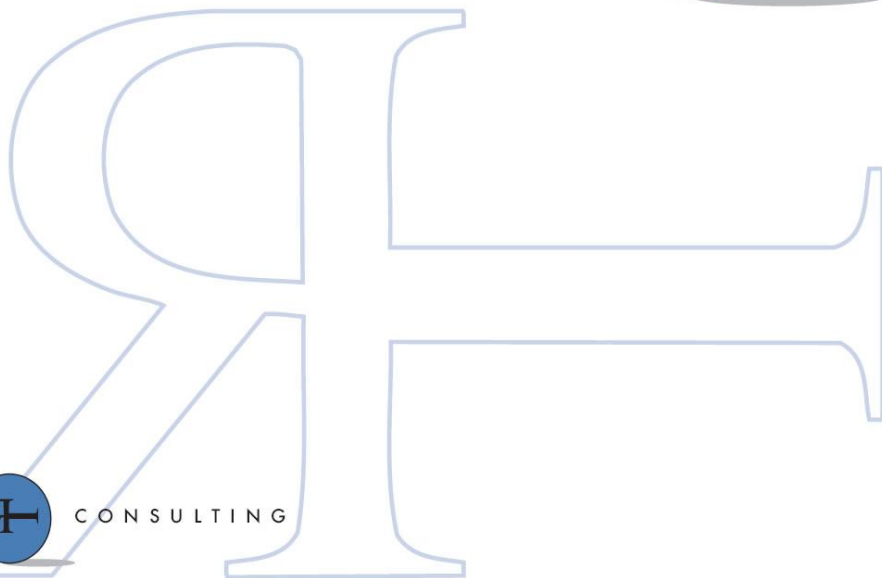


le pagine di

RISPOSTE



TURISMO



 CONSULTING

 TRAINING

 MANAGEMENT

**"I primi passi verso
la catena dell'accessibilità"**

di Flavia Maria Coccia

“I primi passi verso la catena dell’accessibilità”

di Flavia Maria Coccia¹

Il turismo è un bene che sta via via assumendo importanza sempre maggiore per l’essere umano: non sono le disabilità motorie, psichiche o delle esigenze particolari a poter impedire ad una persona di poter “fare turismo”. Ed un paese civile ed ospitale ha il dovere di garantire politiche di accoglienza e servizi di ospitalità atti a poter essere fruiti da chiunque. Il Comitato per la Promozione ed il Sostegno del Turismo Accessibile, istituito all’interno della Struttura di Missione per il rilancio dell’immagine dell’Italia, nasce con lo scopo di diffondere la cultura che l’accessibilità è un punto cardine per l’ospitalità e per lo sviluppo turistico.

Sono molti i progetti messi in atto per favorire il soggiorno di quella parte di clientela che ha esigenze particolari, ma la maggioranza di questi sono ancora a livello locale o, al più, regionale. Questo fa percepire quanto gli interventi siano frammentati e portati avanti senza uniformità; d’altro canto la numerosità di tali iniziative, raccolte nel Libro Bianco,

sottolinea la volontà e la predisposizione degli operatori e dei territori stessi ad intavolare piani e proposte che possano portare chiunque a fruire dei servizi turistici.

Quanto manca al delicato segmento del turismo accessibile è una politica comune, delle linee guida e degli obiettivi da raggiungere per far sì che l’accessibilità delle strutture, i servizi specifici erogati e la possibilità di muoversi in autonomia all’interno di territori non siano eccezioni.

Ed è proprio in quest’ottica che nasce ed opera il comitato per il turismo accessibile, cercando cioè di porre in essere azioni finalizzate a creare una “catena dell’accessibilità”: un sistema, cioè, che possa portare a raggiungere obiettivi su fronti diversi, tra i quali la fruibilità del territorio e la riorganizzazione dei servizi, la formazione del personale e degli operatori, l’adatta accoglienza e la verifica dei servizi erogati, come pure la comunicazione, la sensibilizzazione e la promozione.

¹ Coordinatore Struttura di Missione per il rilancio dell’immagine dell’Italia

“The first steps towards the chain of accessibility”

by Flavia Maria Coccia¹

Tourism is a good that is going to acquire more and more importance for the human life: motor and psychic disabilities or particular necessities should not impede people to make tourism.

Civil and hospitable countries should grant welcome policies and hospitality services that could be used by everybody.

The Committee for the promotion and the support of Accessible Tourism, established within the Struttura di Missione per il rilancio dell’immagine dell’Italia (Task agency for the relaunch of the image of Italy”), was created with the aim of spread the culture that accessibility is a key point for hospitality and for tourism development.

Projects proposed in order to favour the stay of customers with particular necessities are numerous, but the majority of these are at a local or, at least, at a regional level.

These facts let us understand first of all that interventions are split and created without uniformity; on the other hand the number of

initiatives, collected on the “Libro Bianco”, highlights the inclination and the willingness of operators and local administrations to start creating plans and projects that could let everybody the use of tourist services.

What missed to accessible tourism sector is a common policy, guidelines and objectives to reach, in order to make sure that the infrastructures accessibility, the supply of particular services and the possibility to move autonomously into a territory are not an exception.

Along these perspectives the committee for accessible tourism was born and operate looking for developing actions finalised to create a “chain of accessibility”: a system that could help to reach aims about different topics, among which the use of the territories, the re-organisation of services, the education of employees and operator, the appropriate welcome and the verification of supplied services, as well as the communication, the awareness and the promotion.

¹ Coordinator of the Task agency for the relaunch of the image of Italy

“I primi passi verso la catena dell’accessibilità”

di Flavia Maria Coccia

1. Premessa

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”. Il diritto per tutti a fare turismo non è solo una prescrizione di legge da far osservare, imponendo ad esempio l’abbattimento delle “barriere architettoniche”, ma soprattutto una crescita culturale degna di un Paese civile e ospitale.

E’ per questo motivo che con il Decreto del 18 maggio 2012, successivamente modificato il 19 settembre 2012, è stato istituito dal Ministro per gli Affari Regionali, Turismo e Sport, il comitato per la promozione ed il sostegno del turismo accessibile, (definito in seguito CPSTA) composto dai massimi esperti del settore, delle rappresentanze istituzionali e del Terzo Settore, coordinato dalla Struttura di Missione per il rilancio dell’immagine dell’Italia.

2. Il comitato per la promozione e il sostegno del turismo accessibile

Il Comitato ha avuto il compito di delineare e promuovere politiche, strategie e progetti in materia di turismo accessibile, anche in attuazione e sulla base dei principi enunciati dell’art. 30 della Convenzione Onu sui diritti delle persone con disabilità, ratificata dal nostro Paese con la Legge n.18/2009.

Il Comitato per la promozione del Turismo Accessibile istituito in seno alla Struttura di Missione per il rilancio dell’immagine dell’Italia è nato perché turismo accessibile non significa soltanto turismo dedicato a persone con esigenze particolari, bensì è un concetto più ampio che interessa tutte le politiche dell’accoglienza.

Una accoglienza volta a rendere tutti gli aspetti di una vacanza fruibili da chiunque, indipendentemente dalle esigenze e dalle singole disabilità.

Sappiamo che non si tratta di turismo sociale, ma di un turismo che si rivolge a persone con difficoltà motorie o sensoriali, anche anziani, persone obese, famiglie con i passeggini,

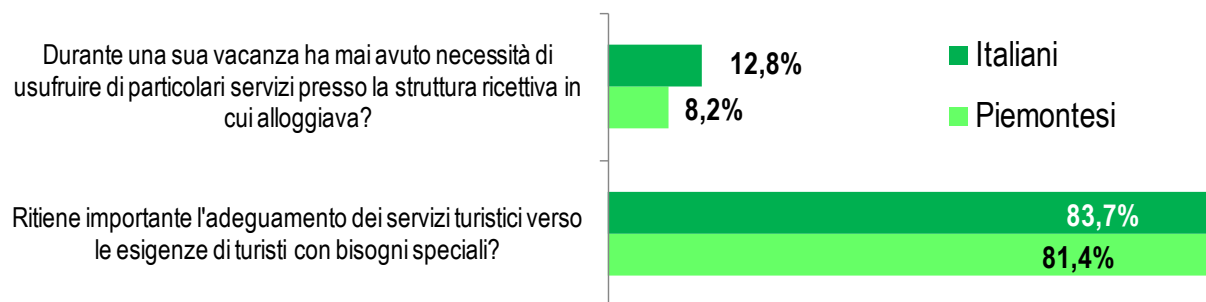
persone con allergie o intolleranze alimentari, o semplicemente a chi, alla vigilia della partenza, abbia subito un lieve infortunio che ne condizioni la mobilità.

In sostanza l’obiettivo del Comitato è stato quello di individuare i modi e gli strumenti per far passare il concetto per cui “ciò che è

accessibile alle persone con esigenze particolari risulta più comodo per tutti”.

Un sistema turistico in grado di soddisfare le esigenze particolari di ogni turista è un sistema accogliente e in grado di creare le condizioni ideali per un soggiorno piacevole per chiunque.

Graf. 1 – Atteggiamenti ed esigenze dei turisti in Italia



Fonte: Indagine sul turismo legato alle persone con esigenze particolari in Piemonte, Unioncamere, ISNART/CDP Onlus, 2011.

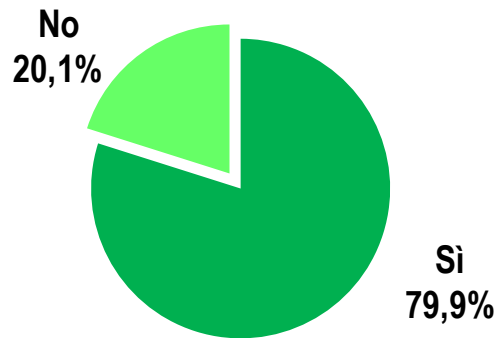
Da uno studio del 2011 condotto da Unioncamere/Isnart per la Consulta Persone in Difficoltà, risulta che il 12,8% della popolazione italiana si è trovata ad avere, almeno una volta, necessità particolari (tra i soli piemontesi l’8,2% dei residenti) e nell’80% dei casi le loro esigenze sono state soddisfatte (quota che tra i piemontesi arriva al 94,4%).

Si può mettere in evidenza che il viaggiatore con esigenze particolari non chiede prezzi di favore, ma “soltanto” un servizio di qualità. E il grado di soddisfazione, una volta che si trova la struttura adeguata, è positivo. Infatti, tra i turisti italiani con difficoltà che hanno trascorso una vacanza nel 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 (Grafico 2).

Graf. 2 - La soddisfazione per i servizi utilizzati (percentuale sul totale di chi ha usufruito di servizi specifici durante una vacanza)



Fonte: Indagine sul turismo legato alle persone con esigenze particolari in Piemonte, Unioncamere, ISNART/CDP Onlus, 2011.

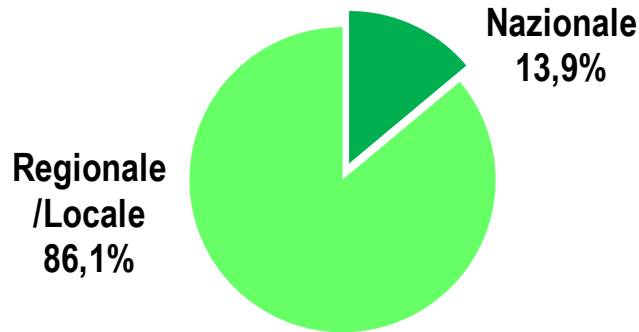
3. I progetti realizzati ed i risultati

In Italia, grazie anche ai progetti portati avanti dallo Stato italiano e poi proseguiti dalle Regioni, negli anni è cresciuta la presenza di azioni per favorire il soggiorno della clientela con esigenze speciali.

Ad oggi, il Comitato ha raccolto e analizzato 360 esperienze/progetti, realizzando un ampio bagaglio informativo, puntuale e unico ponendolo a disposizione di tutti (il database del “Libro Bianco 2012”).

Dei 360 progetti censiti (Grafico 3), 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 (sub-regionale, provinciale o comunale). Inoltre, 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.

Graf. 3 - La distribuzione dei progetti per regione



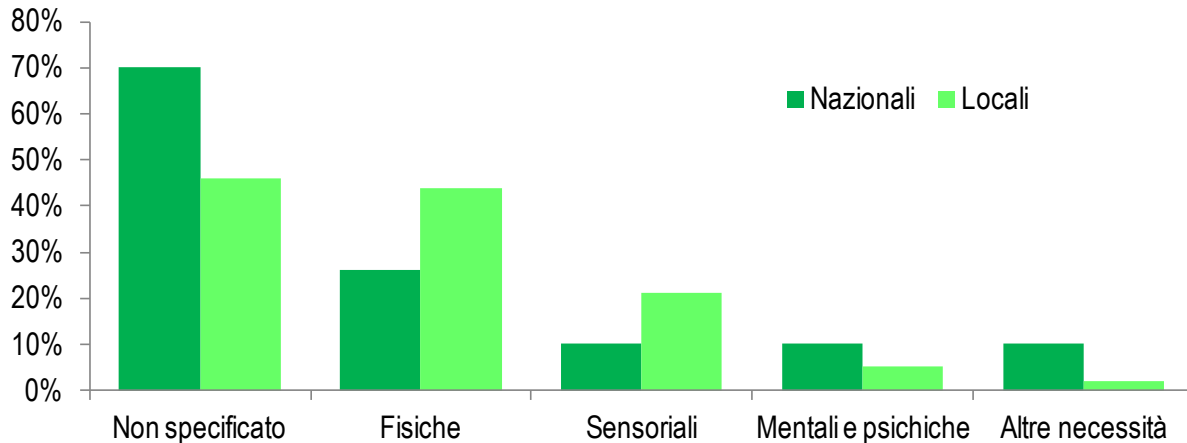
Fonte: Elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012.

La maggioranza, quasi due terzi, è rappresentata dai progetti legati alle disabilità motorie. Oltre un quarto 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.

Scarsa attenzione, invece, sembra riposta verso le problematiche diverse e più specifiche, probabilmente perché richiedono una maggiore specializzazione e si rivolgono ad un mercato meno ampio, quale ad esempio il tema dei servizi di dialisi per turisti che ne facciano richiesta. A conferma di questo è che nella

maggior parte dei casi si tratta di progetti mirati a chi ha problemi di alimentazione.

Inoltre, in generale, si può affermare che i territori italiani hanno puntato a soddisfare i bisogni dei turisti attraverso tre tipologie di azione principali (Grafico 4), di cui due legate all’informazione, quali la realizzazione di guide turistiche/mappe (30,3%) e di siti web (17,2%); la terza è, invece, 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 infrastrutture per varie tipologie di soggetti (dalle passerelle sulle spiagge ai percorsi sensoriali, ecc.).

Graf. 4 - Le disabilità a cui si rivolgono i progetti a seconda della localizzazione (possibili più risposte)

Fonte: Elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012.

Questa situazione, da un lato evidenzia la frammentarietà degli interventi e delle iniziative, ma contemporaneamente, dall'altro lato, la loro numerosità sottolinea la forte motivazione dei singoli territori ad avviare progettualità su questo tema.

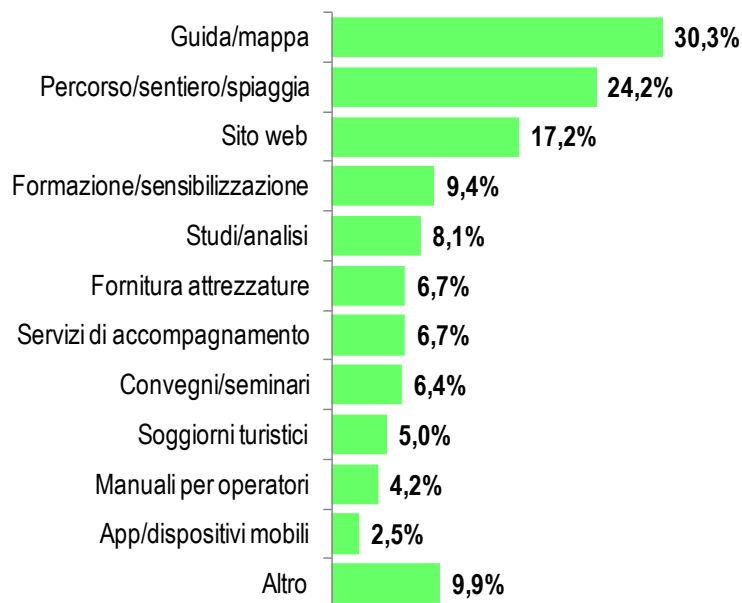
Dal lato dell'offerta turistica l'interesse delle imprese è andato via via crescendo, infatti da studi e indagini più sistematiche ed aggiornate in Italia, condotte da Unioncamere-Isnart, si riportano i seguenti risultati:

~ nel 2009, in media nazionale, il 52% delle imprese ricettive dedicavano attenzione alle esigenze degli ospiti con disabilità e bisogni speciali;

~ quattro anni dopo è il 58,3% degli imprenditori ricettivi che giudica importante puntare su questa clientela.

Il 58,3% degli imprenditori turistici italiani, quindi, 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.

Graf. 5 – Gli output dei progetti sul turismo accessibile (possibili più risposte)



Nota: la voce "Altro" comprende le sottovoci Cataloghi commerciali (1,9%), Uffici informazioni (1,9%), Premi e concorsi (1,1%) e una serie di sottovoci con quote al di sotto dell'1% . Fonte: Elaborazioni SL&A su database Libro Bianco 2012.

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.

La necessità di formazione e sensibilizzazione risulta ancora più evidente da uno screening sui servizi offerti dalle imprese ricettive: solo

il 44% delle imprese ricettive offrono bagni con dimensioni ed accessori adeguati, il 43% hanno l’accesso facilitato/accessibile alla struttura, mentre il 34% ha l’accesso facilitato alle camere; solo il 30% hanno ascensori adatti o strutture apposite, ma ancora più grave è che solo il 24% lo comunica alla clientela.

4. La Commissione Europea a sostegno del turismo accessibile

Il sistema italiano sta crescendo, ma occorre fare di più. Fare di più significa agire insieme catturando ogni occasione per migliorare lo stato dell'accoglienza del nostro Paese.

Occorre comunicare di più e far capire il vero concetto di accessibilità e sensibilizzare l'opinione pubblica su questo aspetto.

Nel corso degli anni l'Unione Europea ha posto le basi di una politica europea del turismo puntando sui fattori che ne determinano la competitività e tenendo conto, allo stesso tempo, degli imperativi dello sviluppo sostenibile. Parallelamente, la Commissione ha anche stabilito un sistema integrato e assai sviluppato per la tutela dei passeggeri e dei consumatori, compresi i passeggeri con disabilità e quelli con mobilità ridotta, in tutti i mezzi di trasporto.

Con l'entrata in vigore del trattato di Lisbona l'importanza del turismo è stata riconosciuta e quindi l'Unione Europea è competente a sostenere, coordinare e completare l'azione degli Stati membri in questo settore, ivi compresa la promozione e tutela del turismo accessibile.

5. Gli interventi del comitato

In Italia il primo tentativo di rispondere alle suddette indicazioni è avvenuto attraverso il D.Lgs. 23 maggio 2011 n.79, che introduce nel Codice del Turismo, all'art.3, i principi in tema di turismo accessibile per la prima volta. Successivamente, a seguito dei ricorsi avanzati da alcune Regioni, la Corte Costituzionale con sentenza 25 aprile 2012, n. 80 (Gazzetta Ufficiale 11 aprile 2012, n. 15 - prima serie speciale) ne ha però dichiarato l'illegittimità costituzionale.

Preso atto della sentenza della Corte Costituzionale, nell'ambito delle attività sviluppate dal Comitato per la Promozione ed il Sostegno del Turismo Accessibile ed essendo rappresentate tutte le componenti istituzionali e gli attori del sistema turistico italiano, si è dibattuto sull'opportunità di reintegrare i principi del turismo accessibile, attraverso una riformulazione da parte delle Regioni di una proposta unitaria da presentare in sede di Conferenza Stato Regioni.

A tal fine, il Comitato ha predisposto il seguente schema di articolato quale proposta per reinserire articoli che riguardano il turismo accessibile nella legislazione nazionale:

- 1. In attuazione degli artt. 7 e 30 della Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti*

dei bambini e delle persone con disabilità (adottata a New York il 13 dicembre 2006, recepita 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), tali che tutte le persone con bisogni speciali, disabilità motorie, sensoriali e intellettive possano fruire dell’offerta turistica in modo completo, in autonomia e in sicurezza, ricevendo servizi sempre adeguati in condizioni di parità con gli altri fruitori, senza costi aggiuntivi.

- 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.*

Dai lavori del Comitato è emerso altresì che le azioni da porre in essere per il raggiungimento degli obiettivi devono agire su più fronti:

- ~ sulla fruibilità e accessibilità del territorio, con interventi che vanno da una riorganizzazione dei servizi che necessita di tempi brevi ad altri sicuramente più complessi e a lungo termine come, ad esempio, agendo sulle informazioni che devono essere chiare e trasparenti sui livelli di accessibilità dei territori, oppure sulla semplificazione delle procedure di prenotazione (attualmente per un disabile non è possibile ad esempio prenotare on-line in Italia treni, ecc.);

- ~ sulla formazione specifica del personale addetto alle stazioni ferroviarie aeroportuali e portuali, nonché degli operatori turistici e soprattutto di chi deve progettare e/o controllare gli adempimenti anche tecnici sul tema dell'accessibilità;
- ~ sull'abbattimento di barriere architettoniche obbligatorio per musei e strutture pubbliche anche storiche e vincolate, con studi di design ad hoc;
- ~ sull'accoglienza, stimolando le imprese che devono intervenire anche da un punto di vista edilizio con sgravi fiscali, e soprattutto avviando un processo di verifica sui servizi erogati in tema di accessibilità dai territori e dalle imprese turistiche;
- ~ sulla comunicazione e sensibilizzazione con appropriate campagne che immettano nella popolazione un concept positivo per l'accoglienza dei turisti con disabilità e per la promozione delle destinazioni italiane cosiddette minori fruibili da ospiti con esigenze speciali.

6. Conclusioni

Bisogna creare la “catena dell'accessibilità”: un sistema integrato di servizi e attività, ricettive e turistiche, in grado di fornire una risposta soddisfacente a qualunque esigenza.

Non basta infatti solo l'albergo accessibile, ma è necessaria la disponibilità di tutti i servizi, dal trasporto locale, da e per l'aeroporto, alle attività escursionistiche, turistiche e culturali, ai ristoranti.

Il punto è che il sistema turistico italiano, oggi più che mai, si deve imporre di applicare e di radicare nel suo territorio e nelle sue imprese, il principio fondamentale che non garantendo l'accessibilità per tutti non esiste ospitalità.

due
2013

Direzione | Francesco di Cesare
Organizzazione | Anthony A. La Salandra

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 | 30133 Venezia

tel. +390412446990 | fax. +390412446985

www.risposteturismo.it | info@risposteturismo.it