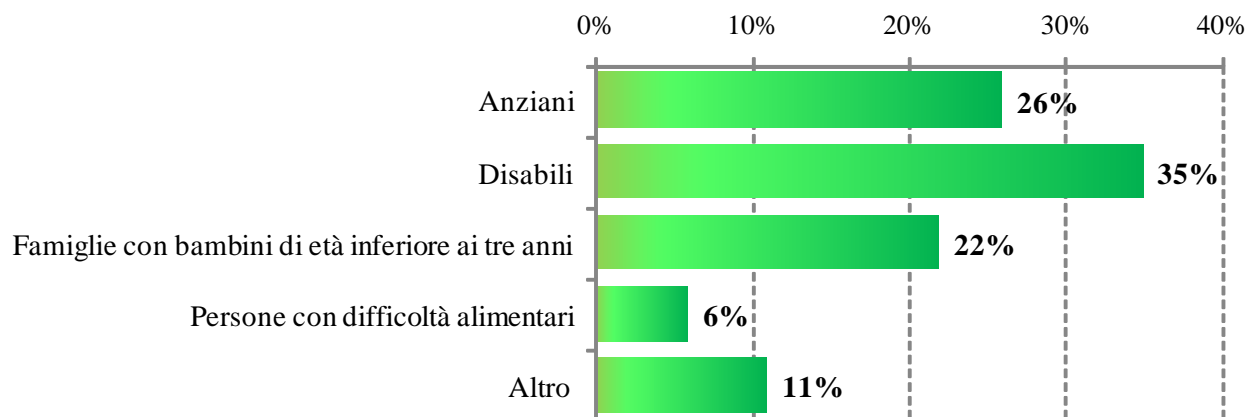
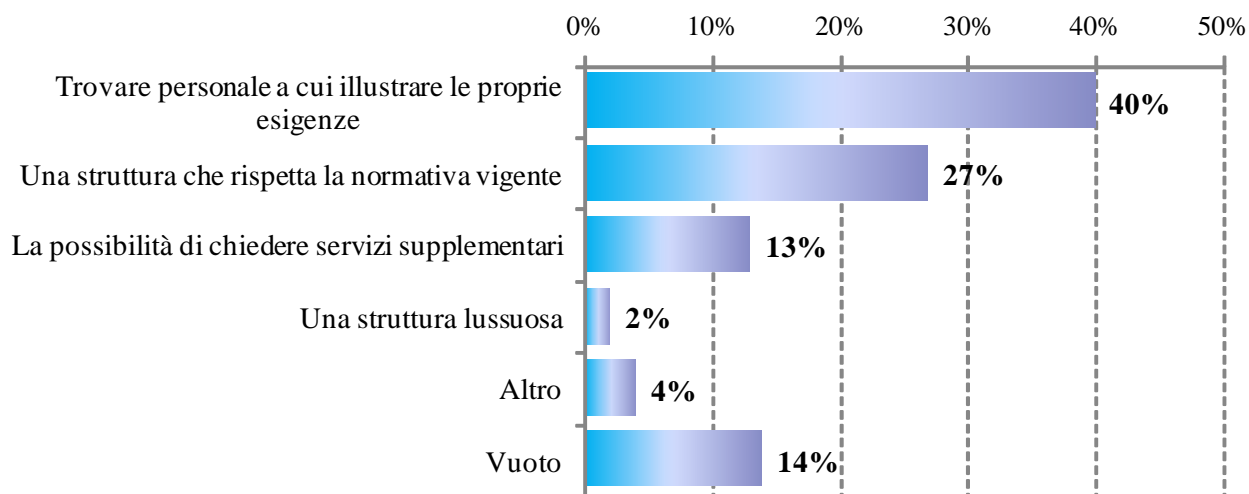


Grafico 12 – Caratteristiche che distinguono una “struttura ricettiva accogliente per tutti”



3. I punti chiave su cui gli imprenditori devono riflettere

Il grafico 12, riportato nella pagina precedente, mostra alcune informazioni utili ad aprire questa breve rassegna di punti chiave. Spunti utili senza dubbio agli imprenditori del comparto turistico ma che possono aprire una nuova – e più stabile – fase di discussione sul fenomeno del Turismo Accessibile in grado di coinvolgere non solo gli operatori ma anche gli amministratori pubblici del nostro Paese.

- La chiave della qualità è sicuramente la formazione. Formazione utile e necessaria per saper accogliere, sapere rispondere alle esigenze, sapere creare servizi su misura. Tutto questo rende una struttura accogliente, accogliente per tutti.
- Il Turismo Accessibile esiste.

- È un mercato che ha un effetto moltiplicatore di 2,9 (non si fanno le vacanze da soli).
- Lo sport e la vacanza sono un binomio importante per il 61% dei turisti (compresi quelli con disabilità).
- Bassa, media, alta purché la stagione della vacanza sia lunga, anzi lunghissima e ripetuta durante l'anno.
- Trovare qualcuno a cui spiegare le proprie esigenze, le proprie aspettative, ma anche la sicurezza di una struttura che rispetti le leggi e la possibilità di chiedere servizi supplementari o personalizzati.

Per concludere, tra i questionari emerge una curiosità da non sottovalutare: le famiglie con bambini piccoli vengono indicate tra i bisogni più complessi che fanno parte del turismo accessibile. Ma avere dei figli piccoli non è sicuramente una disabilità!

Village for all

Village for all è una organizzazione no profit a carattere nazionale che ha come obiettivo l'inclusione turistica e lo sport di tutti. Con le sue informazioni intende soddisfare i bisogni di tutti: famiglie con bambini piccoli in passeggino, donne in gravidanza, anziani, disabili e persone che vogliono consumare una vacanza etica, un turismo accessibile.

L'Associazione visita tutti i villaggi e campeggi con propri esperti per raccogliere dati oggettivi (misure, larghezze, dotazione dei servizi), è impegnata nella formazione al personale ed affianca gli uffici tecnici per una assistenza alla progettazione mirata alla realizzazione di un'accessibilità trasparente.

Village for all è un network di villaggi e campeggi accessibili alle persone disabili e, ad oggi, vi aderiscono 25 strutture disseminate in tutta l'Italia turistica che conta. Ulteriori informazioni sono consultabili sul sito villageforall.net. L'iniziativa è patrocinata da: Ministero del Turismo; l'ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo; FAITA - Federazione delle Associazioni Italiane dei complessi turistico ricettivi all'Aria Aperta, FISH - Federazione Italiana Superamento Handicap, SiPuò - Laboratorio Nazionale Turismo Accessibile®

Gitando.all

Il Turismo Accessibile ha un unico salone in Italia ed è a Vicenza, si svolge nel mese di marzo in occasione di Gitando il salone del turismo all'aria aperta all'interno del quale si svolge Gitando.all il Salone del Turismo e dello Sport accessibile. L'appuntamento è oggi l'unico punto di incontro tra coloro che hanno da offrire vacanze e strutture accessibili e i Buyer di questo mercato, non solo agenzie e TO specializzati ma anche le associazioni di categoria, le cooperative e le fondazioni che cercano occasioni di vacanza per i propri soci.

Tutti gli articoli dal 2001 ad oggi
de "le pagine di Risposte Turismo"
sono disponibili on-line
nella sezione dedicata del sito
www.risposteturismo.it



Risposte Turismo s.r.l.

Fond.ta S.Giacomo 212/a | 30133 Venezia

tel. +390412446990 | fax. +390412446985

www.risposteturismo.it | info@risposteturismo.it