



Il Libro Bianco sul Turismo per Tutti in Italia è il risultato di un processo di lunga deriva, che ha presupposti, basi e svolgimento, attualità e certamente anche futuro. 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.

L'Italia turistica ha negli ultimi anni raggiunto una fase in cui non si può certo più considerare 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" comunque tra le più apprezzate e desiderate del Mondo, a cui però si richiedono e da cui si pretendono non solo emozioni, ma anche e sempre più prestazioni in linea con i migliori standard internazionali.

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 come il nostro, l’idea di accogliere tutti i turisti non deve più essere un optional. Si tratta invece di una prova di civiltà a cui non ci si può sottrarre. Non ha più senso parlare di qualità senza assumere questa come precondizione. 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”.

\* \* \*

Questo Libro Bianco inizia descrivendo il “Mercato” di riferimento: domanda e offerta.

Quanto ai protagonisti della domanda, il confine non è così ben definito, ed è riduttivo, infatti, pensare alle sole persone con disabilità. Si tratta di includere il più ampio e generico mondo dei bisogni che possono essere rappresentati anche da persone che non hanno disabilità evidenti e riscontrabili. Ma questo non è facile da quantificare.

Secondo 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. Il dato percentuale viene rilevato in crescita rispetto al 1970, quando era pari al 10%. In Italia le stime convergono verso una quota di persone con handicap del 12-15%, ed un valore assoluto di 7-10 milioni.

L’offerta è la stessa che si rivolge a tutti i turisti, ma con in più l’insieme di servizi, strutture, professionalità ed attenzioni 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.

Per Turismo Accessibile si intende un turismo attento ai bisogni di tutti, quindi con una qualità dell’offerta molto alta. Gli studi e le indagini più sistematiche ed aggiornate in Italia, condotte da Unioncamere-Isnart, riportano risultati in crescita:

- 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.

\* \* \*

Ma non è stato sempre così: anche se la Costituzione Italiana sancisce la pari dignità sociale e l'uguaglianza di tutti i cittadini indipendentemente dalle condizioni personali e sociali, il percorso non è stato e non è né breve né automatico.

Il turismo delle persone con disabilità nel corso dei primi anni della Repubblica è stato circoscritto al cosiddetto turismo sociale, ovvero ai viaggi in formula organizzata rivolti ad un pubblico omogeneo, che propone caratteri di socialità e che tutela categorie deboli.

La prima azione sistematica, nazionale ed istituzionale in Italia è datata 1997, con il progetto "Italia per Tutti", che produsse azioni di sensibilizzazione, informazione e comunicazione.

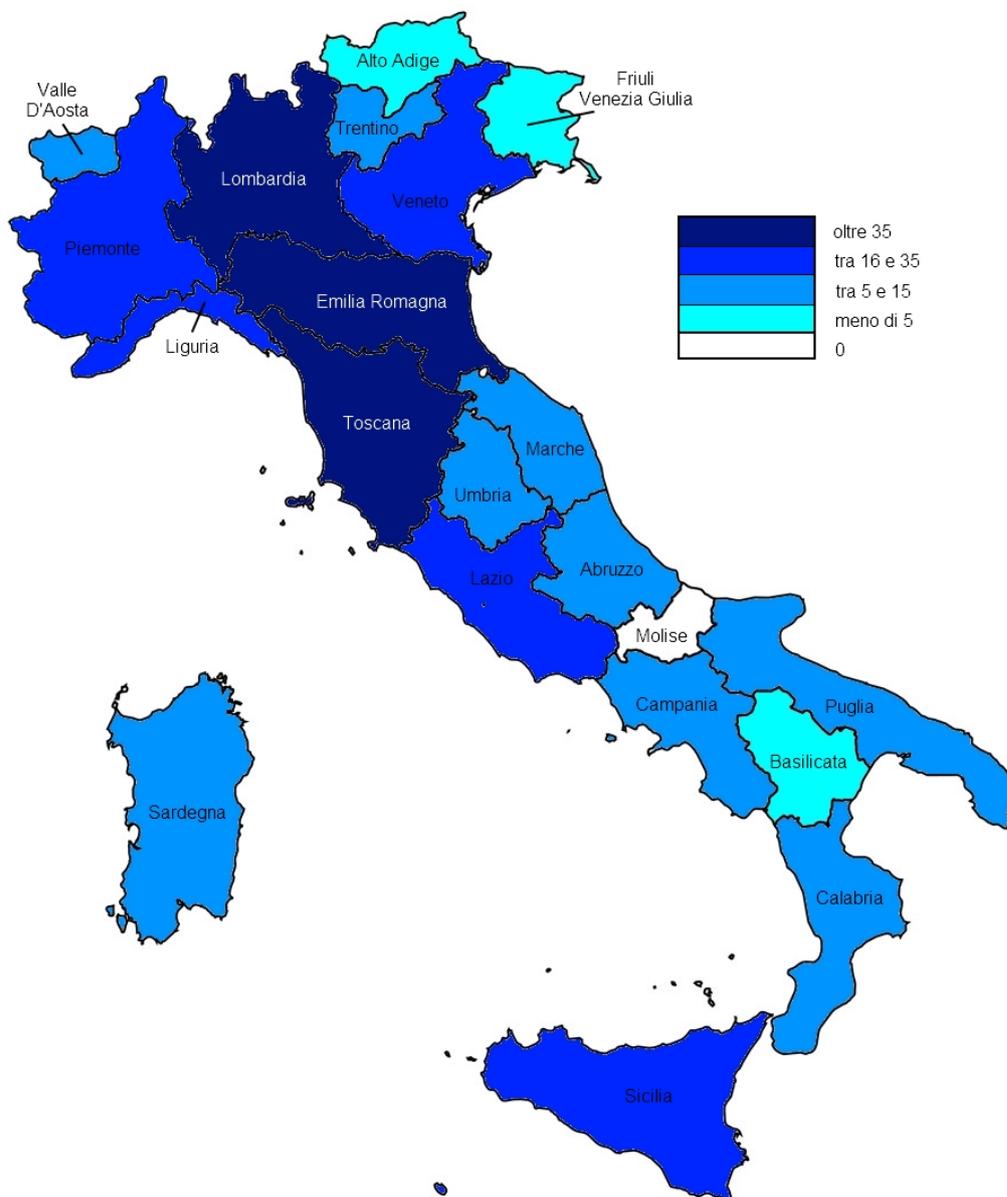
In seguito vari altri progetti si sono succeduti e sviluppati, a scala e livello differente, ma per tornare ad un approccio nazionale e sistematico occorre arrivare al periodo 2009-2011, con la redazione e la diffusione del "Manifesto per la promozione del turismo accessibile".

\* \* \*

Questo Libro Bianco ha raccolto e analizzato 360 esperienze italiane di turismo accessibile (qui definite "progetti"), raccolti in un unico database, aggiornato al 14 gennaio 2013.

I progetti riguardano tutte le aree del Paese, tutte le tipologie di disabilità e bisogni speciali, mettono a disposizione tutti i più disparati strumenti, anche comunicativi, e si sono sviluppati in misura crescente a partire dal 1999.

## I progetti per regione (valori assoluti)



L'era contemporanea del turismo accessibile in Italia è iniziata con la designazione di Piero Gnudi all'incarico di Ministro per il Turismo. In rapida successione, viene riconfermata e rinnovata la Struttura di Missione per il rilancio dell'immagine dell'Italia.

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.

Il Comitato si è insediato il 28 giugno 2012, ed ha delineato i propri obiettivi, contestualizzando 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. In particolare:

- la costituzione di quattro gruppi di lavoro corrispondenti alle aree ritenute prioritarie (Informazione e Comunicazione, Trasporti, Accoglienza e Ospitalità, Formazione), che corrisponde all'esigenza di portare le diverse aree problematiche ad un livello di definizione soddisfacente;
- la necessità di elaborare in tempi brevi un documento-proposta da trasferire al Ministro e, per esso, all'azione di Governo.

\* \* \*

I documenti prodotti dai quattro Gruppi di lavoro sono quindi confluiti in una sintesi dal taglio più prettamente operativo ("To Do List"), finalizzata ad ispirare l'azione politica e di governo intorno al tema del turismo accessibile.

La To Do List fornisce innanzi tutto indicazioni circa il controverso tema del Codice del Turismo.

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 sull'accessibilità.

Quanto alla formazione, si identificano come prioritari gli 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.