

DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI



Lago Maggiore
Lago d'Orta
Lago di Mergozzo
Monti e Valli d'Ossola

FOR ALL Turismo per TUTTI

IL SOGGIORNO

GIOVANNI FERRERO

Direttore - Consulta per le Persone in Difficoltà
Responsabile Turismabile



COS'È IL TURISMO ACCESSIBILE



Turismo accessibile significa: stesso prezzo, stessa località ... più turisti!
Manifesto per la Promozione del Turismo Accessibile

- **CONCETTO DI LIBERTÀ E POSSIBILITÀ DI SCELTA.**
- **SVILUPPO DI OPERATORI SPECIALIZZATI.**
- **TURISTA CON ESIGENZE PARTICOLARI VISTO COME NUOVO TARGET DI MERCATO.**



LA CONVENZIONE ONU SUI DIRITTI DELLE PERSONE CON DISABILITÀ

- 13 dicembre 2006 – L'Assemblea Generale ONU approva la Convenzione sui diritti delle Persone con Disabilità.
- 3 marzo 2009 – L'Italia ratifica la Convenzione ONU (Legge 18)



Articolo 30 – Partecipazione alla vita culturale e ricreativa, agli svaghi ed allo sport.

Gli Stati Parti (...) adottano tutte le misure adeguate a garantire che le persone con disabilità:

5.(c) abbiano accesso a luoghi di attività culturali, come teatri, musei, cinema, biblioteche e servizi turistici, e, per quanto possibile, abbiano accesso a monumenti e siti importanti per la cultura nazionale.

5.(e) garantire che le persone con disabilità abbiano accesso ai servizi forniti da coloro che sono impegnati nell'organizzazione di attività ricreative, turistiche, di tempo libero e sportive.

L'ACCESSIBILITA' COME VALORE

L'impatto del Turismo Accessibile in Europa

Qualche cifra...

Le **persone con disabilità** nel mondo sono **650 milioni**, oltre il **10%** della popolazione globale.

Tutti insieme popolerebbero **la terza nazione del mondo** dopo Cina e India.

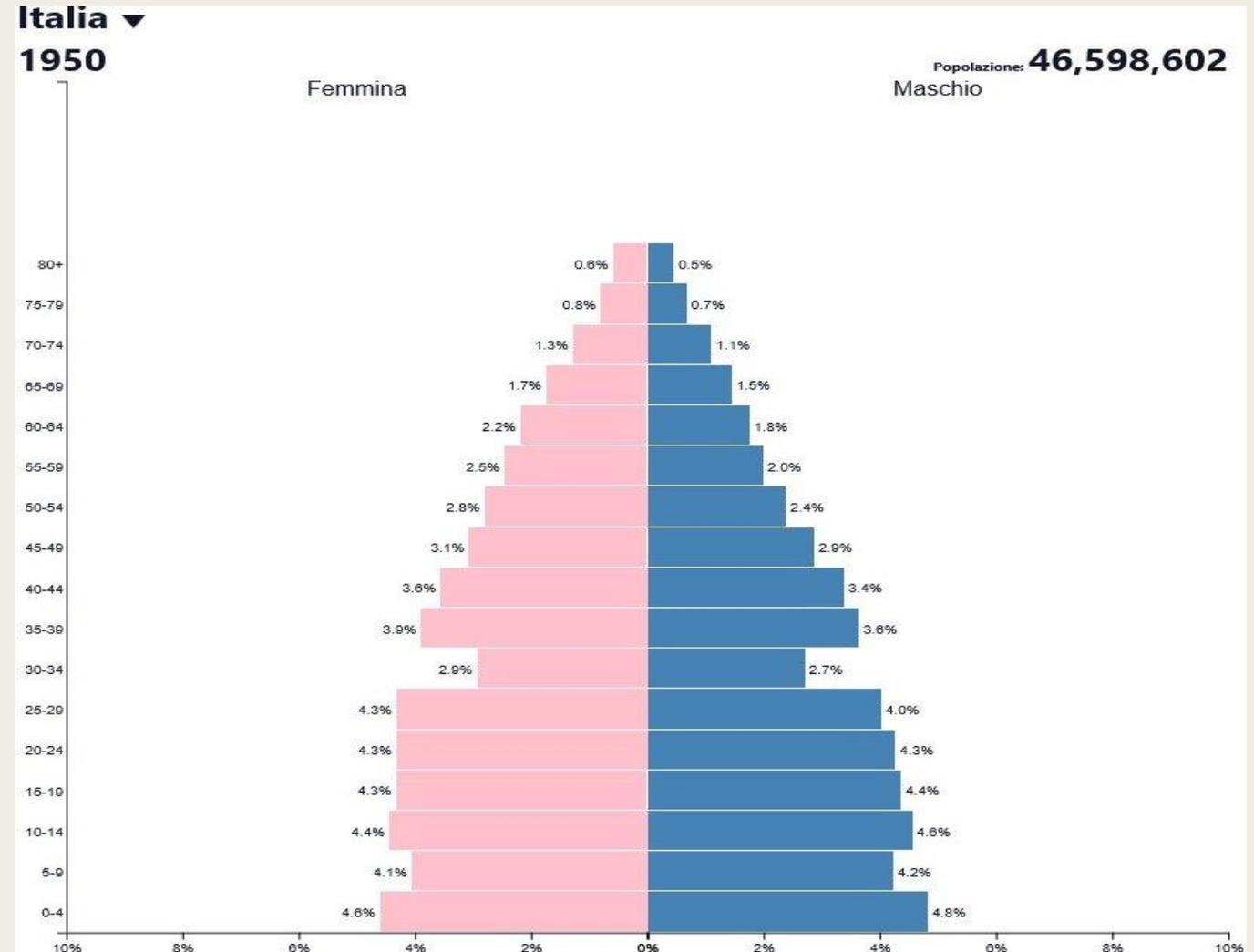
In Italia sono circa **6 milioni**, la seconda regione dopo la Lombardia.



LA PIRAMIDE DELLA VITA

Conoscere, informarsi e formarsi sul target del turista con disabilità permette di poter «aggredire» anche il target della terza età.

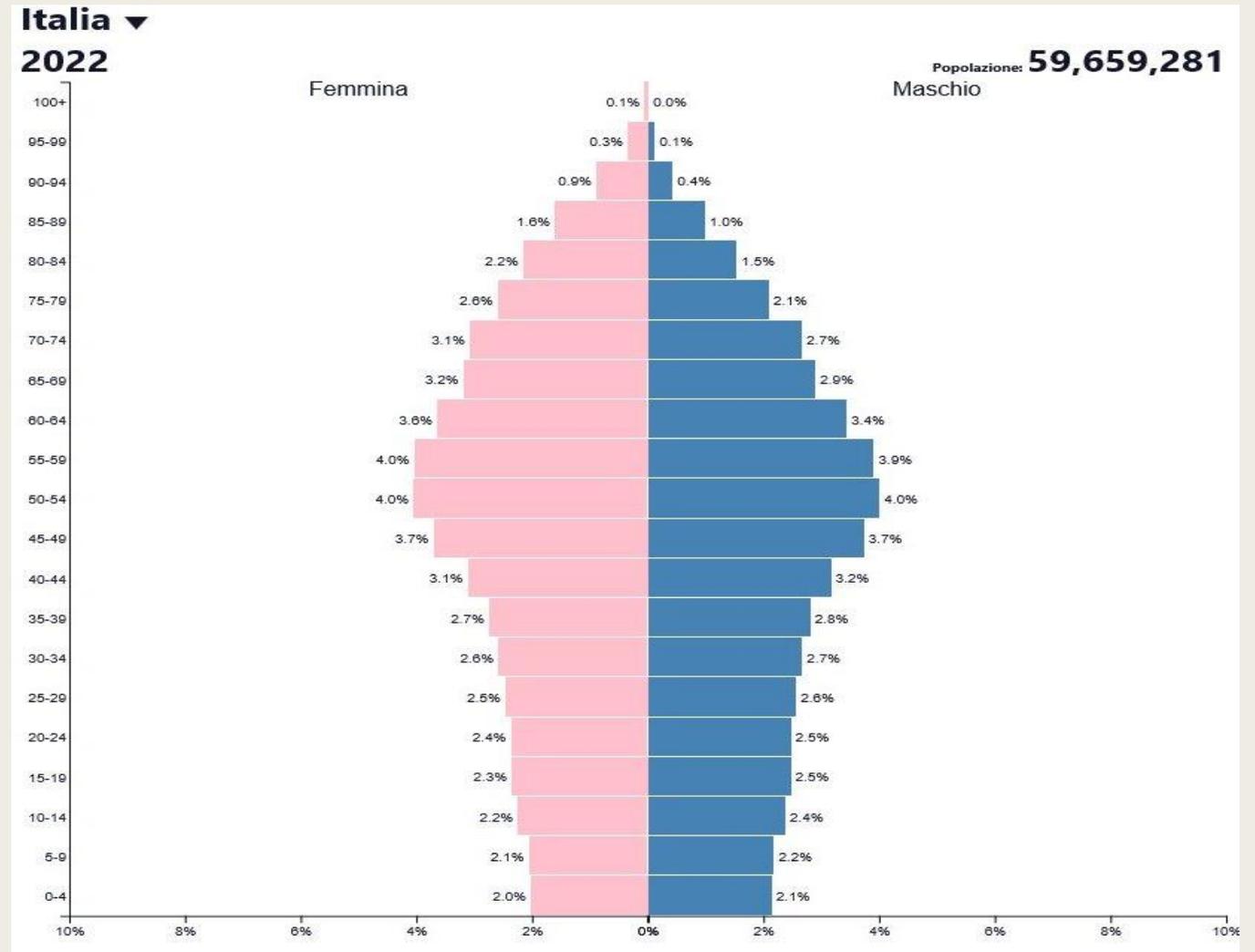
Turisti anziani in cui è facilmente riscontrabile le esigenze tipiche delle persone con disabilità.



LA PIRAMIDE DELLA VITA

Popolazione
over 65anni:
circa 14milioni
24%

Popolazione 35-45anni:
6milioni 800mila

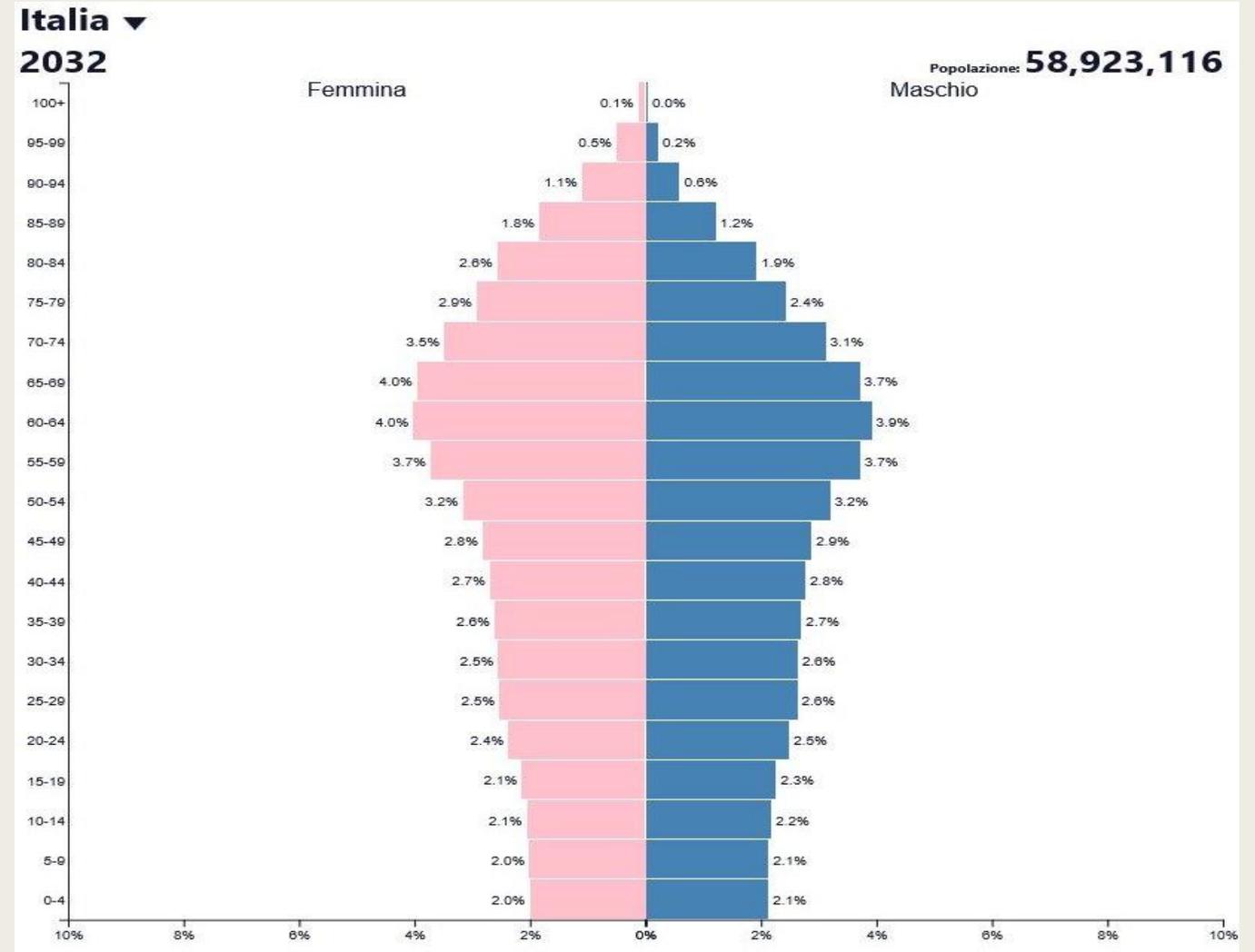


LA PIRAMIDE DELLA VITA

Popolazione over
65anni: circa **18 milioni**

30%

Popolazione 35-45anni:
6milioni



LA QUALITÀ



DEFINIZIONE GENERALE

La **qualità** è l'insieme delle caratteristiche e delle proprietà di un prodotto, di un processo o di un servizio, le quali conferiscono ad esso la capacità di soddisfare le esigenze implicite o espresse del cliente.

LA QUALITÀ



Non ci può essere buona accessibilità senza una vera accoglienza.

Cambio culturale dello sguardo sull'accessibilità:

- L'assenza di barriere architettoniche non è l'obiettivo del Turismo **Accessibile**, ma lo è la **risposta che si dà alle esigenze del turista con disabilità**.
- Destinazione ospitale e accogliente per tutti.
- Superare la logica del semplice «rispetto normativo» a favore di **una concreta e reale fruibilità per tutti**.

Come

si realizza il Turismo per Tutti



COME NON FARE

Prodotto dedicato



Molto spesso discriminante, di bassa qualità estetica, poco funzionale ed efficace, circoscritto numericamente... spesso non utilizzato neanche dalle persone con disabilità, figuriamoci dagli altri ospiti.

Una camera accessibile dovrebbe essere venduta a tutti

SUPERARE LA LOGICA DEL «PRODOTTO DEDICATO» E A «NORMA»

Spesso il prodotto dedicato nel solo rispetto normativo, risulta essere non adeguatamente pensato.

La logica deve andare verso una concreta e reale fruibilità per tutti.

Curva Nord – Primo anello

Spazio riservato a
spettatori con disabilità



Visuale dalle postazioni riservate



Ma se l'azione diventa
interessante...



Mappare per bollare

Molto spesso si fanno
mappature delle
STRUTTURE
RICETTIVE per poi dare
un bollino che dichiara
se un turista può
entrare o no.

COME NON FARE



Una camera accessibile non è un buon
motivo di vacanza per nessuno

PERSONALIZZAZIONE E FLESSIBILITÀ



Porre attenzione a esigenze diverse e diversificate e mettersi alla ricerca di risposte e soluzioni efficaci in un'ottica inclusiva.

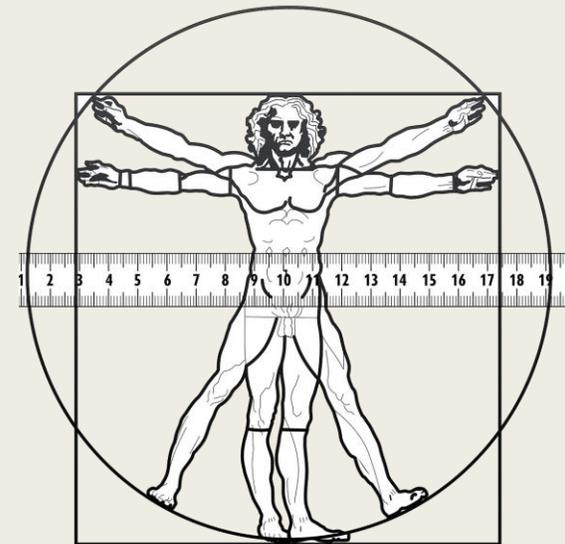
L'esempio del «carrello» della spesa

L'APPROCCIO FOR ALL

Tutti abbiamo bisogno di fare la spesa e utilizzare il «carrello», ma alle volte le esigenze possono cambiare!

E' possibile andare oltre allo

STANDARD



L'esempio del «carrello» della spesa



L'esempio del «carrello» della spesa



L'esempio del «carrello» della spesa



L'esempio del «carrello» della spesa



L'esempio del «carrello» della spesa



L'esempio del «carrello» della spesa



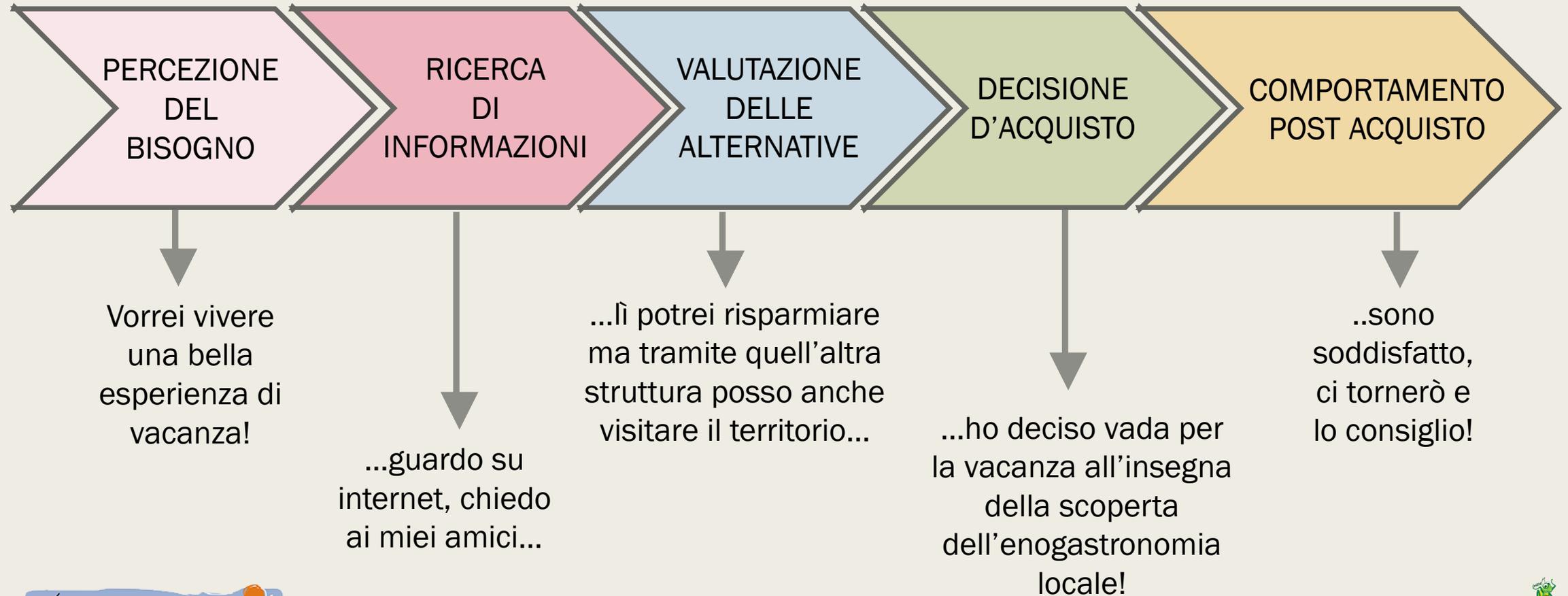


«D'una città non godi le
7 o 77 meraviglie,
ma la risposta che dà
ad una tua domanda»

ITALO CALVINO

Come fa una persona a scegliere una destinazione?

IL PROCESSO DECISIONALE DEL CLIENTE



Come fa una persona a scegliere una destinazione?

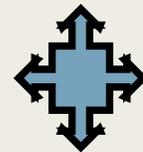
Le 4 domande che dovremmo farci



Perché sceglie un determinato territorio di vacanza?



Quali strumenti utilizza per scegliere?



Come trascorre la vacanza?



È soddisfatto?

COME VENGONO PRENOTATE LE VACANZE?

il **50%** dei **39 milioni** di italiani in viaggio ha scelto la **prenotazione on line**.

Internet è entrato nelle abitudini vacanziere degli italiani che per il **27%** hanno **prenotato** da soli **sui siti web** delle strutture recettive, mentre **il 23%** si è affidato a **siti specializzati** lasciandosi guidare anche dai giudizi degli altri ospiti.



L'IMPORTANZA DEL WEB PER IL TURISMO E PER LA PROMOZIONE TERRITORIALE

IL **40%** DELLE PERSONE SONO **INFLUENZATE DAI COMMENTI** LETTI SUI SOCIAL NETWORK PER DEFINIRE IL LORO TRAVEL PLANNING.

IL 20% DEGLI ITALIANI HA COME **UNICA FONTE DI INFORMAZIONE** QUOTIDIANA I SOCIAL NETWORK.

CIRCA IL **76%** DEI VIAGGIATORI **SI INFORMA ON LINE** PER ORGANIZZARE UN VIAGGIO.



Invece COME FA UN TURISTA CON DISABILITA' A SCEGLIERE UNA VACANZA

Le persone con disabilità compiono una ricerca su più fonti:

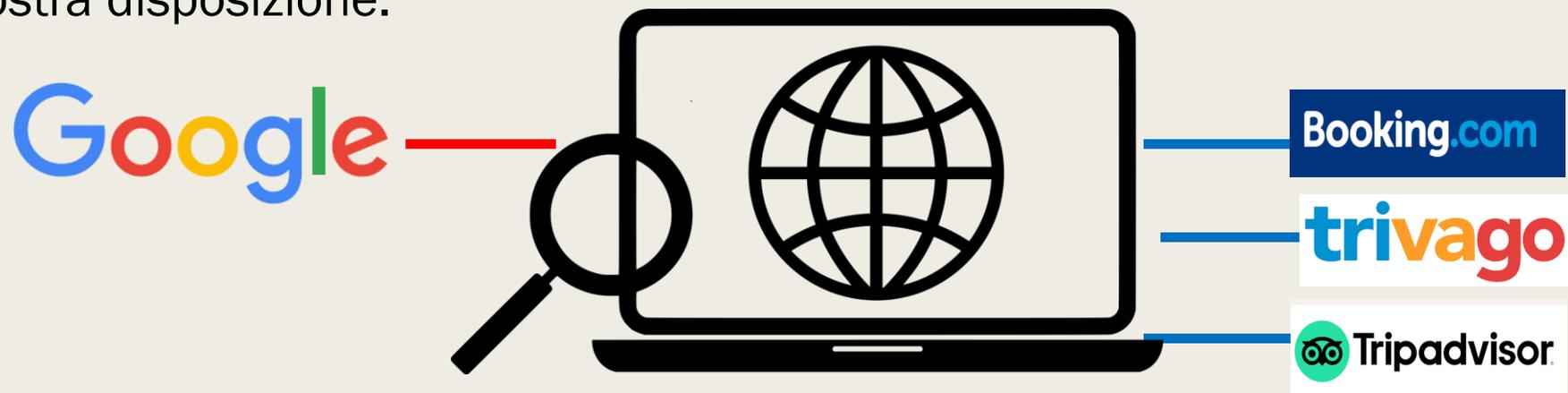
- ➔ **Navigano in Internet** per valutare prezzo e tipologia della struttura, chiamano l'albergo per avere maggiori informazioni circa l'accessibilità della struttura...
- ➔ **Contattano un'associazione** di tutela delle persone con disabilità sul posto per avere conferme o ipotesi alternative alla struttura e solo alla fine prenotano.
- ➔ Spesso si affidano anche a **blog turistici** creati da persone con disabilità per conoscere strutture o luoghi accessibili da visitare...
- ➔ Si tratta comunque di **un'avventura, spesso lunga, faticosa e incerta** e mai concorrenziale con le offerte «last minute» cui le persone con disabilità non riescono ad avere accesso.



Invece COME FA UN TURISTA CON DISABILITA' A SCEGLIERE UNA VACANZA

provate a prenotare una vacanza immaginando di **stare seduti su una carrozzina** o di **essere non vedenti?**

La ricerca su internet vi fornirà tanti utili siti dove sono indicati i dettagli legati a **offerte, promozioni, immagini accattivanti, foto panoramiche** e un **elenco di servizi** a vostra disposizione.



MA??

Ma se sono seduto su una carrozzina o non vedente...

sono sicuro di riuscire a passare dalla porta d'ingresso della stanza d'albergo?

di riuscire entrare nel bagno?

di avere lo spazio sufficiente per accostarmi al letto?

di trovare personale formato per servire un cliente non vedente?

L'indicazione o il bollino di **ACCESSIBILITA'** non fornisce tutte le risposte!



L'assenza di informazione è la prima criticità nel Turismo Accessibile.

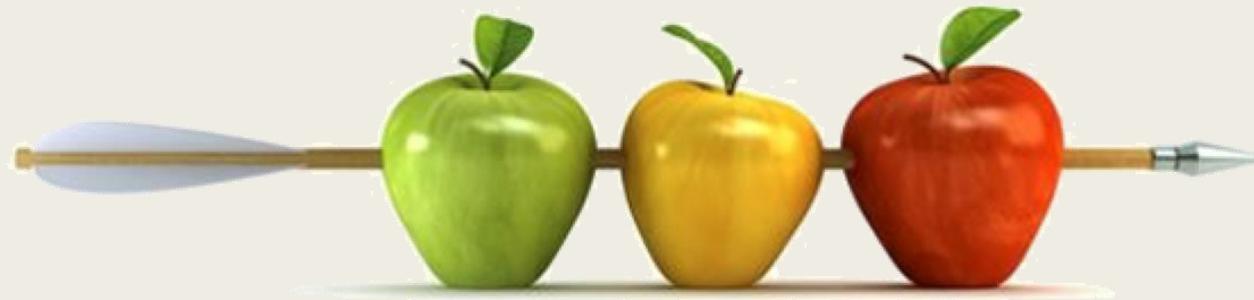
**SEI ACCESSIBILE E NESSUNO LO SA,
RISULTERAI PER IL MONDO INACCESSIBILE!**



«DIMMI COME SEI FATTO E TI DIRO' SE FAI AL CASO MIO»

CONOSCERE, CONSIDERARE E COMUNICARE.

ATTREZZARSI E ADOPERARSI PER RISPONDERVI IN MODO EFFICIENTE ED EFFICACE.



COSA SERVE PER SVILUPPARE L'INCLUSIONE TURISTICA?



IDEAS

+ ACTION

= CHANGE

COSA SERVE PER SVILUPPARE L'INCLUSIONE TURISTICA?

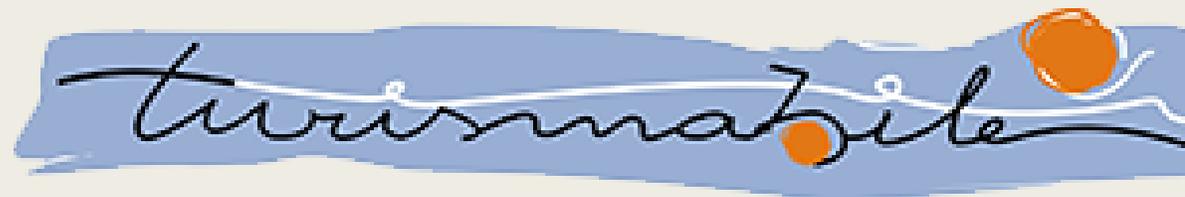


È necessario considerare la persona con disabilità non un «problema» ma un'opportunità commerciale.

Non è più sufficiente investire solo sull'abbattimento delle barriere architettoniche ma bisogna dedicarsi alla **formazione degli operatori turistici** per offrire un servizio accogliente per tutti.

**CAMBIAMENTO DI MENTALITÀ:
ENTI PUBBLICI, IMPRENDITORI DEL TURISMO,
CITTADINI**

IL NUOVO SITO DI



CHI SIAMO

Turismabile è un progetto finanziato dalla Regione Piemonte – Assessorato al Turismo e realizzato dal Settore Turismo per Tutti della CPD – Consulta per le Persone in Difficoltà Onlus.

CONTINUA



ACCESSIBILITÀ

Per conoscere le caratteristiche di accessibilità e fruibilità di strutture ricettive, ristorative, servizi turistici, ecc.

CONTINUA



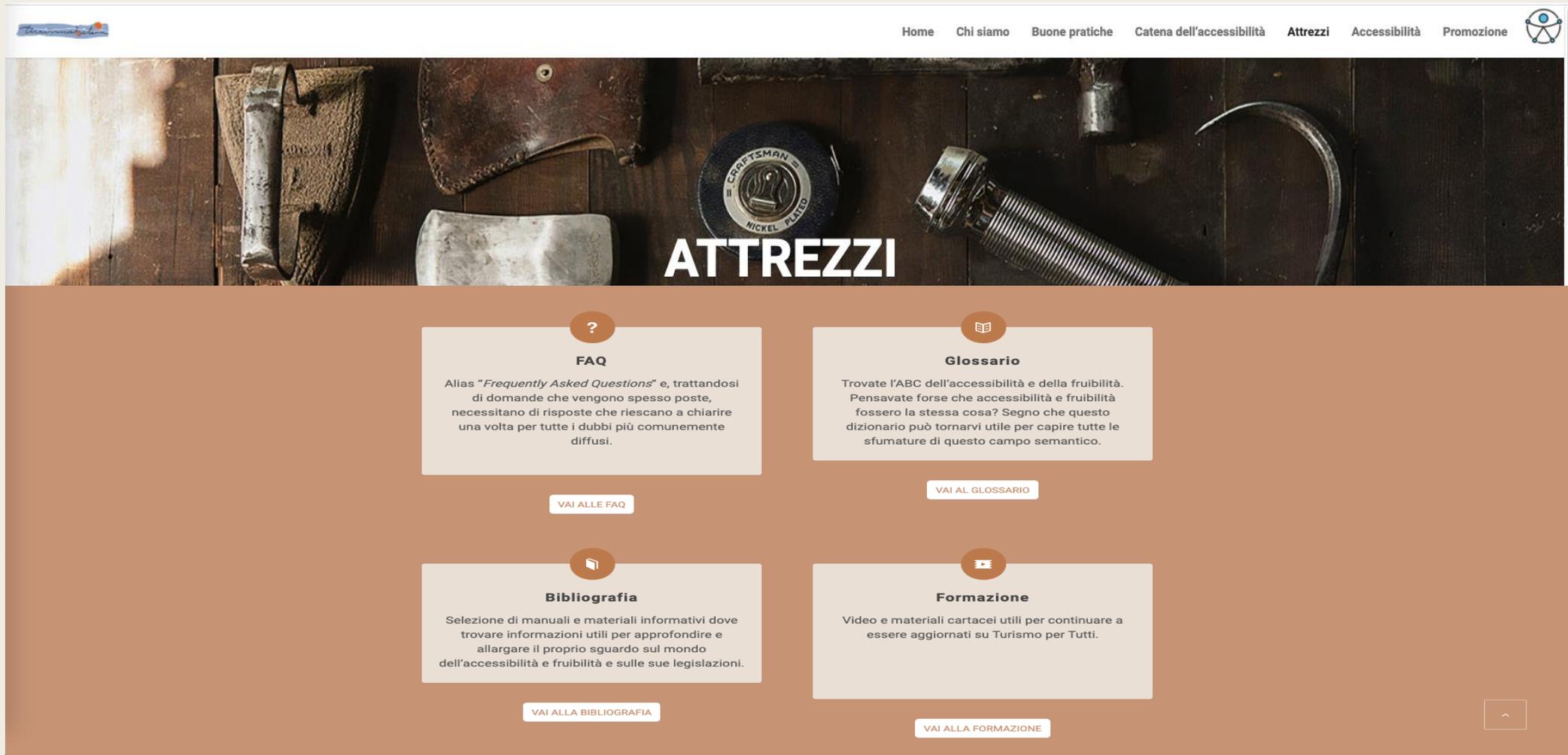
ATTREZZI

Informazioni e approfondimenti per indagare e comprendere a fondo il tema del Turismo per Tutti.

CONTINUA

NUOVA SEZIONE «ATTREZZI»

Una **cassetta degli attrezzi per gli operatori turistici** dove trovare le informazioni e gli approfondimenti necessari **per approfondire il tema del Turismo per Tutti** e dei concetti di accessibilità e fruibilità.



Home Chi siamo Buone pratiche Catena dell'accessibilità **Attrezzi** Accessibilità Promozione

ATTREZZI

FAQ
Alias "*Frequently Asked Questions*" e, trattandosi di domande che vengono spesso poste, necessitano di risposte che riescano a chiarire una volta per tutte i dubbi più comunemente diffusi.

[VAI ALLE FAQ](#)

Glossario
Trovate l'ABC dell'accessibilità e della fruibilità. Pensavate forse che accessibilità e fruibilità fossero la stessa cosa? Segno che questo dizionario può tornarvi utile per capire tutte le sfumature di questo campo semantico.

[VAI AL GLOSSARIO](#)

Bibliografia
Selezione di manuali e materiali informativi dove trovare informazioni utili per approfondire e allargare il proprio sguardo sul mondo dell'accessibilità e fruibilità e sulle sue legislazioni.

[VAI ALLA BIBLIOGRAFIA](#)

Formazione
Video e materiali cartacei utili per continuare a essere aggiornati su Turismo per Tutti.

[VAI ALLA FORMAZIONE](#)



cpd
CONSULTA PER LE PERSONE
IN DIFFICOLTÀ / ONLUS



FAQ

F.A.Q.

“*Frequently Asked Questions*”. Risposte che riescano a chiarire i dubbi più comunemente diffusi.



Glossario

GLOSSARIO

Un ABC dell’accessibilità e della fruibilità.
Un dizionario per capire tutte le sfumature del campo semantico.



Bibliografia

BIBLIOGRAFIA

Una selezione di manuali e materiali informativi dove trovare informazioni utili per approfondire il mondo dell’accessibilità e fruibilità e sulle sue legislazioni.



Formazione

FORMAZIONE

Video e materiali cartacei utili per continuare a essere aggiornati su Turismo per Tutti.



LA CATENA DELL'ACCESSIBILITA'



NUOVO STRUMENTO : **LA SCHEDA DI AUTO RILEVAZIONE.**

È possibile compilare il form selezionando la tipologia della vostra proposta turistica.

The screenshot shows a website page with a blue header and a light blue main content area. The header contains a navigation menu with the following items: Home, Chi siamo, Buone pratiche, Catena dell'accessibilità, Attrezzi, Accessibilità, and Promozione. The main content area features a large white heading 'Catena dell'accessibilità' and three paragraphs of text. The first paragraph explains that it's possible to fill out a form in about 50 minutes using a PC, smartphone, or tablet. The second paragraph states that the information is for travelers with specific needs. The third paragraph describes how the information will be published and used. Below the text is a large white call-to-action box with a brown circular icon containing a book symbol. The call-to-action text asks if the user is a tourism resource manager and provides instructions on how to use the form. A small brown square with an upward arrow is located in the bottom right corner of the page.

Home Chi siamo Buone pratiche **Catena dell'accessibilità** Attrezzi Accessibilità Promozione

Catena dell'accessibilità

È possibile compilare il form selezionando la versione che più si avvicina alla vostra proposta turistica. Ci vorranno circa 50 minuti per la compilazione. Si può procedere tramite pc, smartphone o tablet e sarà possibile interrompersi e tenere in memoria i dati inseriti.

Le informazioni richieste sono di interesse per un viaggiatore con esigenze specifiche che per organizzare il proprio viaggio vuole scegliere tra le offerte disponibili rispetto alle proprie necessità e alla propria voglia di viaggiare.

Compilando i campi richiesti le informazioni verranno pubblicate su questo portale alla sezione "Accessibilità" e verrà rilasciato un link con tutti i dati inseriti che può essere inserito sui canali personali di comunicazione. Questa novità è un utile strumento per avere una "fotografia" esaustiva su accessibilità e fruibilità della propria offerta, conoscere le indicazioni utili a offrire un'accoglienza di qualità e favorire una completa ed efficace informazione del cliente.

...perché non esiste accessibilità, fruibilità e accoglienza di qualità senza una comunicazione di quanto presente.

SEI IL GESTORE DI UNA RISORSA TURISTICA?

Per compilare la scheda relativa alla tua offerta turistica compila il form e sarai indirizzato alla scheda di autorilevazione.

SCHEDA auto-rilevazione

PARCHEGGIO

INGRESSO/RECEPTION

ASCENSORE CHE PORTA ALLE CAMERE ACCESSIBILI

CAMERE ACCESSIBILI

SPAZI

ATTENZIONI ALIMENTARI



SEZIONE: PARCHEGGIO

PARCHEGGIO

Posti riservati a persone con disabilità
indicare il numero

2

Pavimentazione del parcheggio

irregolare (es. ghiaia, terra e ciottoli, etc.)

Distanza indicativa dal parcheggio alla reception

Indicare il numero di metri

20

Pavimentazione del percorso tra parcheggio e ingresso

irregolare (es. ghiaia, terra e ciottoli, etc.)

Pavimentazione del percorso tra parcheggio e ingresso

in piano

Foto Parcheggio 1 (l'immagine non deve superare 1MB)
(panoramica parcheggio, si deve vedere pavimentazione)

Nessun file selezionato

Foto Parcheggio 2 (l'immagine non deve superare 1MB)

NUMERO POSTI RISERVATO A
PERSONE CON DISABILITA'

DISTANZA IN METRI DAL
PARCHEGGIO ALL'INGRESSO

TIPOLOGIA DI PAVIMENTAZIONE
DEL TRAGITTO

ALLEGARE LA **FOTO** DEL
PARCHEGGIO



L'IMPORTANZA DI ALLEGARE LE FOTO



SEZIONE: INGRESSO/RECEPTION

INGRESSO/RECEPTION

Gradini/soglia all'ingresso:

Si

Numero gradini

Altezza gradini (in cm)

Foto ingresso 1 (l'immagine non deve superare 1MB)

Ingresso visto dall'esterno

Scegli file nessun file selezionato

Note ingresso

Utilizzare questo spazio per descrivere eventuali criticità o servizi spec
Es. mappe tattili per l'orientamento nella struttura, QR Code informativi
simbolo, guide podotattili a pavimento, guide luminose etc.
Es. indicare se c'è un ingresso alternativo all'ingresso principale

CI SONO GRADINI O SOGLIE
ALL'INGRESSO?

INDICARE NUMERO
DI GRADINI

ALTEZZA DEI GRADINI IN CM

ALLEGARE LA **FOTO**
DELL'INGRESSO E BANCONE

CAMPO NOTE PER
EVIDENZIARE
CRITICITÀ O SERVIZI A
DISPOSIZIONE (ES. INGRESSO
ALTERNATIVO)



L'IMPORTANZA DI ALLEGARE LE FOTO



AUTO RILEVAZIONE: ASCENSORE

ASCENSORE CHE PORTA ALLA CAMERA

Dimensioni interne della cabina - larghezza (in cm)

Dimensioni interne della cabina - lunghezza (in cm)

La porta di ingresso ha una luce netta <80 cm

Foto ascensore 1 (l'immagine non deve superare 1MB)

Ascensore visto da fuori

nessun file selezionato

Foto ascensore 2 (l'immagine non deve superare 1MB)

Interno ascensore

nessun file selezionato

Note ascensore

Utilizzare questo spazio per descrivere eventuali criticità o servizi a disposizione.
Es. avvisi luminosi/sonori; pulsantiera esterna e/o interna il braille etc

DIMENSIONI INTERNE CABINA:
LARGHEZZA

DIMENSIONI INTERNE CABINA:
LUNGHEZZA

LA PORTA DI INGRESSO HA UNA
LUCE NETTA?

ALLEGARE **FOTO**
ASCENSORE:
VISTO DA FUORI E INTERNO

CAMPO NOTE PER EVIDENZIARE
CRITICITÀ O SERVIZI A
DISPOSIZIONE (POSIZIONE
PULANTIERA, BRAILLE...)





L'IMPORTANZA DI ALLEGARE LE **FOTO**



AUTO RILEVAZIONE: CAMERA ACCESSIBILE

Tipo di camera

Singola

Ci sono spazi di movimento <80 cm
(se si inserire una foto)

Si

1 Foto spazi di movimento <80 centimetri

Scegli file Nessun file selezionato

Bagno accessibile interno alla stanza

Si

Dimensione bagno larghezza (in cm)
in centimetri

Foto camera 1 (l'immagine non deve superare 1MB)
Panoramica della stanza (obbligatoria)

Scegli file nessun file selezionato

TIPOLOGIA DI CAMERA

SPAZI DI MOVIMENTI
INFERIORI A 80 CM ?

ALLEGARE **FOTO**
SPAZI MOVIMENTO RIDOTTI
E
PANORAMICA STANZA



L'IMPORTANZA DI ALLEGARE LE **FOTO**



AUTO RILEVAZIONE: BAGNO IN CAMERA

Bagno accessibile interno alla stanza

Si

Dimensione bagno larghezza (in cm)

in centimetri

Dimensione bagno lunghezza (in cm)

in centimetri

Doccia a filo pavimento

Si

Foto camera 1 (l'immagine non deve superare 1MB)

Panoramica della stanza (obbligatoria)

Scegli file nessun file selezionato

BAGNO ACCESSIBILE?

DIMENSIONI BAGNO:
LARGHEZZA E LUNGHEZZA
IN CM

DOCCIA A FILO
PAVIMENTO?

ALLEGARE **FOTO**
SPAZI MOVIMENTO RIDOTTI



L'IMPORTANZA DI ALLEGARE LE **FOTO**



AUTO RILEVAZIONE: **ATTENZIONI ALIMENTARI**

ATTENZIONI ALIMENTARI

Menu specifici

- per persone celiache alimenti confezionati
- per persone celiache alimenti cucinati in loco
- per persone vegane alimenti confezionati
- per persone vegane alimenti cucinati in loco
- per persone vegetariane alimenti confezionati
- per persone vegetariane alimenti cucinati in loco
- per bambini alimenti confezionati
- per bambini alimenti cucinati in loco
- altro (specificare)

Certificazione Spiga Barrata

Si

Altri accorgimenti

- seggiolone per bambini
- scalda biberon
- menù illustrato
- menù in Braille
- menù con caratteri ingranditi
- menù illustrato verbalmente su Tablet o scaricabile su proprio dispositivo mobile
- servizio al tavolo su richiesta
- servizio al tavolo a disposizione
- altro (specificare)

MENU SPECIFICI? ES.
VEGETARIANI
VEGANI
PER BAMBINI
CELIACI
(CUCINATI IN LOCO?)

CERTIFICAZIONE
SPIGA BARRATA



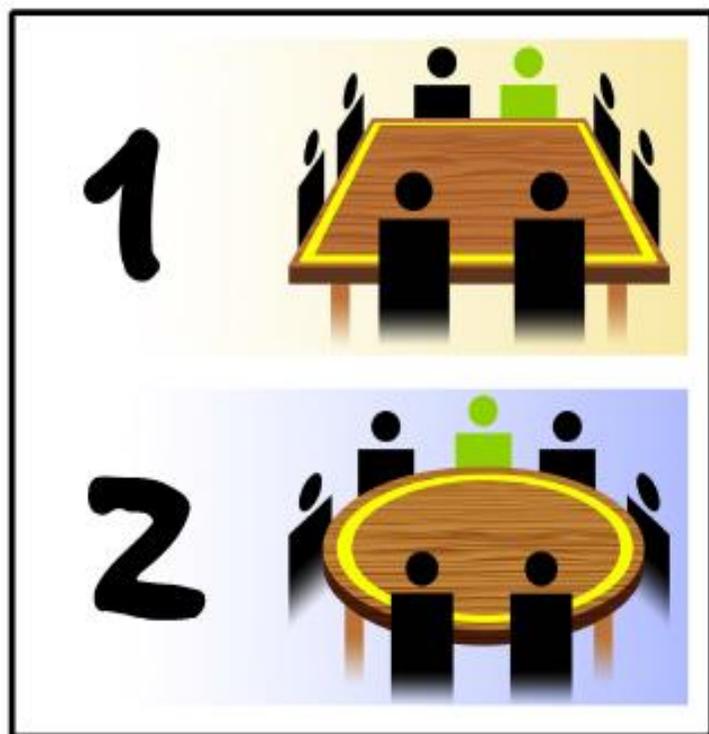
ALTRI ACCORGIMENTI: ES.
SEGGIOLONE
SCALDA BIBERON
MENU ILLUSTRATO
MENU IN BRAILLE



UTILI ACCORGIMENTI



UTILI ACCORGIMENTI



UN ESEMPIO DI SCHEDA PUBBLICATA

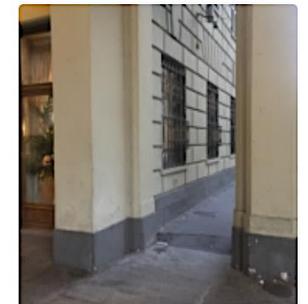
PARCHEGGIO

Posti riservati a persone con disabilità	0
Distanza indicativa dal parcheggio alla reception	15 m
Pavimentazione del parcheggio	Regolare (es. cemento, asfalto pietra, ceramica, ecc.)
Pavimentazione del percorso tra parcheggio e ingresso	In piano – regolare (es. cemento, asfalto, pietra, ceramica etc.)

Foto parcheggio 1



Foto parcheggio 2



INGRESSO

Gradini/soglia all'ingresso:

No

Foto ingresso 1

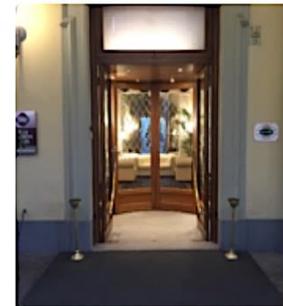


Foto ingresso 2



ASCENSORE

Dimensioni interne della cabina – larghezza (in cm)

75

Dimensioni interne della cabina – lunghezza (in cm)

120

La porta di ingresso ha una luce netta minore di 80 cm

Si

Note ascensore

Pulsantiera interna con caratteri braille

Foto ascensore 1



Foto ascensore 2



CAMERE

Numero camere accessibili **6**

Piani a cui si trovano **0 - 2 - 3**

Camera 012

Piano:	0	Numero camera:	012
Gradini/soglia all'ingresso	No	Numero gradini ingresso	0
Gradini/soglia all'interno della stanza	No	Numero gradini interno	0
Tipo di camera	Altro	Altro tipo di camera	Tripla
Ci sono spazi di movimento inferiori a 80 cm	No		

Bagno accessibile interno alla stanza **Si**

Dimensione bagno larghezza (in cm) **131**

Dimensione bagno lunghezza (in cm) **352**

Doccia a filo pavimento **Si**

Foto camera 1



Foto camera 2



Foto servizio igienico 1

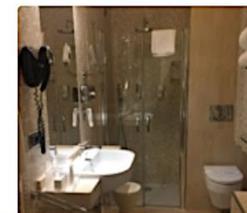
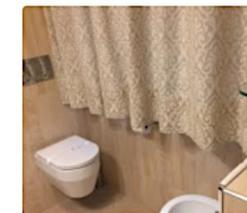


Foto servizio igienico 2





La Catena dell'Accessibilità

Descrivere ogni «anello» della vacanza (accesso e utilizzo)

Accessibility chain – Tourism for All based on integrated services

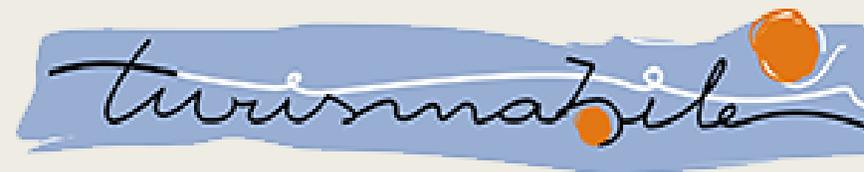
Catena dell'accessibilità – Servizi integrati alla base del Turismo per Tutti

-  Information
Informazioni
-  Travel
Viaggio
-  Arrival and departure
Arrivo e partenza
-  Accommodation
Albergo
-  Food
Ristoranti
-  Activities and sports
Attività e sport
-  Services on location
Servizi
-  Entertainment and shopping
Diversimenti e shopping
-  Excursion
Visite
-  Guestbook and fidelity
Riscatto e fidelizzazione



POLITICALLY CORRECT





***«Che cosa mi da più fastidio? Chi,
potendo trovare soluzioni per migliorare
la vita delle persone con disabilità, non lo
fa per indifferenza e pigrizia»***

Paolo Osiride Ferrero



Grazie!



CpdConsulta
Turismabile

www.turismabile.it