

The logo consists of the letters 'S&D' in white, bold, sans-serif font, set against a solid red square background.

Gruppo dell'Alleanza Progressista dei
Socialisti & Democratici
al Parlamento europeo

Presentazione del progetto locale Itaca.

Una buona pratica territoriale di utilizzo dei fondi europei.

a cura di
Brando BENIFEI (S&D)



ITACA - Itinerari Turistici Accessibili Aperti

ITACA è una iniziativa di cooperazione europea promossa da Società della Salute di Pisa e rivolto a favorire l'accessibilità turistica dei disabili. Il Progetto è finanziato dal Programma Interreg Italia Francia Marittimo 2014-2020, che interessa le province costiere di Toscana, Liguria, Sardegna, Corsica e una parte della Region Paca. La durata è di due anni.

ITACA intende valorizzare un'idea di turismo innovativo e sostenibile promuovendo l'accessibilità per tutti i cittadini come valore qualificante di competitività e inclusività per le imprese e i territori, attraverso la messa a punto di iniziative di sviluppo di prodotti eco-turistici, come strumento d'identificazione assegnato agli operatori del settore turistico alberghiero, artigianato e agro-alimentare impegnati in un percorso di qualità e sostenibilità. L'obiettivo generale è l'aumento della competitività internazionale delle micro e PMI nel turismo sostenibile, attraverso lo sviluppo di un marchio turistico comune dello spazio transfrontaliero di ospitalità accessibile. Il progetto, inoltre, mira a realizzare una campagna di comunicazione istituzionale mirata per la diffusione e la condivisioni di informazioni sull'accessibilità di territori e servizi, in particolare per le persone diversamente abili.

Output principali del progetto sono: 1 Marchio turistico transfrontaliero di ospitalità accessibile, 4 Bandi per imprese turistiche, 1 Portale web e App con Mappa di itinerari di turismo accessibile, 1 Protocollo congiunto per gli enti e gli operatori turistici delle 5 regioni, 4 Itinerari turistici transfrontalieri, 4 Laboratori congiunti per gli itinerari transfrontalieri. Il progetto valorizza esperienze esistenti a livello regionale ma per la prima volta intende creare strumenti stabili a livello transfrontaliero di promozione turistica e qualificazione dei servizi, oltre che una mappatura dell'area di cooperazione coinvolgendo enti pubblici, PMI e microimprese, Camere di commercio, Associazioni di categoria ONG, associazioni di consumatori. ITACA è promosso da un partenariato pubblico e privato e le soluzioni proposte dal progetto risultano innovative in termini di promozione di un modello economico sociale inclusivo, che costituisce una risposta concreta al problema comune di accessibilità turistica ai territori dell'area, attraverso il superamento delle barriere fisiche e culturali.

I partner

La Società della Salute di Pisa (capofila), l'Ufficio del Turismo di Ajaccio, la Regione Sardegna, Confcommercio La Spezia, la Cooperativa Cellarius, Radio Toscana e l'emittente radiofonica francese RCF.

Obiettivo generale

L'aumento della competitività internazionale delle micro e PMI nel turismo sostenibile, attraverso lo sviluppo di un marchio turistico comune allo spazio transfrontaliero per l'ospitalità accessibile. Il progetto, inoltre, intende realizzare una campagna di comunicazione istituzionale mirata alla diffusione e alla condivisione di informazioni sull'accessibilità di territori e servizi, in particolare per le persone diversamente abili

Obiettivi specifici

L'aumento della competitività internazionale delle imprese dell'area nel settore turistico è valorizzato dal miglioramento della qualità dell'offerta turistica attraverso la creazione e implementazione di un marchio per il turismo accessibile da diffondere, sia presso gli operatori economici che presso gli enti istituzionali, per la qualificazione e il marketing dell'area, quale fattore di sviluppo intelligente, inclusivo e sostenibile

Un'azione istituzionale congiunta è intesa a creare soluzioni e strumenti sostenibili di miglioramento della competitività attraverso la definizione e sperimentazione di un modello comune e transfrontaliero di turismo accessibile, attraverso la creazione e l'implementazione di strumenti stabili di ICT e la messa a punto di nuovi itinerari e laboratori per operatori, imprese e istituzioni che valorizzino esperienze, buone pratiche e scambio di conoscenze. Un'azione di sensibilizzazione e diffusione di conoscenze su strumenti, approcci e standard qualitativi contribuisce a definire il modello inclusivo, sostenibile e intelligente di turismo per tutti proposto da ITACA, accompagnando l'azione istituzionale congiunta con azioni di animazione e coinvolgimento degli stakeholder per rafforzare e consolidare l'impatto sui territori dell'area transfrontaliera.

Le azioni

- *Creazione di un marchio turistico transfrontaliero.*
- *Regolamento di utilizzo del marchio.*
- *Azioni di coinvolgimento delle imprese turistiche attraverso la pubblicazione di un bando per le imprese turistiche che manifestano l'intenzione di ottenere il marchio.*
- *Mappatura dell'offerta e dei servizi turistici transfrontalieri e loro sistematizzazione su una webmap e sui portali di accessibilità turistica delle Regioni.*

- *Sperimentazioni congiunte di itinerari di turismo accessibile, attraverso la creazione di 4 proposte di itinerari turistici (uno per stagione) che coinvolgono le cinque regioni partner e la loro sperimentazione attraverso 4 missioni. Il resoconto delle missioni (video, narrativo, social) mira a verificare e testimoniare l'efficacia dei servizi nelle differenti località.*
- *Attività di comunicazione: piano di coinvolgimento degli stakeholder, campagna social network, trasmissioni radiofoniche, spot radio e video pillole.*

I risultati

La creazione di un marchio per il turismo accessibile facilita l'identificazione della qualità dei servizi a beneficio di un aumento degli arrivi dei turisti non residenti. Specifiche azioni di animazione e strumenti stabili ICT contribuiscono al miglioramento dell'immagine turistica di un'area accessibile per tutti.

La creazione e sperimentazione di nuovi itinerari ad hoc a livello transfrontaliero, aumenta la quantità e la qualità dell'offerta facilitando un aumento del turismo non residenti, creando percorsi per tutti, mettendo a disposizione strumenti ed esperienze per una migliore e più sostenibile fruizione turistica dell'area

Una strategia stabile e duratura di diffusione e conoscenza degli standard qualitativi si realizza attraverso campagne istituzionali di sensibilizzazione, informazione e diffusione di buone pratiche sul tema del turismo accessibile. Enti, imprese e operatori del settore collaborano a livello transfrontaliero per una crescita culturale, economica e qualitativa al fine di attrarre nuovo turismo consapevole ed esperienziale.

Analisi di mercato: IL TURISMO PER TUTTI

Di "turismo per disabili", di "turismo per persone con esigenze speciali", di "turismo accessibile" si è cominciato a parlare in maniera articolata e seria circa 30 anni fa ed è del 1993 la prima ricerca scientifica - realizzata dalla società di consulenza Touche Ross - che fissava a quota 50 milioni, una percentuale pari all'11% della popolazione, le persone con disabilità nell'Europa occidentale.

Secondo un dato ormai costante e consolidato negli anni, l'Organizzazione mondiale della Sanità (WHO - World Health Organization) parla di 1 miliardo di persone che convive con forme di disabilità, pari al 15% della popolazione mondiale. La dimensione è talmente grande, e le innovazioni tecniche e tecnologiche consentono di effettuare viaggi ad un numero così ampio di persone con disabilità, che si è passati dal concetto di "turismo accessibile" a quello di "turismo per tutti". Ovvero le regole da seguire per rendere

accessibili mezzi di trasporto, strutture ricettive, bar, ristoranti, negozi, musei, parchi naturali, parchi gioco, spiagge libere ed attrezzate ed ogni altra possibile attrazione turistica a partire dal proprio sito internet devono essere considerate utili a tutti, anche a chi - in quel momento - ha la fortuna di non vivere una condizione di disabilità.

Questo processo di evoluzione verso l'accessibilità per tutti, una pre-condizione di civiltà e di rispetto dei diritti umani prima ancora che una caratteristica necessaria ad essere fruibili da un numero maggiore di persone viste come clienti potenziali o attuali, è stato però molto lento negli anni ed è ancora lontano dall'essere concluso, anche nei paesi più sensibili ed avanzati. Soltanto nel 2013, per fare soltanto un esempio, la UNWTO (United Nation World Tourism Organization) ha organizzato la prima Conferenza europea sul Turismo Accessibile, nella Repubblica di San Marino. E ancora più recentemente, il 27 settembre 2016, la stessa UNWTO ha dedicato al "Tourism for All" la propria Giornata mondiale del Turismo, avvertendo l'esigenza di dare una spinta, anche in termini di comunicazione, alla accessibilità universale in questo settore economico, che - non dobbiamo mai dimenticarlo - genera il 10% del prodotto interno lordo mondiale e dei posti di lavoro (compreso naturalmente l'indotto).

Stando ai dati del Comitato per la Promozione ed il Sostegno del Turismo Accessibile in Italia, presentati dalla Dott.ssa Flavia Coccia in occasione della giornata dedicata al tema da Internet Festival 2017 a Pisa, il progetto transfrontaliero "ITACA - Itinerari Turistici Accessibili Aperti" si affianca ai 360 già operativi in Italia, di cui il 58% riguarda le disabilità fisiche e motorie, il 27,5% le disabilità sensoriali, il 5,5% le disabilità mentali e psichiche, l'8,6% altre necessità specifiche. Tanti piccoli progetti, poco o per niente collegati fra loro, in cui la competenza tecnica, l'impegno e la magnifica buona volontà dei promotori e dei soggetti coinvolti non hanno spesso a disposizione una adeguata capacità di spesa e forza di comunicazione per poter arrivare con successo ai destinatari stessi del progetto: gli operatori turistici da una parte, i turisti con disabilità dall'altra parte.

La situazione non appare diversa a livello internazionale. Leggendo gli atti della Conferenza europea sul Turismo Accessibile di San Marino (2013) ed i successivi documenti pubblicati dalla UNWTO, si trovano tantissimi esempi di progetti dedicati al "turismo per tutti" in giro per il mondo, ma con le stesse caratteristiche evidenziate in Italia: dimensioni piccole, budget finanziari modesti, scarsa capacità di comunicazione. Per cui, anche nei casi di maggior successo - che potrebbero essere di modello per altri - i risultati ottenuti non godono dell'auspicata incisività, anche in termini di mainstreaming.

Nel mondo, abbiamo detto, ci sono circa 1 miliardo di persone con disabilità, pari al 15% dell'intera popolazione, e una percentuale simile la ritroviamo a livello di Unione Europea (140 milioni di persone) e Italia (poco meno di 10 milioni di persone). Sempre in occasione di Internet Festival 2017, Flavia Coccia ha fornito altri dati di grande interesse:

- *138.6 milioni di persone con bisogni di accessibilità in EU, dei quali il 35.9% ha un'età tra i 15-64 anni e il 64.1% oltre 65 anni.*
- *UK, Francia, Germania, Italia e Spagna sono le nazioni europee con il numero maggiore di persone con esigenze speciali (circa 10 milioni a Paese).*
- *Le persone con disabilità in EU hanno fatto circa 783 milioni di viaggi e la domanda crescerà fino a circa 862 milioni di viaggi nel 2020, con una*

crescita media annua dell'1,2%.

- *Il fatturato lordo diretto del turismo accessibile nell'Unione Europea (2012) è stato di € 352 miliardi di euro, con un effetto moltiplicatore indotto fino a 786 miliardi di euro.*
- *Gli occupati diretti del Turismo Accessibile nell'Unione Europea (2012) sono stati 4,2 milioni di persone, ed oltre il doppio (8,7 milioni di occupati) se consideriamo l'indotto.*

Il turismo accessibile si avvia dunque rapidamente a raggiungere un peso di circa il 10% del totale a livello mondiale, percentuale già raggiunta ad esempio in paesi come il Regno Unito e l'Australia che sono assolutamente all'avanguardia in questo settore. Ecco perché l'espressione "turismo per tutti" ha assunto un forte valore anche economico: quando si raggiunge la doppia cifra percentuale, non si può più essere considerati una "nicchia" o un settore comunque specialistico, ma si diventa parte integrante e protagonista dell'intero comparto economico che va sotto il nome di turismo.

Un settore che da qui al 2030 è stimato crescere in maniera costante del 4% ogni anno, fino ad arrivare alla cifra di 2 miliardi di viaggiatori, ma che già nel 2017 - per esempio - è arrivato ad un tasso di crescita oscillante fra il 7-9%, tanto da aver portato all'attenzione dei media di tutto il mondo il tema dell'**overtourism**, ovvero dell'afflusso eccessivo di turisti in alcune città (Barcellona, Venezia, Praga, Firenze) ed in alcuni dei siti turistici di maggiore notorietà ed attrattività.

Il progetto ITACA si è posto al centro di questo processo, nel momento stesso in cui ha indicato come proprio obiettivo principale quello di **"aumentare la competitività internazionale delle micro e PMI nelle filiere prioritarie transfrontaliere"**, quindi su un territorio vasto ed omogeneo che include Toscana, Liguria e Sardegna in Italia, Corsica e Costa Azzurra (Region Paca) in Francia.

La base di riferimento ci viene ancora dai dati del Comitato per la Promozione ed il Sostegno del Turismo Accessibile in Italia, che è opportuno citare per intero, proprio perché danno un quadro delle potenzialità già in essere oggi:

- *Le stime dell'EU indicano un miglioramento minimo dell'accessibilità nel 18% dell'offerta, che porterebbe ad un aumento del +14,7% dei viaggi in Europa per un fatturato diretto di 415 miliardi di euro.*
- *Se di questi l'Italia intercettasse il 10%, e considerando che il turismo culturale in Italia somma il 43% delle presenze turistiche totali, accoglierebbe ben 37 milioni di viaggi legati all'accessibilità.*
- *Inoltre, se il Paese attivasse un percorso di miglioramento minimo dell'offerta potrebbe intercettare 42 milioni di viaggi in più, con un aumento della spesa complessiva di 6,4 miliardi di euro solo per il turismo culturale. Di questi, il 27% pari a 1,7 miliardi di euro, andrebbero come ricavi per le attività e i beni culturali.*

Le parole chiave sono proprio *“un miglioramento minimo dell’accessibilità”*, le quali racchiudono in sé tutto il senso di questa pur breve analisi di mercato, che vuole indicare i percorsi di lavoro da condividere con gli operatori turistici e gli altri soggetti economici che vorranno dare la loro adesione volontaria al progetto ITACA.

Cosa si richiede per poter accedere ed essere presenti con successo sul mercato del “turismo per tutti”?

Esistono standard internazionali, codificati in vari documenti della UNWTO, sui quali si misura la **accessibilità**, veramente per tutti, e la **capacità** di comunicare in maniera esaustiva e corretta informazioni sulle caratteristiche della propria struttura, qualunque essa sia. Regole di “universal design”, come viene chiamato, ovvero la progettazione di prodotti, ambienti, programmi e servizi universali, cioè utilizzabili da tutte le persone, nella massima misura possibile, senza la necessità di adattamento o con minima forma di assistenza per persone che ne abbiano comunque necessità. Un design orientato all’utente, seguendo un approccio olistico per venire incontro alle esigenze delle persone con **disabilità**, anche temporanea, e che dovrebbe prima di tutto essere adottato per potersi muovere all’interno delle città o sui tragitti da un luogo all’altro, con mezzi di trasporto pubblici.

Il concetto di una destinazione turistica accessibile dovrebbe essere basato su strutture accessibili, infrastrutture e trasporti senza ostacoli di sorta, in modo che non si vengano a creare i paradossi, purtroppo non così rari, di avere attrazioni turistiche e strutture commerciali, ricettive e della ristorazione accessibili secondo le norme, ma posti in zone dove la **viabilità** non consente a tutti di arrivare e quindi impossibilitati ad offrire il servizio che pure sarebbero in grado di offrire.

Qui si arriva all’aspetto centrale dell’**accessibilità**: dare indicazioni chiare ed accessibili, anche a chi ha problemi di vista e di udito, su quelle che sono le caratteristiche tecniche della propria struttura, in modo da permettere a ciascuna persona di valutare se quella struttura è accessibile per le proprie condizioni fisiche, mentali, di salute e di **mobilità**.

Ogni destinazione turistica organizzata, ogni operatore singolo dovrebbe cioè spiegare con esattezza - e con il supporto di mappe, fotografie, video - il livello di **accessibilità** delle strutture e dei servizi, in modo da offrire una informazione corretta, fin dal momento in cui si accede ad un sito internet o ad un sistema di prenotazione, che dovrebbero essere progettati in modo che possano essere utilizzati da tutti, seguendo le regole della **accessibilità** sul web. Il “turismo per tutti” non può e non deve considerare la persona con **disabilità** come un “malato” a cui offrire assistenza sanitaria, ma un turista-viaggiatore, un “cliente” che richiede servizi di **qualità**, e dunque servizi che vanno a beneficio di tutti.

In termini di promozione e di accoglienza turistica il cambio di **mentalità** - l’abbattimento della barriera mentale prima ancora di quella architettonica - non è assolutamente scontato, soprattutto per coloro che non hanno maturato esperienze specifiche nel settore. La considerazione vale sia per le **autorità** pubbliche, con funzioni di “destination management”, che per gli operatori turistici privati e le loro associazioni di categoria.

Uno degli elementi principali di un progetto transfrontaliero deve essere quello di creare le condizioni favorevoli per uno scambio di buone pratiche fra i partner partecipanti, ed in questo senso ITACA si trova in condizioni assolutamente favorevoli, in quanto può offrire un terreno di dialogo, di confronto e di crescita reciproca, promuovendo esperienze già disponibili:

- *il marchio “Tourisme & Handicap”, di proprietà del Governo francese, che viene rilasciato alle strutture accessibili e che contiene al suo interno 4 pittogrammi relativi alle quattro principali forme di disabilità, in modo che ciascun soggetto possa comunicare direttamente, in maniera percepibile, i servizi offerti;*
- *la app Sardegna accessibile, realizzata dall’Assessorato al Turismo della Regione Autonoma della Sardegna, che contiene informazioni sulle caratteristiche di accessibilità di strutture ricettive, musei ed aree archeologiche sul territorio regionale;*
- *il sito Toscana Accessibile della Regione Toscana, integrato in maniera molto efficace con il nuovo portale di destinazione turistica www.visittuscany.it Documento6 in modo da offrire nella maniera più semplice e diretta informazioni al turista-viaggiatore che sta pianificando un viaggio in Toscana;*
- *l’elenco degli stabilimenti balneari accessibili disponibile in formato .pdf sul sito della Regione Liguria.*



ITINERARI
TURISTICI
ACCESSIBILI
APERTI



Gruppo dell'Alleanza Progressista dei
Socialisti & Democratici
al Parlamento europeo



itaca

contatti

www.brandobenifei.it
www.socialistanddemocrats.eu
facebook.com/benifeibrando
[@brandobenifei](https://twitter.com/brandobenifei)