

Interreg
Italia-Slovenija



Co-funded by
the European Union

DATIS

**STRATEGIA CONGIUNTA E LINEE
GUIDA PER IL MIGLIORAMENTO
DELL'ACCESSIBILITÀ DIGITALE
NEL TURISMO NELL'AREA
TRANSFRONTALIERA
ITALIA-SLOVENIA**

Contenuti

1. Obiettivo del documento	4
2. Sfide del progetto DATIS.....	6
3. La metodologia adottata	7
4. Principali risultati	9
4.1 Risultati dell'indagine transfrontaliera sulle abitudini e sulle esperienze degli utenti	9
4.2 Risultati dell'analisi dell'accessibilità digitale di 100 operatori turistici	10
4.3 Risultati delle interviste qualitative con gli stakeholder	11
4.4 L'importanza di un approccio sistemico.....	13
5. Obiettivi strategici	14
5.1 Dalla conformità formale all'effettiva accessibilità per l'utente	14
5.2 Garantire informazioni chiare, concrete e verificabili sull'accessibilità.....	14
5.3 Collegare l'accessibilità fisica, digitale e comunicativa	15
5.4 Coinvolgere la fragilità nella sperimentazione e nel miglioramento delle soluzioni	15
5.5 Aumentare la consapevolezza e le conoscenze nel settore turistico	16
5.6 Sviluppare un approccio transfrontaliero integrato all'accessibilità digitale nel turismo	16
5.7 Rafforzare la fiducia, l'indipendenza e l'uguaglianza degli utenti nella pianificazione delle esperienze turistiche	17
6. Linee guida per gli operatori turistici	18
6.1 L'accessibilità come aspetto chiave del percorso utente	18
6.2 Diversi gruppi di utenti ma barriere comuni	19
6.2.1 Utenti ciechi e ipovedenti	19
6.2.2 Utenti sordi e ipoudenti	19
6.2.3 Persone con disabilità cognitive, intellettive e comunicative	20
6.2.4 Persone con disagio mentale e sociale	20
6.2.5 Persone con disabilità motorie.....	21
6.2.6 La popolazione anziana	21
6.2.7 Barriere comuni e condizioni comuni per l'accessibilità.....	22
6.3 Collegare accessibilità digitale, comunicativa e fisica.....	22
6.4 Quattro principi dell'informazione e dei servizi turistici accessibili.....	23
6.4.1 Percepibilità	23
6.4.2 Comprensibilità	24
6.4.3 Usabilità.....	24

6.4.4	Compatibilità e robustezza	24
6.4.5	Applicazione dei principi nella pratica turistica	25
6.5	Linee guida per l'accessibilità digitale	25
6.5.1	Struttura e navigazione del sito web.....	26
6.5.2	Utilizzo tramite tastiera e tecnologie assistive	26
6.5.3	Moduli e procedure di prenotazione	27
6.5.4	Immagini, video e contenuti multimediali.....	27
6.5.5	Leggibilità, contrasto e adattabilità della visualizzazione	28
6.5.6	Documenti accessibili	29
6.5.7	QR Code, mappe digitali e contenuti in loco.....	29
6.5.8	Verifica regolare dei contenuti digitali	30
6.6	Linee guida per l'accessibilità comunicativa	30
6.6.1	Informazioni chiare e concrete	30
6.6.2	Molteplicità dei canali di comunicazione	31
6.6.3	Conferme e istruzioni scritte	32
6.6.4	Linguaggio comprensibile e prevedibilità	32
6.6.5	Accessibilità per gli utenti sordi e ipoudenti	33
6.6.6	Comunicazione rispettosa e priva di stigmatizzazione	33
6.6.7	Formazione del personale.....	34
6.6.8	Verifica dell'accessibilità comunicativa	34
7.	Misure a breve termine.....	35
7.1	Revisione delle informazioni esistenti	35
7.2	Integrazione delle informazioni sull'accessibilità.....	35
7.3	Organizzazione della struttura di base del sito web	36
7.4	Etichettatura di link, pulsanti e moduli	37
7.5	Aggiunta delle descrizioni delle immagini	37
7.6	Sottotitoli e alternative testuali per i video	38
7.7	Organizzazione dei canali di contatto.....	39
7.8	Formazione di base del personale	39
7.9	Prima verifica con gli utenti	39
7.10	Nomina di una persona responsabile	40
7.11	Ordine di priorità delle misure a breve termine.....	40
8.	Misure a lungo termine.....	42
8.1	Integrare l'accessibilità nella gestione ordinaria dell'offerta	42
8.2	L'accessibilità come condizione nell'affidamento di nuove soluzioni digitali	42

8.3 Verifica regolare dei contenuti e dei servizi digitali	43
8.4 Coinvolgere le persone con disabilità e la popolazione anziana nella sperimentazione.....	43
8.5 Formazione continua del personale	44
8.6 Collegare i miglioramenti fisici alle informazioni digitali	44
8.7 Sistema per la raccolta e la gestione del feedback.....	45
8.8 Monitoraggio degli effetti e indicatori di base	45
8.9 Cooperazione transfrontaliera e scambio di buone pratiche.....	46
8.10 L'accessibilità come parte della qualità e della sostenibilità del turismo	46
9. Esempi di buone pratiche in Europa e loro trasferibilità	47
9.1 Strategie urbane per il turismo accessibile	47
9.2 Programmi nazionali e regionali	48
9.3 Progetti europei e piattaforme digitali	49
9.4 Partenariati pubblico-privati e iniziative di settore.....	50
9.5 Caratteristiche comuni delle buone pratiche.....	50
9.6 Trasferibilità all'area transfrontaliera Italia–Slovenia.....	51
10. Conclusione	52
11. Fonti	53
11.1 DATIS project	53
11.2 Quadro giuridico e tecnico nell'Unione Europea	53
11.3 Turismo accessibile e design universale.....	54
11.4 Examples of good practice in Europe	54

1. Obiettivo del documento

Il presente documento presenta una strategia congiunta per il miglioramento dell'accessibilità digitale nel turismo nell'area transfrontaliera Italia-Slovenia, elaborata nell'ambito del progetto DATIS. In termini di contenuti, il documento riunisce le Attività D 1.2.2 – Elaborazione congiunta di una strategia per migliorare l'accessibilità digitale nel settore turistico e D 1.2.3 – Strategia e linee guida per il miglioramento dell'accessibilità digitale nel settore turistico nell'area transfrontaliera.

La strategia si basa sui risultati del lavoro di ricerca, analitico e partecipativo svolto nell'ambito del progetto DATIS. Comprende i risultati di un'indagine transfrontaliera sulle abitudini e sulle esperienze degli utenti con disabilità, i risultati di un'analisi dell'accessibilità digitale di 100 siti web turistici della Slovenia e dell'Italia e i risultati di interviste qualitative con stakeholder che, nella pratica, sono coinvolti nell'organizzazione di visite turistiche, escursioni e viaggi per utenti con diverse forme di disabilità.

Il documento è destinato agli operatori turistici, alle istituzioni culturali, alle organizzazioni di gestione delle destinazioni, alle istituzioni pubbliche e agli altri stakeholder dell'area transfrontaliera. Il suo scopo è fornire un quadro strategico comune che favorisca una migliore comprensione dell'accessibilità digitale e la pianificazione di miglioramenti concreti dell'offerta turistica.

Il presupposto di base della strategia è che l'esperienza turistica inizi prima che l'utente arrivi nel luogo prescelto. L'utente cerca innanzitutto informazioni, verifica l'offerta, pianifica la visita, confronta le opzioni, effettua una prenotazione o contatta l'operatore. Se questo primo punto di contatto non è accessibile, comprensibile e utilizzabile l'utente può essere escluso già nella fase di pianificazione.

La strategia considera pertanto l'accessibilità digitale come parte integrante dell'esperienza turistica complessiva. L'accessibilità digitale è connessa all'accessibilità fisica e comunicativa, poiché gli utenti hanno bisogno di informazioni chiare sullo spazio, sul servizio, sulla comunicazione, sul supporto, sulle limitazioni e sulle condizioni effettive della visita per poter prendere decisioni in autonomia.

Particolare attenzione è riservata alle persone con disabilità, in particolare agli utenti ciechi e ipovedenti e alle persone con disabilità cognitive, neurologiche, psicosociali e comunicative, nonché alla popolazione anziana. Per questi gruppi di utenti, informazioni affidabili, comprensibili e accessibili sono spesso decisive per consentire loro di valutare autonomamente se uno specifico servizio turistico sia adatto, sicuro e utilizzabile.

Il turismo accessibile è un approccio che, attraverso la rimozione delle barriere fisiche, digitali e comunicative, crea le condizioni sociali per la partecipazione, il riconoscimento, l'indipendenza e l'uguaglianza nella pratica. Si basa sulla consapevolezza che le barriere nel turismo derivano spesso dal modo in cui sono progettati gli spazi, le informazioni, i

servizi, la comunicazione e le aspettative. L'accessibilità è pertanto parte integrante di un turismo responsabile, inclusivo e di qualità. Il documento sintetizza i risultati del progetto in obiettivi strategici, linee guida pratiche per gli operatori turistici, misure a breve e a lungo termine ed esempi di buone pratiche in Europa trasferibili all'area transfrontaliera Italia–Slovenia.

2. Sfide del progetto DATIS

Il progetto DATIS è stato concepito come risposta a una sfida comune nell'area transfrontaliera Italia–Slovenia: migliorare l'accessibilità digitale e l'inclusione sociale nel settore turistico per le persone con disabilità e la popolazione anziana. Il progetto parte dalla constatazione che il potenziale turistico dell'area transfrontaliera non è pienamente accessibile a tutti gli utenti, in particolare a causa dell'insufficienza delle informazioni digitali, dell'inadeguata accessibilità dei siti web e delle applicazioni e della limitata consapevolezza, tra gli operatori turistici, delle barriere che gli utenti incontrano nell'accesso alle informazioni e, conseguentemente, ai servizi.

Un importante punto di partenza del progetto è stata la consapevolezza che l'esperienza turistica inizia prima dell'arrivo alla destinazione di un viaggio, di un'escursione o di una visita al patrimonio culturale. Gli utenti cercano innanzitutto informazioni sull'offerta nei siti web, nelle applicazioni, nelle guide digitali, nei moduli online, nelle mappe, nei contenuti multimediali e in altri canali digitali. Se queste fonti non sono accessibili, comprensibili e utilizzabili, possono sorgere barriere già nella fase di pianificazione dell'esperienza.

Il progetto DATIS ha pertanto considerato l'accessibilità digitale come parte integrante dell'esperienza turistica complessiva. Informazioni digitali accessibili consentono agli utenti di verificare l'offerta, comprendere le condizioni di accesso, valutare se il servizio sia adatto a loro, contattare l'operatore e prendere una decisione informata.

Il progetto si è basato su un approccio multidisciplinare e partecipativo. Ha coinvolto partner provenienti da diversi ambiti, tra cui turismo, ricerca, accessibilità digitale, inclusione sociale e lavoro con le persone con disabilità. Il coinvolgimento attivo delle persone con disabilità è stato particolarmente importante, poiché esse non sono state considerate soltanto come utenti finali, ma come portatrici di esperienza, conoscenza e feedback.

Il progetto ha incluso attività di ricerca, analitiche, formative e pilota. Ha previsto un'indagine sulle esperienze di viaggio delle persone con disabilità e sulle barriere che incontrano nella pianificazione delle visite turistiche, un'analisi dell'accessibilità digitale degli operatori turistici, lo sviluppo di strumenti digitali, la formazione degli operatori turistici e attività pilota in contesti culturali e turistici in Italia e Slovenia.

La dimensione transfrontaliera del progetto è stata essenziale, poiché le aree turistiche slovena e italiana affrontano sfide simili. Gli utenti dei servizi turistici attraversano spesso confini linguistici, organizzativi e amministrativi, il che rende essenziali, su entrambi i lati del confine, informazioni sull'accessibilità comparabili, chiare e affidabili.

La strategia è pertanto concepita come un documento congiunto per l'area transfrontaliera Italia–Slovenia. È destinata a supportare gli operatori turistici, le istituzioni culturali, le organizzazioni di gestione delle destinazioni, le istituzioni pubbliche e gli altri stakeholder che intendono migliorare l'accessibilità digitale, rafforzare la fiducia degli utenti e sviluppare servizi turistici più inclusivi.

3. La metodologia adottata

La strategia si basa su tre fonti metodologiche interconnesse: un'indagine transfrontaliera sulle abitudini e sulle esperienze degli utenti, un'analisi dell'accessibilità digitale dei siti web turistici e interviste qualitative con i principali stakeholder. Nel loro insieme, queste tre fonti consentono una comprensione complessiva dell'accessibilità digitale nel turismo, poiché collegano le esperienze degli utenti, una valutazione specialistica dei siti web e le conoscenze pratiche delle persone coinvolte nell'organizzazione di viaggi, visite ed escursioni accessibili.

La prima fonte è l'indagine transfrontaliera sulle abitudini e sulle esperienze turistiche delle persone con disabilità. Lo scopo dell'indagine era acquisire elementi sulle abitudini di viaggio, le aspettative, le esperienze e le barriere incontrate dai gruppi di utenti target nella pianificazione e nella realizzazione di visite turistiche nell'area transfrontaliera Italia-Slovenia. L'indagine si è concentrata in particolare sulle persone con disabilità cognitive o mentali, sugli utenti ciechi e ipovedenti e sulla popolazione anziana (over 65).

Il questionario è stato predisposto e testato in collaborazione con l'Università di Trieste, Coop Mosaico e l'Unione delle associazioni dei ciechi e degli ipovedenti della Slovenia. Comprende diverse sezioni tematiche, tra cui informazioni di base, aspettative di viaggio, pianificazione del viaggio, accesso alle informazioni online, esperienza di viaggio e suggerimenti e raccomandazioni degli utenti.

La seconda fonte è l'analisi dell'accessibilità digitale di 100 siti web turistici della Slovenia e dell'Italia. L'analisi ha incluso diverse tipologie di operatori turistici, tra cui strutture ricettive, aziende vinicole, ristoranti, istituzioni culturali, parchi naturali e un comune. Lo scopo dell'analisi era valutare in quale misura i siti web degli operatori turistici fossero accessibili alle persone con disabilità, alla popolazione anziana e agli utenti di tecnologie assistive.

La terza fonte è costituita da interviste qualitative con stakeholder ed esperti che hanno esperienza pratica nell'organizzazione di visite, escursioni e viaggi per persone con diverse forme di disabilità. Lo scopo delle interviste era approfondire la comprensione di come le informazioni digitali vengano utilizzate nella concreta pianificazione di esperienze turistiche accessibili, quali informazioni siano essenziali per gli utenti e gli organizzatori e dove, nella pratica, insorgano più frequentemente le barriere.

Le interviste hanno fornito elementi sugli aspetti organizzativi e attuativi del turismo accessibile. Questa prospettiva integra le esperienze dirette degli utenti, poiché mostra quali informazioni consentano una pianificazione affidabile di una visita, come venga verificata la situazione effettiva sul posto, quale ruolo svolga la comunicazione con l'operatore e perché le affermazioni generiche sull'accessibilità siano spesso insufficienti.

L'elaborazione della strategia si è basata sul collegamento tra accessibilità fisica, digitale e comunicativa. Il progetto DATIS ha assunto che questi livelli non possano essere trattati separatamente all'interno dell'esperienza turistica. Gli utenti devono

innanzitutto avere accesso a informazioni digitali accessibili e comprensibili, seguite dalla possibilità di una comunicazione chiara con l'operatore e, una volta giunti sul luogo, dalla reale usabilità dello spazio, del servizio o degli strumenti digitali presenti in loco.

La combinazione delle tre fonti metodologiche garantisce che la strategia non si basi soltanto su una valutazione tecnica dei siti web, ma anche sulle esperienze degli utenti, sulle circostanze pratiche della pianificazione delle visite e sulle sfide del settore turistico. Gli obiettivi strategici, le linee guida e le misure sono pertanto concepiti come un collegamento tra dati, esperienze degli utenti, barriere individuate, analisi specialistica e miglioramenti concretamente realizzabili nella pratica.

4. Principali risultati

La Strategia per il miglioramento dell'accessibilità digitale nel turismo nell'area transfrontaliera Italia–Slovenia si basa sui risultati di tre fonti interconnesse: un'indagine transfrontaliera sulle abitudini e sulle esperienze degli utenti con disabilità, un'analisi dell'accessibilità digitale di 100 siti web turistici e interviste qualitative con stakeholder che, nella pratica, sono coinvolti nell'organizzazione di visite, escursioni e viaggi per persone con diverse forme di disabilità.

Il risultato comune a tutte e tre le fonti è che il turismo accessibile si basa su informazioni digitali accessibili, affidabili e comprensibili. Per gli utenti, l'esperienza turistica non inizia soltanto nel luogo fisico, ma già nel momento in cui iniziano a cercare informazioni, confrontare l'offerta, verificare le condizioni di accesso, pianificare il viaggio, prenotare un servizio o contattare l'operatore. Se questo primo passaggio non è accessibile, l'utente non può prendere autonomamente una decisione informata.

I risultati del progetto DATIS confermano pertanto il presupposto di base della strategia: l'accessibilità digitale non è un pre-requisito tecnico-formale, ma una condizione essenziale per l'uguaglianza, l'indipendenza, la dignità e l'inclusione delle persone con disabilità, della popolazione anziana e, più in generale, dei soggetti fragili nel momento in cui desiderano vivere un'esperienza turistica.

4.1 Risultati dell'indagine transfrontaliera sulle abitudini e sulle esperienze degli utenti

L'indagine transfrontaliera sulle abitudini e sulle esperienze turistiche delle persone con disabilità ha mostrato che, per i gruppi target del progetto, il viaggio non è soltanto un'attività ricreativa, ma un importante fattore di benessere, indipendenza, inclusione sociale e qualità della vita. L'indagine si è concentrata su persone con diverse disabilità, con particolare attenzione alle persone con disabilità cognitive o mentali, agli utenti ciechi e ipovedenti e alla popolazione anziana. I questionari per questi gruppi sono stati predisposti dall'Università degli Studi di Trieste (DiSPeS) in collaborazione con Coop Mosaico e ZDSSS.

Un importante risultato metodologico e sostanziale dell'indagine è stato che le esperienze degli utenti e le barriere di accesso devono essere comprese come diversificate e multilivello. Le persone con disabilità non costituiscono un gruppo omogeneo. Gli utenti ciechi e ipovedenti incontrano, nell'accesso alle informazioni, barriere diverse rispetto agli utenti sordi e ipoudenti, agli utenti con disabilità cognitive o psicosociali, alle persone con disabilità motorie o alla popolazione anziana. La strategia si basa pertanto sul principio che l'accessibilità digitale non possa essere limitata a un singolo gruppo o a una singola tipologia di fragilità.

L'indagine ha mostrato che la presenza di informazioni accessibili è essenziale per pianificare un'esperienza turistica. Gli utenti devono avere accesso a informazioni che consentano loro di valutare se un servizio sia accessibile, comprensibile, utilizzabile e sicuro. In questo contesto, non è sufficiente che un operatore dichiari in termini generali che un servizio è "accessibile". Sono necessarie informazioni concrete sull'accessibilità dei percorsi, degli spazi, della comunicazione e dei contenuti digitali, sulla possibilità di utilizzare tecnologie assistive, sull'accessibilità linguistica, sul supporto del personale e su eventuali limitazioni.

Ciò è particolarmente importante per gli utenti ciechi e ipovedenti e per le persone con disabilità cognitive, neurologiche, mentali o comunicative. Per questi gruppi, informazioni poco chiare o inaccessibili possono causare incertezza, dipendenza da altre persone, rinuncia a una visita o un'esperienza utente negativa. Informazioni accessibili sono una condizione per l'empowerment e per un processo decisionale autonomo.

L'indagine ha inoltre confermato l'importanza di coinvolgere le persone con disabilità nella progettazione delle soluzioni. Il progetto DATIS si è basato su un approccio partecipativo nel quale le persone con disabilità non sono state considerate semplicemente come destinatarie di servizi, ma come portatrici di esperienza e conoscenza. Il loro coinvolgimento è stato importante nella progettazione dei questionari, nella comprensione delle esperienze degli utenti e delle barriere di accesso, nell'interpretazione dei risultati e nella sperimentazione delle soluzioni nella pratica.

4.2 Risultati dell'analisi dell'accessibilità digitale di 100 operatori turistici

L'analisi dell'accessibilità digitale di 100 siti web turistici della Slovenia e dell'Italia ha mostrato che l'accessibilità digitale nel settore turistico è ancora sviluppata in modo insufficiente e disomogeneo. L'analisi ha incluso strutture ricettive, aziende vinicole, ristoranti, istituzioni culturali, parchi naturali e un comune. Il suo scopo era valutare in quale misura i siti web degli operatori turistici fossero accessibili alle persone con disabilità, alla popolazione anziana e agli utenti di tecnologie assistive.

I risultati mostrano che l'accessibilità digitale nel settore turistico spesso non è pianificata in modo sistematico. In molti siti web, singoli elementi risultavano implementati in modo adeguato, mentre altri elementi fondamentali erano assenti o implementati in modo inadeguato. Ciò indica che l'accessibilità è spesso presente in modo parziale o incidentale, anziché essere il risultato di una pianificazione consapevole, complessiva e orientata all'utente.

Le barriere più comuni erano legate all'assenza o all'inadeguatezza delle descrizioni delle immagini, alla mancanza di sottotitoli nei video, alla scarsa utilizzabilità tramite tastiera, al basso contrasto, all'assenza di mappe del sito, alla mancanza di link per saltare al contenuto principale, a una struttura inadeguata dei titoli e alla ridotta accessibilità dei moduli. Queste barriere incidono direttamente sulla capacità degli

utenti di trovare informazioni, comprendere l'offerta, effettuare una prenotazione, contattare l'operatore o prepararsi a una visita.

Allo stesso tempo, l'analisi ha mostrato che molti operatori dispongono già di alcune basi tecniche, come la responsività per i dispositivi mobili o l'etichettatura linguistica di base delle pagine. Tuttavia, tali elementi da soli non garantiscono ancora l'effettiva usabilità di tutti. La questione centrale è il divario tra le singole soluzioni tecniche e l'esperienza utente complessiva.

Un importante risultato strategico è che molti miglioramenti non sono necessariamente impegnativi dal punto di vista tecnico o onerosi dal punto di vista finanziario. Le misure di base comprendono l'aggiunta di descrizioni alle immagini, il miglioramento del contrasto, la garanzia dell'accesso tramite tastiera, l'aggiunta di sottotitoli ai video e l'introduzione di strumenti di navigazione quali una mappa del sito e un link per saltare al contenuto principale.

L'accessibilità digitale nel turismo è parte dell'accoglienza, della qualità e della responsabilità dell'operatore. Per gli utenti, un sito web inaccessibile significa un accesso precluso all'offerta, anche quando il servizio fisico in sé è di alta qualità. Il turismo inclusivo inizia online, poiché l'informazione digitale è spesso la prima condizione per una visita o una prenotazione, rappresentando le basi per lo sviluppo di un rapporto di fiducia tra la persona e i fornitori di servizi.

4.3 Risultati delle interviste qualitative con gli stakeholder

Le interviste qualitative con gli stakeholder hanno ulteriormente approfondito la comprensione di come le informazioni digitali vengano utilizzate nella concreta pianificazione di visite, escursioni e viaggi per persone fragili. Le interviste sono state realizzate con operatori del settore che hanno esperienza pratica nell'organizzazione di esperienze turistiche e culturali. In totale sono state realizzate dieci interviste, cinque sul versante italiano e cinque sul versante sloveno.

Le informazioni raccolte sono importanti perché gli intervistati hanno una visione dell'intero processo di pianificazione di un'esperienza turistica accessibile. Le loro esperienze mostrano dove, nella pratica, insorgono più frequentemente le difficoltà: quali informazioni mancano nei siti web, quali informazioni sono troppo generiche, che cosa deve essere ulteriormente verificato per telefono o via e-mail, quando una dichiarazione generica secondo cui un'offerta è "accessibile" non è sufficiente e perché le informazioni digitali spesso non consentono di prendere una decisione affidabile.

Questi stakeholder non parlano a nome delle persone con disabilità, ma integrano la loro prospettiva di utenti con una prospettiva organizzativa e attuativa. Le persone con disabilità sono nella posizione migliore per spiegare come vivono le barriere, che cosa ostacola la loro indipendenza e dove il sistema le esclude. Chi organizza, a sua volta, ci racconta quali informazioni siano essenziali affinché una visita accessibile possa essere pianificata e realizzata nella pratica: dall'arrivo, all'orientamento, alla comunicazione e

al supporto, fino alla prenotazione, alla gestione dei tempi, alla sicurezza e alla possibilità di utilizzare il servizio in autonomia.

Le interviste hanno mostrato che siti web, portali e applicazioni rappresentano generalmente la prima fonte di informazioni, ma quasi mai sono sufficienti da soli. La decisione finale richiede spesso un contatto diretto con l'operatore, verifiche aggiuntive, comunicazioni telefoniche o via e-mail e talvolta persino una visita preliminare sul posto. Ciò significa che le informazioni digitali spesso non generano una fiducia sufficiente per una decisione autonoma quando sono troppo generiche, incomplete o non sufficientemente collegate alla concretezza dell'esperienza reale.

Un elemento rilevante tra quelli emersi riguarda il senso attribuito al termine "accessibilità", spesso inteso in modo troppo ristretto. Nei siti web e nelle informazioni turistiche, l'accessibilità rimanda spesso esclusivamente a elementi fisici quali rampe, ascensori, servizi igienici o alla mobilità di utenti in sedia a rotelle. Ciò trascura le barriere incontrate dalle persone con disabilità sensoriali, cognitive, comunicative, relazionali, mentali, neurologiche o comportamentali. Una concezione così ristretta non riflette l'effettiva diversità delle condizioni, delle esperienze e delle barriere degli utenti nella pianificazione online di un'esperienza turistica.

Le interviste hanno inoltre mostrato che l'usabilità di un sito web non è soltanto una questione di semplicità della navigazione. Un sito web diventa realmente utilizzabile per l'utente solo quando consente di prendere una decisione affidabile. Può essere tecnicamente facile da usare e, al tempo stesso, risultare inutilizzabile per pianificare una visita accessibile se non contiene informazioni concrete, verificabili e pertinenti. La distinzione fondamentale è pertanto quella tra informazioni semplicemente pubblicate su un sito web e informazioni sufficientemente precise, comprensibili e utili nella pratica per un processo decisionale autonomo.

Anche la dimensione emotiva dell'accessibilità è risultata importante. Informazioni poco chiare, inaffidabili o incomplete provocano incertezza, cautela, stress o frustrazione, mentre informazioni chiare e verificabili aumentano il senso di controllo, la fiducia e la sicurezza. L'accessibilità non è pertanto soltanto una categoria tecnica o informativa, ma incide anche sull'esperienza emotiva dell'utente e dell'operatore che si occupa degli aspetti organizzativi.

Le interviste qualitative hanno quindi confermato che l'accessibilità digitale funziona come parte di una più ampia catena organizzativa. Un sito web è spesso il primo passaggio, ma deve essere collegato ad altri elementi: informazioni di contatto chiare, personale disponibile a rispondere, possibilità di ottenere ulteriori spiegazioni, informazioni accurate sull'accessibilità fisica, contenuti digitali in loco e supporto alla comunicazione. La strategia considera pertanto l'accessibilità digitale come un sistema completo di informazione, processo decisionale, comunicazione ed esperienza utente, che consente una maggiore indipendenza, sicurezza e partecipazione dell'utente al turismo in condizioni di parità.

4.4 L'importanza di un approccio sistemico

Dalle fonti usate per elaborare questo documento emerge con forza che l'accessibilità digitale richiede un approccio sistemico. Gli interventi tecnici sui singoli aspetti sono importanti, ma solo un approccio sistemico garantisce che gli operatori ne comprendano lo scopo, l'utilità e l'impatto dell'accessibilità stessa sull'effettiva esperienza utente.

Il basso livello di consapevolezza nel settore turistico, e più in generale nella società, si riflette nel fatto che le informazioni sull'accessibilità sono spesso incomplete, troppo generiche o progettate dal punto di vista di un utente medio. L'accessibilità è ancora intesa come un adattamento speciale per gruppi specifici, anziché come parte di un'offerta turistica professionale e di qualità.

La strategia promuove pertanto un cambiamento nella comprensione dell'accessibilità. L'accessibilità deve essere intesa come connessione tra accessibilità fisica, digitale e comunicativa; come diritto dell'utente a informazioni chiare e affidabili; come condizione per l'indipendenza e l'uguaglianza; e come parte dell'accoglienza, della qualità e della responsabilità del settore turistico.

Un elemento strategico centrale è che le persone con disabilità e la popolazione anziana devono essere coinvolte nello sviluppo, nella sperimentazione e nella valutazione delle soluzioni digitali per il turismo. Senza il loro coinvolgimento non è possibile stabilire in modo affidabile se le soluzioni siano realmente accessibili, comprensibili e utilizzabili nella pratica. L'approccio partecipativo non è pertanto un'aggiunta alla strategia, ma ne costituisce il fondamento.

Sulla base di questi risultati, la strategia deve orientare gli operatori turistici verso la garanzia di siti web accessibili, informazioni chiare sull'accessibilità, comunicazione multicanale, dati verificabili, contenuti digitali compatibili con le tecnologie assistive e una cooperazione continuativa con gli utenti con disabilità. In questo modo, il turismo digitale può diventare uno strumento di inclusione e di processo decisionale autonomo.

5. Obiettivi strategici

Gli obiettivi strategici si basano sui principali risultati del progetto DATIS: l'accessibilità digitale nel turismo è spesso pianificata in modo insufficiente, le informazioni sull'accessibilità sono troppo generiche o non verificabili e gli operatori turistici spesso intendono l'accessibilità in modo troppo ristretto, principalmente come una questione di accesso fisico. La strategia definisce pertanto obiettivi che collegano conformità tecnica, effettiva usabilità, esperienza utente, sensibilizzazione del settore e cooperazione transfrontaliera.

5.1 Dalla conformità formale all'effettiva accessibilità per l'utente

L'obiettivo della strategia è incoraggiare gli operatori turistici a comprendere l'accessibilità digitale come un processo volto a garantire all'utente effettiva usabilità, indipendenza e fiducia. Gli standard e la legislazione stabiliscono il livello di base, ma non possono cogliere pienamente la diversità delle esperienze degli utenti, delle abitudini, delle circostanze d'uso e delle situazioni concrete nelle quali le persone accedono alle informazioni, alla comunicazione e ai servizi.

Un sito web può soddisfare formalmente determinati requisiti tecnici e tuttavia non consentire all'utente di comprendere in modo affidabile l'offerta, verificare le condizioni di accesso, valutare se il servizio sia adatto a lui o decidere autonomamente se effettuare la visita. Gli standard definiscono come i contenuti digitali debbano essere resi tecnicamente accessibili, ma da soli non possono garantire che le informazioni siano sufficientemente chiare, concrete, verificabili, utili e collegate all'effettiva esperienza turistica.

Un'offerta turistica di qualità deve pertanto andare oltre la conformità minima e includere soluzioni verificate, progettate sulla base delle esperienze degli utenti, delle loro abitudini e delle circostanze d'uso. L'effettiva accessibilità si realizza quando la conformità tecnica consente all'utente di comprendere, avere fiducia, pianificare autonomamente e utilizzare il servizio in condizioni di parità.

5.2 Garantire informazioni chiare, concrete e verificabili sull'accessibilità

Uno degli obiettivi centrali della strategia è migliorare la qualità delle informazioni sull'accessibilità dei servizi turistici. Gli utenti devono avere accesso a informazioni concrete e verificabili su che cosa sia accessibile, per chi, a quali condizioni e in quali punti del percorso dell'utente.

Ciò comprende informazioni sull'accesso fisico, sull'orientamento, sull'uso dello spazio, sui contenuti digitali, sulla comunicazione con l'operatore, sulle forme di

supporto disponibili, sull'accesso ai contenuti multimediali, sull'uso delle tecnologie assistive e sulle possibili limitazioni. Tali informazioni consentono agli utenti di valutare autonomamente se uno specifico servizio sia adatto, sicuro e concretamente fruibile per loro.

La strategia incoraggia pertanto gli operatori turistici a predisporre le informazioni sull'accessibilità in modo chiaro, comprensibile e strutturato e in una forma utilizzabile da diversi gruppi di utenti. Particolare attenzione dovrebbe essere riservata agli utenti ciechi e ipovedenti, alle persone con disabilità cognitive, neurologiche, psicosociali e comunicative e alla popolazione anziana, poiché per questi gruppi la qualità delle informazioni disponibili in anticipo è spesso decisiva nella pianificazione autonoma di una visita.

5.3 Collegare l'accessibilità fisica, digitale e comunicativa

La strategia si basa sul principio che l'accessibilità fisica, digitale e comunicativa siano parti connesse della stessa esperienza utente. Le informazioni digitali consentono all'utente di pianificare; l'accessibilità fisica consente l'effettivo utilizzo di uno spazio o di un servizio; e l'accessibilità comunicativa consente la comprensione, l'orientamento, il contatto con l'operatore e la partecipazione all'esperienza.

Se uno di questi elementi è assente, l'intera esperienza turistica può risultare limitata. Una struttura fisicamente accessibile che non fornisce informazioni chiare online rimane incerta per l'utente prima della visita. Un'offerta digitale ben presentata che non sia supportata da una comunicazione adeguata o da un'effettiva fruibilità in loco non genera fiducia. Anche la comunicazione con l'operatore non può sostituire l'assenza di informazioni accessibili di base se l'utente deve verificare separatamente ogni dettaglio.

L'obiettivo della strategia è pertanto promuovere un approccio complessivo nel quale gli operatori turistici pianifichino l'accessibilità come connessione tra informazioni online, comunicazione, ambiente fisico, strumenti digitali in loco ed esperienza utente.

5.4 Coinvolgere la fragilità nella sperimentazione e nel miglioramento delle soluzioni

Uno degli obiettivi fondamentali della strategia è coinvolgere le persone con disabilità e la popolazione anziana nello sviluppo, nella sperimentazione e nel miglioramento delle soluzioni digitali nel turismo. Una valutazione affidabile dell'accessibilità richiede il coinvolgimento delle persone che utilizzano effettivamente contenuti digitali, servizi turistici e tecnologie assistive.

Come chiunque, le persone con disabilità sono portatrici di esperienza, conoscenza e feedback. Il loro coinvolgimento aiuta a individuare barriere che le valutazioni tecniche spesso non riescono a rilevare e mostra se le soluzioni siano realmente comprensibili, utilizzabili e affidabili nella pratica.

La strategia incoraggia pertanto gli operatori turistici a coinvolgere le persone con disabilità e la popolazione anziana nella preparazione dei contenuti, nella valutazione dei siti web, nella sperimentazione degli strumenti digitali, nella valutazione delle informazioni sull'accessibilità e nella progettazione dei miglioramenti. È questo il modo per sviluppare soluzioni che non siano semplicemente formalmente corrette, ma verificate, utili e significative nelle circostanze della vita reale.

5.5 Aumentare la consapevolezza e le conoscenze nel settore turistico

L'obiettivo della strategia è aumentare nel settore turistico la consapevolezza dell'importanza dell'accessibilità digitale. I risultati del progetto mostrano che l'accessibilità nel turismo spesso non è intesa come parte integrante di un'offerta di qualità, ma come un adattamento speciale per un gruppo limitato di utenti. Di conseguenza, le informazioni sull'accessibilità sono spesso incomplete, troppo generiche o predisposte senza comprendere le effettive esperienze degli utenti e le barriere di accesso.

Gli operatori turistici hanno bisogno di una migliore comprensione di come le persone con disabilità e la popolazione anziana utilizzino le informazioni digitali, di come pianifichino le visite, di quali barriere insorgano nell'uso dei siti web e del perché informazioni chiare costituiscano una condizione per l'indipendenza. La sensibilizzazione deve pertanto andare oltre il messaggio generale secondo cui l'accessibilità è importante e mostrare agli operatori la connessione concreta tra accessibilità, accoglienza, fiducia, qualità del servizio e successo economico.

La strategia promuove formazione, manuali pratici, workshop, esempi di buone pratiche e cooperazione con gli utenti. Lo scopo di queste attività è supportare gli operatori nel comprendere l'accessibilità come parte della pratica professionale, anziché come una correzione successiva o un obbligo aggiuntivo.

5.6 Sviluppare un approccio transfrontaliero integrato all'accessibilità digitale nel turismo

Il progetto DATIS ha mostrato che le aree turistiche slovena e italiana affrontano sfide simili nel campo dell'accessibilità digitale. L'analisi dei siti web e le interviste con gli stakeholder mostrano che le difficoltà sono spesso comparabili: le informazioni sono troppo generiche, l'accessibilità è intesa in modo troppo ristretto e gli utenti devono spesso cercare ulteriori spiegazioni per poter prendere una decisione affidabile.

L'obiettivo della strategia è pertanto sviluppare un approccio transfrontaliero comune basato sullo scambio di conoscenze, sul confronto delle esperienze, sull'utilizzo di raccomandazioni comuni e sulla cooperazione tra organizzazioni turistiche, culturali, sociali, professionali e degli utenti. L'approccio transfrontaliero è importante anche perché gli utenti dei servizi turistici non ragionano necessariamente entro i confini amministrativi. Viaggiano, cercano informazioni e utilizzano servizi in un'area più ampia

e hanno pertanto bisogno di una qualità comparabile delle informazioni e di un livello di fiducia analogo su entrambi i lati del confine.

La strategia promuove lo sviluppo di punti di partenza comuni per generare informazioni digitali accessibili, uno sviluppo coordinato e omogeneo volto a sensibilizzare gli operatori e avviare attività formative.

5.7 Rafforzare la fiducia, l'indipendenza e l'uguaglianza degli utenti nella pianificazione delle esperienze turistiche

L'obiettivo finale della strategia è rafforzare la fiducia, l'indipendenza e l'uguaglianza degli utenti nella pianificazione e nell'utilizzo dei servizi turistici. Informazioni digitali accessibili consentono agli utenti di verificare autonomamente l'offerta, comprendere le condizioni di accesso, valutare l'adeguatezza del servizio e prendere una decisione informata. Ciò riduce la dipendenza da altre persone, da verifiche aggiuntive o da spiegazioni successive.

Per le persone con disabilità e la popolazione anziana, ciò significa qualcosa di più del semplice utilizzo più agevole di un sito web. Significa la possibilità di accedere a un'esperienza turistica in condizioni comparabili a quelle degli altri utenti: con maggiore controllo, maggiore sicurezza, maggiore fiducia in sé e una maggiore capacità di decidere autonomamente.

Nella strategia, l'accessibilità digitale è pertanto considerata uno strumento di empowerment, poiché contribuisce a un turismo inclusivo nel quale tutti gli utenti hanno accesso alle informazioni di cui necessitano per una partecipazione paritaria, dignitosa e autonoma.

6. Linee guida per gli operatori turistici

Le linee guida per gli operatori turistici si basano sui risultati del progetto DATIS e sono destinate all'uso pratico nel settore turistico. Aiutano gli operatori turistici a comprendere in che modo l'accessibilità digitale incida sull'effettiva esperienza utente, sul processo decisionale autonomo, sulla fiducia e sulla possibilità di partecipare al turismo in condizioni che consentano l'uguaglianza sociale.

L'accessibilità deve essere intesa come una condizione per consentire uguaglianza sociale, indipendenza e dignità nel turismo, non come un adattamento aggiuntivo o facoltativo. Le linee guida collegano pertanto accessibilità digitale, comunicativa e fisica e prendono in considerazione le esperienze delle persone con disabilità, della popolazione anziana e degli altri utenti con limitazioni che incontrano barriere nella pianificazione o nella realizzazione di un'esperienza turistica.

6.1 L'accessibilità come aspetto chiave del percorso utente

Gli operatori turistici dovrebbero considerare l'accessibilità come concetto chiave rispetto all'intero percorso dell'utente. Per l'utente, l'esperienza turistica inizia prima della visita: quando cerca informazioni, confronta l'offerta, verifica le condizioni di accesso, effettua una prenotazione, pianifica il trasporto, comunica con l'operatore e si prepara alla visita.

Per molte persone con disabilità e per molti membri della popolazione anziana, le barriere si manifestano già in questa fase iniziale. Se il sito web non è accessibile, se le informazioni non sono chiare o se l'operatore non consente un contatto affidabile, l'utente non può valutare autonomamente se la visita sia fattibile, sicura e significativa per lui. L'accessibilità è pertanto importante non soltanto all'arrivo sul luogo, ma già nel momento in cui l'utente entra per la prima volta in contatto con le informazioni digitali relative all'offerta.

Andrebbe esaminato l'intero percorso dell'utente: come trova il sito web, come comprende l'offerta, se può utilizzare il sito web con uno screen reader o con la tastiera, se può ingrandire il testo, se le fotografie sono descritte, se i video sono sottotitolati, se le informazioni sull'accessibilità fisica sono sufficientemente concrete, se la prenotazione può essere completata senza barriere non necessarie e se esistono canali di comunicazione accessibili.

Un'esperienza turistica accessibile si crea quando informazioni, strumenti digitali, comunicazione, personale e ambiente fisico sono collegati in un insieme comprensibile e affidabile per l'utente. Gli operatori dovrebbero pertanto pianificare l'accessibilità dalla prima informazione fino alla conclusione della visita e al feedback dell'utente.

6.2 Diversi gruppi di utenti ma barriere comuni

Gli operatori turistici dovrebbero partire dal presupposto che le persone con disabilità, la popolazione anziana e gli altri utenti fragili non costituiscono un gruppo omogeneo. Ogni utente ha le proprie abitudini, capacità, tecnologie assistive e aspettative. Ciononostante, alcune difficoltà di accessibilità possono essere affrontate attraverso soluzioni universali, ben ponderate e verificate.

Accessibilità significa pianificare informazioni, strumenti digitali, comunicazione e servizi in modo tale che possano essere utilizzati dalla più ampia gamma possibile di persone. Le buone soluzioni sono chiare, adattabili, testate con gli utenti e utilizzabili in circostanze diverse.

6.2.1 Utenti ciechi e ipovedenti

Gli utenti ciechi e ipovedenti dipendono spesso in larga misura da contenuti digitali correttamente strutturati quando accedono alle informazioni turistiche. Per gli utenti ciechi è essenziale che i siti web, le procedure di prenotazione e le applicazioni mobili siano compatibili con gli screen reader e possano essere utilizzati con la tastiera. Inoltre, è importante che le soluzioni siano adattate a dispositivi diversi, poiché gli utenti passano spesso dal computer allo smartphone e al tablet.

Le condizioni di base comprendono una struttura chiara della pagina, titoli riconoscibili, pulsanti e altri elementi correttamente etichettati, descrizioni adeguate delle immagini, moduli accessibili e una sequenza logica dei contenuti. I contenuti visivi, quali fotografie, video o rappresentazioni degli spazi, devono includere descrizioni testuali o audiodescrizioni adeguate quando sono importanti per comprendere l'offerta o pianificare la visita.

Per gli utenti ipovedenti sono particolarmente importanti un buon contrasto, caratteri leggibili, una dimensione adeguata del testo, la possibilità di ingrandire i contenuti, una chiara gerarchia visiva, una spaziatura sufficiente tra gli elementi e l'assenza di contenuti lampeggianti o in rapido movimento. Anche piccoli errori tecnici, che gli utenti vedenti possono a malapena notare, possono impedire completamente agli utenti ciechi e ipovedenti di accedere alle informazioni.

Durante la visita a un'istituzione culturale, a una struttura ricettiva, a un'attrazione naturale o a un altro sito turistico sono inoltre importanti informazioni chiare per l'orientamento, comprese le informazioni sulla guida tattile o audio, sulla segnaletica, sulle condizioni di illuminazione e sul movimento sicuro all'interno dello spazio.

6.2.2 Utenti sordi e ipoudenti

Per gli utenti sordi e ipoudenti sono essenziali informazioni in lingua dei segni oppure in forma scritta, visiva e permanentemente disponibile. Le informazioni turistiche devono essere disponibili in una forma scritta chiara, ben organizzata visivamente e

comprensibile. Una telefonata non deve essere l'unico modo per ottenere informazioni fondamentali, poiché una soluzione di questo tipo può escludere più di qualcuno già nella fase di pianificazione.

I video dovrebbero avere sottotitoli e le istruzioni fondamentali dovrebbero essere sempre disponibili anche in forma testuale. Ciò comprende informazioni su prenotazioni, orari, modifiche, regole di visita, istruzioni di sicurezza, conferme ed eventuali limitazioni. Nei contesti turistici, culturali e di trasporto, l'accessibilità migliora quando le informazioni non vengono fornite soltanto tramite annunci audio o comunicazione orale, ma anche in forma visibile, scritta e permanentemente disponibile.

Ove possibile, gli operatori dovrebbero inoltre fornire informazioni in lingua dei segni, in particolare per i principali contenuti di presentazione, di sicurezza o interpretativi. È importante anche la formazione del personale a una comunicazione rispettosa e chiara con gli utenti sordi e ipoudenti.

6.2.3 Persone con disabilità cognitive, intellettive e comunicative

Per le persone con disabilità cognitive, intellettive o comunicative sono particolarmente importanti semplicità, prevedibilità e chiarezza lungo l'intero percorso turistico. Per loro, l'accessibilità digitale significa testi brevi e comprensibili, navigazione intuitiva, struttura coerente delle pagine, istruzioni chiare e riduzione del carico cognitivo.

Siti web complessi, procedure di prenotazione poco chiare e interfacce sovraccariche possono provocare confusione, incertezza, ansia o abbandono del processo. Sono pertanto importanti una progettazione più calma delle pagine, passaggi guidati, istruzioni semplici, supporto visivo, mappe semplificate e spiegazioni anticipate di ciò che l'utente può aspettarsi durante la visita.

È utile che gli operatori forniscano in anticipo informazioni sul rumore, sull'affollamento, sui tempi di attesa, sulle modifiche al programma, sulle regole di accesso e sulla disponibilità di spazi tranquilli. Tali informazioni aiutano l'utente a prepararsi alla visita, ridurre l'incertezza e decidere più facilmente.

6.2.4 Persone con disagio mentale e sociale

Le persone con disagio mentale e sociale possono incontrare barriere meno visibili ma molto importanti. Tra i fattori chiave possono rientrare il sovraccarico sensoriale, un ambiente caotico, l'incertezza organizzativa, tempi di attesa difficili da gestire, richieste improvvise, regole poco chiare, cambiamenti inattesi o la sensazione che non sia possibile chiedere aiuto senza subire stigma.

Un'esperienza turistica accessibile per questo gruppo richiede un ambiente accogliente e prevedibile, informazioni chiare, la possibilità di stabilire un contatto senza giudizio e modalità di comunicazione flessibili. È importante che l'operatore spieghi in anticipo come si svolgerà la visita, quali spazi siano disponibili, se esistano zone tranquille, dove si trovino le uscite e chi può venir contatto in caso di necessità.

Il tono della comunicazione è particolarmente importante. Deve essere rispettoso e privo di atteggiamenti paternalistici o stigmatizzanti. Il personale deve essere in grado di ascoltare, rispondere con calma e offrire supporto senza esercitare pressione. Per questo gruppo, l'accessibilità comprende anche la creazione di un ambiente emotivamente sicuro, comprensibile e prevedibile.

6.2.5 Persone con disabilità motorie

Per le persone con disabilità motorie sono essenziali un ambiente fisicamente accessibile e informazioni digitali accurate su tale ambiente. Non è sufficiente che un operatore dichiari che uno spazio è accessibile. Gli utenti devono avere accesso a informazioni concrete e affidabili su ingressi, ascensori, rampe, servizi igienici, disposizione degli spazi, parcheggi, percorsi, larghezza dei passaggi, posti a sedere e punti di servizio.

Le informazioni devono essere sufficientemente dettagliate da consentire agli utenti di valutare autonomamente se il servizio sarà effettivamente utilizzabile per loro. Un'indicazione generale come "accessibile" non è sufficiente se non è chiaro a che cosa si riferisca: a un ingresso accessibile, a servizi igienici accessibili, alle possibilità di parcheggio, all'uso di un ascensore, alla percorribilità dei percorsi o all'accesso a tutte le parti del servizio.

I sistemi di prenotazione devono poter essere utilizzati senza pressione temporale, pulsanti eccessivamente piccoli o passaggi complicati. Gli operatori dovrebbero inoltre garantire canali di comunicazione che consentano agli utenti di verificare in anticipo le condizioni di accesso e ricevere una risposta affidabile.

6.2.6 La popolazione anziana

La popolazione anziana è un importante gruppo target del progetto DATIS e non dovrebbe essere trattata come un gruppo uniforme. Molti utenti anziani incontrano barriere sensoriali, motorie, cognitive o digitali, anche quando formalmente non si identificano come persone con disabilità.

Spesso traggono beneficio dalle stesse soluzioni degli altri utenti: testo più grande, migliore contrasto, navigazione più semplice, struttura chiara, procedure di prenotazione più agevoli e informazioni più chiare. Sono inoltre importanti il senso di sicurezza, la prevedibilità, la possibilità di ricevere supporto umano e dati di contatto facilmente accessibili.

L'accessibilità per la popolazione anziana dovrebbe essere intesa come parte della progettazione universale e inclusiva, non come uno speciale adattamento di nicchia. Poiché l'invecchiamento comporta spesso una combinazione di diverse forme di limitazione. Le soluzioni per gli utenti anziani generalmente migliorano l'esperienza anche per molti altri gruppi.

6.2.7 Barriere comuni e condizioni comuni per l'accessibilità

Sebbene gli utenti incontrino barriere diverse, alcune circostanze ricorrono in più gruppi. Informazioni affidabili prima della visita, contenuti digitali che possano essere percepiti, compresi e utilizzati, una comunicazione chiara e rispettosa in diverse forme e una descrizione onesta dell'accessibilità fisica sono essenziali per una pianificazione autonoma della visita. È inoltre importante che il personale sappia riconoscere le barriere di accesso e rispondervi in modo appropriato.

Gli operatori non devono pertanto creare soluzioni completamente separate per ogni gruppo. È essenziale che informazioni, servizi e comunicazione siano progettati in modo sufficientemente chiaro, flessibile, verificabile e utile da supportare utenti diversi in circostanze diverse. È precisamente questo il valore delle soluzioni universali: non partono dal presupposto che tutti gli utenti siano uguali, ma dalla consapevolezza che un'accessibilità ben pianificata può rispondere a circostanze d'uso molto diverse.

6.3 Collegare accessibilità digitale, comunicativa e fisica

Gli operatori turistici dovrebbero considerare l'accessibilità come un sistema connesso che consente agli utenti di vivere un'esperienza turistica autonoma, comprensibile e dignitosa. L'accessibilità digitale, comunicativa e fisica è strettamente connessa. Se uno di questi livelli non è garantito, l'intera esperienza utente può risultare limitata o impedita.

Accessibilità digitale significa che siti web, applicazioni mobili, sistemi di prenotazione, moduli online, video, contenuti multimediali, mappe digitali, codici QR e altri strumenti digitali sono progettati in modo da poter essere utilizzati anche dalle persone con disabilità, dalla popolazione anziana e dagli utenti di tecnologie assistive. L'accessibilità digitale è spesso il primo punto di accesso all'offerta turistica, poiché l'utente cerca innanzitutto informazioni, confronta le opzioni, verifica le condizioni di accesso e pianifica la visita.

Accessibilità comunicativa significa che le informazioni sono chiare, comprensibili, rispettose e disponibili in diverse forme. Ciò comprende testi chiari, la possibilità di comunicare attraverso canali diversi, sottotitoli, informazioni in formato facile da leggere, supporti visivi, conferme scritte, informazioni in lingua dei segni ove possibile e personale che sappia come comunicare con utenti diversi.

Accessibilità fisica significa che l'utente può raggiungere lo spazio, muoversi al suo interno in sicurezza, utilizzare i servizi e orientarsi nell'ambiente. Comprende ingressi, percorsi, rampe, ascensori, servizi igienici, posti a sedere, segnaletica, illuminazione, parcheggi, larghezza dei passaggi e altri elementi spaziali. È altrettanto importante che le informazioni sull'accessibilità fisica siano pubblicate in anticipo e siano chiare e affidabili.

Questi tre livelli devono essere pianificati insieme. Uno spazio fisicamente accessibile è più utile all'utente quando le informazioni che lo riguardano sono pubblicate chiaramente prima della visita. Un sito web accessibile non è sufficiente se le informazioni non sono chiare, se l'operatore non risponde attraverso canali di comunicazione accessibili o se, all'arrivo, l'utente scopre che l'accessibilità fisica è stata descritta in termini troppo generici. Allo stesso modo, una comunicazione cordiale da parte del personale non può sostituire la mancanza di informazioni accessibili di base se l'utente deve verificare separatamente ogni dettaglio.

Collegare accessibilità digitale, comunicativa e fisica è particolarmente importante nell'area transfrontaliera Italia-Slovenia, dove gli utenti hanno bisogno di informazioni comparabili, affidabili e comprensibili da parte di operatori diversi, in lingue diverse e in differenti contesti culturali e organizzativi. L'obiettivo non è soltanto rimuovere singole barriere, ma creare un ambiente turistico nel quale informazioni, comunicazione e servizi siano sufficientemente chiari, verificati e connessi da consentire nella pratica l'uguaglianza sociale.

6.4 Quattro principi dell'informazione e dei servizi turistici accessibili

Nella predisposizione di informazioni e servizi turistici accessibili, gli operatori dovrebbero seguire quattro principi fondamentali: percepibilità, comprensibilità, usabilità e compatibilità o robustezza. Questi principi provengono dall'ambito dell'accessibilità digitale, ma possono essere applicati in modo significativo anche alla pianificazione più ampia dell'esperienza turistica: dalla ricerca di informazioni e dalla prenotazione fino all'arrivo, all'utilizzo del servizio e alla comunicazione in loco.

6.4.1 Percepibilità

Le informazioni devono essere presentate in modo tale che gli utenti possano percepirle. Ciò significa che le informazioni non devono essere disponibili in una sola forma, ad esempio soltanto come immagine, soltanto come suono, soltanto come indicazione cromatica o soltanto come spiegazione orale. Gli utenti devono avere la possibilità di percepire i contenuti in un modo corrispondente alle loro condizioni d'uso e alle tecnologie che utilizzano.

Nella pratica, ciò significa che le immagini devono avere descrizioni appropriate, i video devono avere sottotitoli o audiodescrizioni, il testo deve avere un contrasto sufficiente, i caratteri devono essere leggibili e i contenuti devono essere chiaramente strutturati. Le informazioni importanti non devono essere trasmesse soltanto attraverso il colore o mediante un segno visivo privo di spiegazione testuale. Ciò è importante per gli utenti ciechi e ipovedenti, per gli utenti sordi e ipoudenti, per la popolazione anziana e per tutti coloro che utilizzano le informazioni in condizioni diverse o su dispositivi differenti.

La percepibilità è la prima condizione dell'accessibilità: se gli utenti non possono percepire le informazioni, non possono comprenderle, considerarle affidabili o utilizzarle nel prendere decisioni.

6.4.2 Comprensibilità

Le informazioni e le procedure devono essere comprensibili. Le informazioni turistiche comprendono spesso molti dettagli: descrizione del servizio, luogo, orari di apertura, regole, prezzi, prenotazione, accesso, limitazioni, dati di contatto e istruzioni per la visita. Se queste informazioni sono scritte in modo complicato, frammentario o poco chiaro, gli utenti non possono valutare in modo affidabile se il servizio sia adatto a loro.

Comprensibilità significa utilizzare un linguaggio chiaro, frasi brevi e logiche, una struttura coerente, una navigazione prevedibile e istruzioni chiare. È particolarmente importante per le persone con disabilità cognitive, neurologiche, psicosociali o comunicative, per la popolazione anziana, per gli utenti che non conoscono la lingua locale e per tutti coloro che si trovano in una situazione di stress o con tempo limitato.

Gli operatori dovrebbero pertanto predisporre le informazioni in modo tale che gli utenti comprendano che cosa comprende il servizio, come si svolge la visita, che cosa devono fare prima dell'arrivo, che cosa possono aspettarsi sul posto, dove si trovino eventuali limitazioni e chi possano contattare per ulteriori spiegazioni.

6.4.3 Usabilità

Le informazioni accessibili devono essere anche utilizzabili nella pratica. Non è sufficiente che le informazioni siano pubblicate o che un sito web appaia facile da usare a prima vista. Usabilità significa che gli utenti possono effettivamente fare qualcosa con le informazioni: pianificare una visita, effettuare una prenotazione, verificare le condizioni di accesso, contattare l'operatore, raggiungere il luogo e utilizzare il servizio.

Per i contenuti digitali, ciò significa navigazione chiara, moduli accessibili, utilizzo tramite tastiera, aree cliccabili sufficientemente grandi, tempo sufficiente per completare le procedure, messaggi di errore chiari e conferme comprensibili. Nell'esperienza turistica, usabilità significa che le informazioni consentono all'utente di prendere una decisione affidabile, non soltanto di acquisire un'impressione generale.

Un sito web può essere visivamente attraente e tecnicamente moderno e tuttavia risultare inutilizzabile per una persona con disabilità se non contiene informazioni concrete sull'accesso, sul supporto, sulla comunicazione, sullo spazio e sulle possibili limitazioni. L'usabilità è pertanto sempre valutata dalla prospettiva della situazione effettiva dell'utente.

6.4.4 Compatibilità e robustezza

I contenuti digitali devono funzionare con dispositivi, browser, tecnologie assistive e modalità d'uso differenti. Gli utenti possono cercare informazioni su un computer, un telefono o un tablet; possono utilizzare uno "screen reader", l'ingrandimento, la tastiera, il controllo vocale o altre tecnologie assistive. Una soluzione accessibile deve essere sufficientemente affidabile da funzionare in diverse circostanze tecniche.

Compatibilità significa che i contenuti sono correttamente strutturati, gli elementi hanno etichette appropriate, i moduli sono comprensibili anche senza indicazioni visive, la navigazione è logica e i contenuti si adattano correttamente alle diverse dimensioni dello schermo. Robustezza significa che la soluzione non dipende da un singolo dispositivo, da una singola impostazione o da una singola modalità d'uso.

Ciò è particolarmente importante nel turismo, perché gli utenti cercano spesso informazioni in circostanze reali: durante il viaggio, all'estero, su un telefono, in mezzo alla folla, con una connessione scadente, con il testo ingrandito o utilizzando tecnologie assistive. Una soluzione digitale accessibile deve pertanto rimanere utilizzabile anche al di fuori delle condizioni ideali.

6.4.5 Applicazione dei principi nella pratica turistica

Gli operatori dovrebbero applicare questi quattro principi in tutti i punti digitali e comunicativi della loro offerta: sul sito web, nei sistemi di prenotazione, nei moduli online, nei documenti PDF, nei video, nei post sui social media, nelle mappe digitali, nei QR code, nei contenuti mobili, nelle informazioni in loco e nella comunicazione con gli utenti.

Le domande che un operatore dovrebbe porsi sono semplici:

- L'utente può percepire le informazioni?
- Può comprenderle?
- Può utilizzarle per una decisione o un'azione?
- Il contenuto funziona con i dispositivi e le tecnologie assistive utilizzati dall'utente?

Se la risposta a una di queste domande è negativa, le informazioni non sono sufficientemente accessibili. Lo scopo di questi principi è aiutare gli operatori a progettare informazioni e servizi in modo che possano essere utilizzati dalla più ampia gamma possibile di persone.

6.5 Linee guida per l'accessibilità digitale

L'accessibilità digitale è la prima condizione affinché gli utenti possano iniziare a pianificare una visita in autonomia. Un sito web, un'applicazione mobile, un sistema di prenotazione, un modulo online, un documento PDF, un video, una mappa digitale o un QR code non sono soltanto un'aggiunta informativa, ma spesso rappresentano il primo contatto dell'utente con l'offerta turistica.

Lo scopo di queste linee guida è fornire agli operatori turistici indicazioni chiare e pratiche per organizzare l'accessibilità dei loro siti web, moduli online, procedure di prenotazione e altri contenuti digitali, affinché gli utenti possano trovarli, percepirli, comprenderli e utilizzarli autonomamente nella pianificazione di una visita.

6.5.1 Struttura e navigazione del sito web

L'operatore dovrebbe garantire:

- una struttura chiara e logica del sito web,
- titoli e sottotitoli significativi,
- titoli di pagina descrittivi,
- una navigazione principale chiara,
- una disposizione coerente dei contenuti in tutte le pagine,
- un accesso rapido alle informazioni sull'accessibilità,
- una mappa del sito o un altro supporto all'orientamento quando il sito web è esteso.

L'utente deve poter comprendere rapidamente dove si trova, che cosa offre il sito web e come può raggiungere le informazioni fondamentali.

Verifica pratica:

- L'utente può trovare rapidamente le informazioni sull'accessibilità?
- Il sito web è comprensibile anche senza una conoscenza preliminare dell'offerta?
- I titoli sono sufficientemente chiari da consentire all'utente di comprendere la struttura della pagina?
- Le informazioni importanti non sono nascoste soltanto in documenti PDF o immagini?

6.5.2 Utilizzo tramite tastiera e tecnologie assistive

L'operatore dovrebbe garantire che il sito web, i moduli e le procedure di prenotazione possano essere utilizzati anche senza mouse. Ciò comprende:

- utilizzo di tutte le funzioni tramite tastiera,
- un ordine logico di spostamento all'interno della pagina,
- un focus chiaramente visibile durante la navigazione tramite tastiera,
- pulsanti, link, menu e moduli correttamente etichettati,
- compatibilità con gli screen reader,
- possibilità di utilizzare il sito web su computer, telefono e tablet.

Ciò è particolarmente importante per gli utenti ciechi e ipovedenti, per le persone con disabilità motorie e per tutti gli utenti che utilizzano tecnologie assistive. Per gli utenti ciechi e ipovedenti sono particolarmente importanti la compatibilità con gli screen reader, l'utilizzo tramite tastiera, la corretta struttura della pagina, titoli significativi, pulsanti etichettati e moduli accessibili.

Verifica pratica:

- L'utente può spostarsi nella pagina utilizzando soltanto il tasto Tab?
- La posizione del focus è sempre visibile nella pagina?
- L'utente può inviare un modulo senza utilizzare il mouse?
- Lo screen reader legge correttamente pulsanti, link e campi?
- Icone e pulsanti sono etichettati in modo comprensibile?

6.5.3 Moduli e procedure di prenotazione

L'operatore dovrebbe garantire che i moduli e i percorsi di prenotazione siano brevi, chiari e accessibili. Ciò comprende:

- campi chiaramente etichettati,
- istruzioni comprensibili,
- campi obbligatori indicati in modo visibile,
- messaggi di errore chiari,
- istruzioni su come correggere un errore,
- un messaggio di conferma dopo l'invio del modulo,
- tempo sufficiente per completare la procedura,
- aree cliccabili sufficientemente grandi,
- possibilità di chiedere ulteriori chiarimenti sull'accessibilità.

Verifica pratica:

- L'utente comprende che cosa deve inserire?
- È chiaro quali campi sono obbligatori?
- Il modulo spiega cosa non va se si verifica un errore?
- L'utente riceve una conferma comprensibile?
- Gli utenti con limitazioni possono porre ulteriori domande prima di effettuare una prenotazione?

6.5.4 Immagini, video e contenuti multimediali

L'operatore dovrebbe garantire che i contenuti visivi e audio non siano l'unico veicolo delle informazioni. Ciò comprende:

- descrizioni significative delle fotografie importanti,
- descrizioni delle fotografie di stanze, ingressi, percorsi, servizi igienici, parcheggi, sale e spazi espositivi,
- sottotitoli nei video,
- un riepilogo testuale dei video,
- audiodescrizione delle informazioni visive importanti, ove necessario,
- evitare la riproduzione automatica di audio o video,
- possibilità di interrompere i contenuti in movimento.

Molteplici forme di accesso ai contenuti consentono agli utenti di comprendere le informazioni anche quando non possono vedere le immagini, non possono sentire l'audio o utilizzano i contenuti con tecnologie assistive.

Verifica pratica:

- Le immagini comunicano all'utente qualcosa di importante per decidere se effettuare la visita?
- Tali immagini dispongono di una descrizione?
- I video contengono una voce guida?
- I video dispongono di sottotitoli?
- L'utente può comprendere il contenuto anche se non può vedere l'immagine o sentire l'audio?

6.5.5 Leggibilità, contrasto e adattabilità della visualizzazione

L'operatore dovrebbe garantire che i contenuti siano visivamente chiari e adattabili. Ciò comprende:

- contrasto sufficiente tra testo e sfondo,
- caratteri leggibili,
- una dimensione di base del testo sufficientemente grande,
- possibilità di ingrandire il testo,
- spaziatura sufficiente tra gli elementi,
- una chiara gerarchia visiva,
- evitare contenuti lampeggianti, distraenti o in rapido movimento.

Ciò è utile agli utenti ipovedenti, alla popolazione anziana, alle persone con dislessia, agli utenti con emicrania, alle persone con disabilità neurologiche e a tutti coloro che utilizzano un sito web in condizioni meno favorevoli, ad esempio su un telefono o in presenza di luce intensa.

Verifica pratica:

- Il testo è leggibile anche quando viene ingrandito?
- Il contenuto rimane chiaro quando viene ingrandito?
- Gli elementi importanti hanno un contrasto sufficiente?
- La pagina evita lampeggiamenti o un sovraccarico sensoriale non necessario?
- La disposizione è lineare e prevedibile?

-

6.5.6 Documenti accessibili

L'operatore dovrebbe garantire che anche i documenti siano accessibili. Ciò comprende:

- lista prezzi,
- menu,
- istruzioni d'uso,
- cataloghi,
- mappe o alternative testuali,
- eventuali regole per l'accesso ai luoghi.

I documenti non dovrebbero essere pubblicati soltanto come immagini scansionate di testo. Ove possibile, l'operatore dovrebbe inoltre pubblicare il contenuto di un documento PDF in formato HTML direttamente sul sito web.

Verifica pratica:

- L'utente può selezionare e copiare il testo nel documento?
- Il documento viene letto correttamente da uno screen reader?
- Il documento presenta titoli e una struttura corretta?
- Le immagini nel documento includono descrizioni?
- I contenuti più importanti sono accessibili anche direttamente sul sito web?

6.5.7 QR Code, mappe digitali e contenuti in loco

L'operatore dovrebbe utilizzare con attenzione i codici QR e gli strumenti digitali in loco. Ciò comprende:

- QR code a un'altezza accessibile,
- QR code sufficientemente grandi,
- buon contrasto,
- una chiara indicazione di cosa apre QR code,
- contenuti online accessibili a cui conduce il QR code,
- alternative testuali per le mappe digitali,
- istruzioni comprensibili anche senza la vista o senza un uso preciso del mouse,
- verifica regolare del funzionamento dei link.

Verifica pratica:

- L'utente può trovare i QR code?
- Può scansionarlo autonomamente?
- Sa che cosa aprirà?
- Il contenuto che si apre è accessibile?
- Esiste un'alternativa per gli utenti che non possono utilizzare il QR code?

6.5.8 Verifica regolare dei contenuti digitali

L'accessibilità digitale non è un'attività una tantum. Ogni nuovo post, fotografia, video, modulo, documento PDF, evento, opzione di prenotazione o funzionalità digitale deve essere predisposto in modo accessibile.

L'operatore dovrebbe verificare regolarmente:

- il sito web,
- i moduli,
- i percorsi di prenotazione,
- i documenti,
- le fotografie,
- i video,
- i post sui social media,
- i QR code,
- i dati di contatto,
- le informazioni sull'accessibilità.

6.6 Linee guida per l'accessibilità comunicativa

Accessibilità comunicativa significa che le informazioni vengono fornite in modo chiaro, rispettoso, comprensibile e in forme utilizzabili da utenti diversi. Nel turismo, la comunicazione comprende testi sui siti web, e-mail, moduli, telefonate, conferme di prenotazione, istruzioni di sicurezza, segnaletica, post sui social media e comunicazione diretta tra personale e visitatori.

Lo scopo di queste linee guida è fornire agli operatori turistici indicazioni chiare e pratiche per predisporre informazioni accessibili, comprensibili e tempestive che consentano agli utenti di pianificare una visita in modo affidabile e con minore incertezza.

6.6.1 Informazioni chiare e concrete

L'operatore dovrebbe utilizzare un linguaggio chiaro, rispettoso e concreto. Invece di affermazioni generiche, l'operatore dovrebbe utilizzare informazioni concrete.

Non adeguato:

“La struttura è accessibile alle persone con disabilità.”

Più adeguato:

“L’ingresso principale è privo di gradini. La porta è larga 90 cm. I servizi igienici accessibili si trovano al piano terra, a 15 metri dall’ingresso. Un ascensore consente di accedere al primo piano. Due gradini conducono alla terrazza esterna, pertanto la terrazza non è accessibile a tutti gli utenti.”

L’operatore dovrebbe descrivere:

- che cosa è accessibile,
- che cosa non è accessibile,
- per chi la soluzione è adatta,
- dove esistono limitazioni,
- chi l’utente può contattare per ulteriori domande,
- se le informazioni sono state verificate e quando sono state aggiornate l’ultima volta.

6.6.2 Molteplicità dei canali di comunicazione

Una telefonata non deve essere l’unico modo per ottenere informazioni. L’operatore dovrebbe consentire almeno due diverse opzioni di contatto:

- e-mail,
- modulo online,
- messaggi scritti,
- una persona di contatto per le domande sull’accessibilità,
- un tempo di risposta chiaro,
- conferme scritte degli accordi.

Ciò è importante per gli utenti sordi e ipoudenti, per le persone con disabilità comunicative, per le persone con disabilità psicosociali, per la popolazione anziana e per chiunque comprenda o verifichi più facilmente le informazioni in forma scritta.

Verifica pratica:

- Sul sito web è pubblicato un indirizzo e-mail oltre a un numero di telefono?
- L’utente sa chi può contattare in merito all’accessibilità?
- L’operatore risponde con informazioni chiare e concrete?
- L’utente riceve una conferma scritta degli accordi fondamentali dopo una conversazione?

6.6.3 Conferme e istruzioni scritte

Le informazioni fondamentali dovrebbero essere sempre disponibili anche in forma scritta. Ciò comprende:

- conferme di prenotazione,
- modifiche a date o orari,
- istruzioni per l'arrivo,
- informazioni sui parcheggi,
- regole della struttura,
- istruzioni di sicurezza,
- informazioni sugli accompagnatori,
- informazioni sugli ingressi,
- informazioni sulle limitazioni,
- contatto per l'assistenza.

Verifica pratica:

- L'utente riceve una conferma chiara dopo la prenotazione?
- Il messaggio di conferma include informazioni sull'accesso?
- Le modifiche al programma vengono comunicate per tempo?
- Le istruzioni sono comprensibili anche per un utente che non conosce l'operatore?

6.6.4 Linguaggio comprensibile e prevedibilità

L'operatore dovrebbe predisporre le informazioni in modo che siano comprensibili anche agli utenti che le utilizzano più facilmente quando sono chiare, strutturate e prevedibili. Ciò comprende:

- frasi brevi,
- una sequenza logica delle informazioni,
- istruzioni chiare passo dopo passo,
- evitare parole straniere ed espressioni tecniche non necessarie,
- una spiegazione di come si svolgerà la visita,
- una spiegazione della sua durata,
- informazioni su affollamento, rumore, attese, cambiamenti e regole,
- informazioni sulla possibilità di una pausa o di abbandonare l'esperienza.

Per le persone con disabilità cognitive, neurologiche, psicosociali o comunicative sono particolarmente importanti prevedibilità, chiarezza, riduzione del carico cognitivo e una comunicazione calma.

6.6.5 Accessibilità per gli utenti sordi e ipoudenti

L'operatore dovrebbe garantire che le informazioni fondamentali non dipendano soltanto dal suono. Ciò comprende:

- sottotitoli nei video,
- istruzioni di sicurezza scritte,
- informazioni scritte sui cambiamenti,
- segnali visivi,
- possibilità di comunicare attraverso canali scritti,
- informazioni in lingua dei segni, ove possibile,
- conferme scritte chiare di prenotazioni e accordi.

Verifica pratica:

- I video sono sottotitolati?
- Gli avvisi importanti sono disponibili anche in forma scritta?
- L'utente può evitare una telefonata?
- Le istruzioni in loco sono visibili e comprensibili?

6.6.6 Comunicazione rispettosa e priva di stigmatizzazione

Il personale dovrebbe comunicare con calma, rispetto e senza atteggiamenti paternalistici. Ciò significa che dovrebbe:

- chiedere all'utente quale forma di supporto sarebbe adatta a lui,
- non presumere quale forma di supporto sia appropriata,
- non parlare a nome dell'utente,
- non rivolgersi all'accompagnatore se è possibile parlare con l'utente,
- non utilizzare espressioni che presentino la persona come un peso o un problema,
- offrire aiuto senza imporlo,
- riconoscere quando non si dispone di un'informazione e verificarla.

Per le persone con disagio mentale e sociale è particolarmente importante che la comunicazione sia calma, rispettosa, non paternalistica ed emotivamente sicura.

6.6.7 Formazione del personale

L'operatore dovrebbe formare il personale alla comprensione delle diverse barriere che gli utenti incontrano nell'accesso alle informazioni, alla comunicazione o ai servizi. Il personale dovrebbe sapere come:

- ascoltare l'utente,
- porre una domanda rispettosa,
- fornire una risposta chiara,
- verificare le informazioni,
- spiegare le limitazioni del servizio,
- offrire aiuto senza imporlo,
- indirizzare l'utente alla persona di contatto corretta,
- rispondere con calma in situazioni inattese.

Le raccomandazioni pratiche per gli operatori comprendono anche la formazione del personale alla comunicazione inclusiva e al supporto degli utenti con diverse forme di disabilità.

6.6.8 Verifica dell'accessibilità comunicativa

L'operatore dovrebbe verificare regolarmente:

- se le informazioni sono chiare,
- se i dati di contatto sono visibili,
- se esistono diversi canali di comunicazione,
- se le risposte agli utenti sono concrete,
- se le informazioni fondamentali sono messe per iscritto,
- se le istruzioni sono comprensibili,
- se il personale sa rispondere alle domande sull'accessibilità,
- se gli utenti ricevono le informazioni per tempo.

L'accessibilità comunicativa si realizza quando l'utente può comprendere, verificare, salvare e utilizzare le informazioni nel prendere la propria decisione.

7. Misure a breve termine

Le misure a breve termine sono i primi passi pratici che gli operatori turistici possono iniziare ad attuare immediatamente o entro un periodo di tempo più breve. Sono finalizzate a rimuovere le barriere più evidenti, migliorare la qualità delle informazioni e stabilire le condizioni di base per una pianificazione più autonoma della visita.

Le misure a breve termine sono importanti perché anche cambiamenti di minore entità possono migliorare significativamente l'esperienza utente. Informazioni più chiare, moduli più accessibili, migliori descrizioni delle immagini, sottotitoli, dati di contatto visibili e personale con una formazione di base possono offrire agli utenti maggiore fiducia, minore incertezza e maggiore indipendenza nel prendere decisioni.

7.1 Revisione delle informazioni esistenti

Il primo passo consiste nel rivedere le informazioni che l'operatore pubblica già sul sito web, nei documenti, sui social media, nei sistemi di prenotazione, nelle conferme via e-mail e attraverso altri canali di comunicazione.

L'operatore dovrebbe verificare:

- se le informazioni sull'accessibilità siano effettivamente pubblicate,
- se siano sufficientemente concrete,
- se siano comprensibili a utenti diversi,
- se siano aggiornate,
- se siano accessibili tramite screen reader,
- se siano accessibili senza mouse,
- se le informazioni fondamentali siano nascoste soltanto in documenti PDF, immagini o testi promozionali,
- se l'utente possa trovare rapidamente un contatto per ulteriori domande.

Risultato prioritario: l'operatore predispone un breve elenco delle informazioni esistenti, delle informazioni mancanti e dei contenuti che devono essere corretti.

7.2 Integrazione delle informazioni sull'accessibilità

L'operatore dovrebbe pubblicare chiaramente sul sito web le informazioni sull'accessibilità della propria offerta. Le informazioni dovrebbero essere concrete, verificabili e utili per pianificare una visita. Dovrebbero includere informazioni su:

- accesso all'edificio o al sito,
- ingressi,
- parcheggi,

- percorsi interni,
- ascensori,
- rampe,
- servizi igienici,
- posti a sedere,
- orientamento all'interno dello spazio,
- comunicazione con il personale,
- forme di supporto disponibili,
- limitazioni varie,
- cambiamenti temporanei,
- contatto per ulteriori domande.

Invece di un'affermazione generale quale:

“L'edificio è accessibile.”

l'operatore dovrebbe indicare, ad esempio:

“L'ingresso principale è privo di gradini. I servizi igienici accessibili si trovano al piano terra. Un ascensore conduce allo spazio espositivo al primo piano. Il percorso esterno verso il punto panoramico è in ghiaia e in alcuni tratti è ripido. Per ulteriori informazioni sull'accesso, potete contattarci via e-mail.”

Risultato prioritario: l'utente può valutare autonomamente se la visita sia fattibile, sicura e adatta a lui.

7.3 Organizzazione della struttura di base del sito web

L'operatore dovrebbe verificare se il sito web sia chiaro, logico e prevedibile.

Particolare attenzione dovrebbe essere riservata a:

- titoli delle pagine,
- titoli e sottotitoli,
- navigazione principale,
- link descrittivi,
- etichettatura dei pulsanti,
- accesso ai dati di contatto,
- accesso alle informazioni sull'accessibilità,
- chiarezza dei contenuti,
- usabilità del sito web su dispositivi mobili.

Le informazioni sull'accessibilità dovrebbero essere disponibili dalla navigazione principale o da un punto chiaramente indicato nel sito web. Gli utenti non dovrebbero doverle cercare tra descrizioni generali, notizie o contenuti promozionali.

Risultato prioritario: l'utente deve trovare rapidamente le informazioni fondamentali, anche quando utilizza uno screen reader, l'ingrandimento del testo, la tastiera o un telefono cellulare.

7.4 Etichettatura di link, pulsanti e moduli

Link, pulsanti e moduli devono essere etichettati in modo tale che l'utente comprenda che cosa accadrà quando li seleziona o vi fa clic.

Tra gli esempi non adeguati rientrano:

- “clicca qui”,
- “altro”,
- “leggi”,
- “apri”,
- icone prive di etichetta,
- pulsanti privi di un'etichetta chiara.

Tra gli esempi più adeguati rientrano:

- “Leggi di più sull'accesso al museo”,
- “Scarica il listino prezzi in un formato accessibile”,
- “Invia una domanda sull'accessibilità”,
- “Prenota una visita guidata”,
- “Apri la mappa del percorso accessibile”.

Nei moduli, i campi di inserimento, le informazioni obbligatorie, gli errori e le conferme di invio devono essere chiaramente etichettati.

Risultato prioritario: l'utente comprende quale elemento sta utilizzando, che cosa deve inserire e quale azione sta compiendo.

7.5 Aggiunta delle descrizioni delle immagini

Le immagini importanti devono avere descrizioni appropriate. Ciò vale in particolare per le immagini che aiutano l'utente a comprendere lo spazio, l'accesso, il servizio o lo svolgimento della visita.

In particolare, dovrebbero essere descritti:

- ingresso,
- percorso verso l'edificio o il sito,
- area di parcheggio,
- servizi igienici,
- stanza,

- spazio espositivo,
- sala,
- rampa,
- ascensore,
- mappa,
- disposizione degli spazi,
- possibili barriere.

Descrizione inadeguata:

“Immagine dell’edificio”

Descrizione migliore:

“L’ingresso principale del museo è privo di gradini. Il percorso davanti all’ingresso è pavimentato e la porta si apre manualmente.”

Risultato prioritario: gli utenti ciechi e ipovedenti ottengono informazioni importanti per pianificare la visita.

7.6 Sottotitoli e alternative testuali per i video

I video che presentano l’offerta, le istruzioni, i percorsi, gli eventi o i servizi dovrebbero avere sottotitoli. Quando un video è importante per comprendere lo spazio o il servizio, dovrebbe includere anche un breve riepilogo testuale.

L’operatore dovrebbe garantire:

- sottotitoli per i video principali,
- un riepilogo testuale del contenuto,
- una descrizione delle informazioni visive importanti,
- la possibilità di mettere in pausa, rivedere e controllare il video,
- che il video non si avvii automaticamente senza possibilità di controllo.

Risultato prioritario: le informazioni diventano accessibili anche per gli utenti sordi e ipovedenti, agli utenti ciechi e ipovedenti e agli utenti che non possono seguire i contenuti video nel modo consueto.

7.7 Organizzazione dei canali di contatto

Il telefono non deve essere l'unico modo per ottenere informazioni sull'accessibilità. L'operatore dovrebbe consentire diverse modalità di comunicazione. Il sito web dovrebbe indicare chiaramente:

- indirizzo e-mail,
- numero di telefono,
- modulo online, ove disponibile,
- persona o servizio di contatto per le domande sull'accessibilità,
- tempo di risposta previsto,
- possibilità di conferma scritta delle informazioni fondamentali.

Risultato prioritario: l'utente può porre una domanda nel modo a lui più adatto e ricevere una risposta chiara e verificabile.

7.8 Formazione di base del personale

Il personale deve conoscere le informazioni di base sull'accessibilità dell'offerta. Ciò vale per il personale che riceve le prenotazioni, risponde alle domande, gestisce il sito web, prepara i contenuti, conduce le visite o è in contatto diretto con i visitatori.

Il personale dovrebbe sapere come:

- rispondere alle domande di base sull'accesso,
- verificare le informazioni quando non ne è sicuro,
- rivolgersi all'utente con rispetto,
- offrire aiuto senza imporlo,
- spiegare le limitazioni,
- fornire una conferma scritta delle informazioni,
- indirizzare l'utente alla persona di contatto corretta.

Risultato prioritario: l'utente riceve informazioni coerenti, chiare e rispettose indipendentemente dalla persona con cui comunica.

7.9 Prima verifica con gli utenti

L'operatore dovrebbe verificare le informazioni di base e i contenuti digitali con gli utenti o con le organizzazioni delle persone con disabilità.

La verifica dovrebbe rispondere alle seguenti domande:

- L'utente può trovare rapidamente le informazioni sull'accessibilità?
- Le informazioni sono sufficientemente concrete?
- Sono comprensibili?

- L'utente può completare una prenotazione?
- L'utente può contattare l'operatore?
- Le informazioni corrispondono alla situazione effettiva?
- Quali barriere insorgono nell'utilizzo del sito web o del servizio?

Risultato prioritario: l'operatore ottiene un feedback concreto e lo utilizza per miglioramenti rapidi.

7.10 Nomina di una persona responsabile

L'operatore dovrebbe nominare una persona o un team responsabile delle informazioni sull'accessibilità.

Questa persona dovrebbe monitorare:

- aggiornamenti del sito web,
- cambiamenti nello spazio fisico,
- risposte agli utenti,
- feedback,
- nuovi post,
- documenti,
- fotografie,
- video,
- procedure di prenotazione,
- limitazioni temporanee.

Risultato prioritario: l'accessibilità non dipende da iniziative improvvisate ma ha una catena di responsabilità chiaramente definita.

7.11 Ordine di priorità delle misure a breve termine

Quando l'operatore non può attuare tutte le misure contemporaneamente, dovrebbe innanzitutto organizzare:

- pubblicazione di informazioni chiare sull'accessibilità,
- canali di contatto,
- indicare le barriere più evidenti sul sito web,
- moduli e prenotazioni accessibili,
- descrizioni delle immagini importanti,
- sottotitoli per i video principali,
- conferme e istruzioni scritte,
- formazione di base del personale,
- verifica delle informazioni con gli utenti,
- nomina di una persona responsabile.

L'obiettivo a breve termine è un avvio affidabile del miglioramento sistematico dell'accessibilità. Il primo passo consiste nel rimuovere le barriere che impediscono agli utenti di ottenere informazioni, comprendere l'offerta, stabilire un contatto o decidere se effettuare la visita.

8. Misure a lungo termine

Le misure a lungo termine sono finalizzate a rendere l'accessibilità una parte permanente della gestione dell'offerta turistica. Non si tratta soltanto di singole correzioni a un sito web o dell'integrazione delle informazioni, ma di integrare l'accessibilità nella pianificazione, nello sviluppo, nell'attuazione, nella verifica e nel miglioramento dei servizi.

Un'accessibilità efficace nel lungo periodo si basa su responsabilità chiare, verifiche regolari, formazione, cooperazione con gli utenti, inclusione dell'accessibilità nell'acquisizione di nuove soluzioni e collegamento tra accessibilità digitale, comunicativa e fisica.

8.1 Integrare l'accessibilità nella gestione ordinaria dell'offerta

L'operatore dovrebbe integrare l'accessibilità nelle procedure ordinarie di pianificazione e gestione. L'accessibilità dovrebbe essere presa in considerazione quando si procede a:

- riprogettare il sito web,
- selezionare fornitori esterni,
- preparare nuovi contenuti,
- introdurre sistemi di prenotazione,
- organizzare eventi,
- rinnovare gli spazi,
- segnalare i percorsi,
- pubblicare fotografie e video,
- comunicare con gli utenti,
- formare il personale.

L'operatore dovrebbe definire responsabilità, procedure per l'aggiornamento delle informazioni e regole interne di base per la pubblicazione di nuovi contenuti.

Risultato prioritario: l'accessibilità diventa parte del funzionamento ordinario dell'operatore.

8.2 L'accessibilità come condizione nell'affidamento di nuove soluzioni digitali

Quando viene commissionato un nuovo sito web, un'applicazione mobile, un sistema di prenotazione, una mappa digitale, un modulo online o un altro strumento digitale, l'accessibilità deve essere inclusa fin dall'inizio. Bandi, contratti o accordi con i fornitori dovrebbero definire requisiti relativi a:

- utilizzo tramite tastiera,
- compatibilità con gli screen reader,
- moduli accessibili,
- corretta struttura della pagina,
- contrasto e leggibilità,
- sottotitoli,
- descrizioni delle immagini,
- documenti accessibili,
- utilizzo su dispositivi mobili,
- test con gli utenti,
- correzione degli errori individuati.

Risultato prioritario: l'operatore evita correzioni successive costose e dispendiose in termini di tempo perché l'accessibilità è inclusa nello sviluppo fin dall'inizio.

8.3 Verifica regolare dei contenuti e dei servizi digitali

L'accessibilità può deteriorarsi con ogni nuova pubblicazione, modifica del sito web o introduzione di una nuova funzione. L'operatore dovrebbe pertanto stabilire verifiche regolari rispetto a:

- le pagine principali del sito web,
- le informazioni sull'accessibilità,
- le procedure di prenotazione,
- i moduli online,
- i documenti PDF,
- le fotografie,
- i video,
- i QR code,
- i post sui social media,
- i link,
- i dati di contatto.

Le verifiche dovrebbero essere effettuate quando vengono apportate modifiche importanti al sito web, quando viene introdotto un nuovo servizio, quando gli spazi vengono rinnovati e ogni volta che un cambiamento incide sul percorso dell'utente.

Risultato prioritario: l'accessibilità viene mantenuta dopo gli aggiornamenti.

8.4 Coinvolgere le persone con disabilità e la popolazione anziana nella sperimentazione

L'operatore dovrebbe coinvolgere le persone con disabilità e la popolazione anziana nello sviluppo, nella verifica e nel miglioramento delle soluzioni. Il coinvolgimento dovrebbe comprendere:

- revisione del sito web,
- test delle prenotazioni,
- verifica dei moduli,
- verifica delle informazioni sull'accessibilità fisica,
- valutazione della comprensibilità delle istruzioni,
- verifica dei canali di comunicazione,
- test del percorso dell'utente in loco,
- raccolta del feedback dopo la visita.

Il coinvolgimento degli utenti deve portare a miglioramenti concreti. Il feedback dovrebbe essere documentato, preso in considerazione e utilizzato negli sviluppi successivi.

Risultato prioritario: l'operatore individua barriere non rilevabili da una valutazione tecnica.

8.5 Formazione continua del personale

Le conoscenze sull'accessibilità devono essere parte dello sviluppo professionale continuo del personale. La formazione dovrebbe coinvolgere:

- redattori del sito web,
- personale addetto al marketing,
- personale addetto alle prenotazioni,
- personale di reception e informazione,
- guide,
- personale tecnico,
- management,
- collaboratori esterni quando preparano contenuti o servizi per l'operatore.

I contenuti della formazione dovrebbero comprendere:

- comprensione di base della disabilità e delle limitazioni funzionali,
- importanza di informazioni chiare,
- utilizzo di diversi canali di comunicazione,
- predisposizione di contenuti digitali accessibili,
- comunicazione rispettosa,
- risposta alle domande degli utenti,
- gestione di cambiamenti o limitazioni.

Risultato prioritario: l'accessibilità diventa parte delle conoscenze dell'organizzazione.

8.6 Collegare i miglioramenti fisici alle informazioni digitali

Ogni miglioramento fisico deve essere accompagnato anche da adeguate informazioni digitali e comunicative. Quando gli spazi cambiano, l'operatore deve aggiornare:

- il sito web,
- le fotografie,
- le descrizioni dell'accesso,
- le informazioni sui servizi igienici,
- le informazioni sugli ingressi e sui percorsi,
- le istruzioni per la prenotazione,
- i messaggi di conferma,
- la segnaletica in loco,
- le informazioni per il personale.

Lo stesso vale per le limitazioni temporanee. Se un ascensore non funziona, se un percorso è chiuso, se sono in corso lavori di ristrutturazione o se un ingresso accessibile è stato temporaneamente spostato, gli utenti devono essere informati in anticipo.

Risultato prioritario: le informazioni che gli utenti ricevono prima della visita corrispondono alla situazione reale che troveranno sul posto.

8.7 Sistema per la raccolta e la gestione del feedback

L'operatore dovrebbe stabilire una modalità chiara di raccolta del feedback sull'accessibilità. Gli utenti dovrebbero poter segnalare che:

- le informazioni non erano chiare,
- la prenotazione non era accessibile,
- la descrizione dell'accessibilità fisica non corrispondeva alla situazione effettiva,
- la comunicazione non era appropriata,
- hanno incontrato una barriera in loco,
- hanno un suggerimento per un miglioramento.

L'operatore dovrebbe esaminare regolarmente il feedback e utilizzarlo per i miglioramenti.

Risultato prioritario: le esperienze degli utenti diventano una fonte di apprendimento e miglioramento continuo.

8.8 Monitoraggio degli effetti e indicatori di base

L'operatore dovrebbe monitorare se le misure di accessibilità portino effettivamente a miglioramenti. Può monitorare:

- il numero di informazioni sull'accessibilità aggiornate,
- il numero di documenti accessibili,
- il numero di video con sottotitoli,
- il numero di membri del personale coinvolti nella formazione,

- il numero di verifiche del sito web,
- il numero di test con gli utenti,
- il tempo di risposta alle domande sull'accessibilità,
- il numero di feedback ricevuti e gestiti,
- il numero di barriere rimosse.

Gli indicatori dovrebbero essere semplici e utili. Il loro scopo è monitorare i progressi e definire i successivi miglioramenti.

Risultato prioritario: l'operatore può monitorare i progressi e pianificare ulteriori misure.

8.9 Cooperazione transfrontaliera e scambio di buone pratiche

Lo sviluppo a lungo termine dell'accessibilità nel turismo richiede la cooperazione tra operatori, organizzazioni turistiche, comuni, istituzioni culturali, esperti, istituzioni formative e organizzazioni delle persone con disabilità. Nell'area transfrontaliera Italia–Slovenia è particolarmente importante garantire:

- coordinamento delle informazioni di base sull'accessibilità,
- utilizzo di descrizioni comparabili,
- scambio di buone pratiche,
- formazione congiunta,
- cooperazione nella sperimentazione delle soluzioni,
- collegamento degli strumenti digitali,
- informazioni multilingui,
- coinvolgimento delle organizzazioni degli utenti di entrambi i lati del confine.

Risultato prioritario: gli utenti ricevono informazioni comparabili e affidabili da operatori diversi e in lingue diverse.

8.10 L'accessibilità come parte della qualità e della sostenibilità del turismo

Nel lungo periodo, l'accessibilità deve diventare parte del modo in cui viene intesa la qualità dell'offerta turistica. Incide sull'accoglienza, sulla sicurezza, sulla fiducia, sulla soddisfazione degli utenti e sulla possibilità di partecipare autonomamente al turismo.

Le soluzioni accessibili apportano benefici a una gamma più ampia di persone: persone con disabilità, popolazione anziana, famiglie con bambini, visitatori stranieri, persone con infortuni temporanei e chiunque tragga beneficio da informazioni chiare, procedure prevedibili e servizi utilizzabili. Le misure a lungo termine hanno successo quando l'accessibilità non è più intesa come una singola correzione, ma come una modalità permanente di pianificazione, attuazione e miglioramento dell'offerta turistica.

Risultato prioritario: l'accessibilità diventa parte integrante di un turismo di qualità, inclusivo e socialmente responsabile.

9. Esempi di buone pratiche in Europa e loro trasferibilità

Le buone pratiche nel turismo accessibile mostrano come città, regioni, paesi, progetti europei, partenariati pubblico-privati e operatori privati possano sviluppare servizi, infrastrutture, strumenti digitali e comunicazione accessibili. Sono importanti perché presentano diversi modelli realizzabili: strategie urbane, sistemi di certificazione, piattaforme online, itinerari turistici accessibili, standard alberghieri, informazioni multilingui, coinvolgimento degli utenti e formazione del personale.

Una caratteristica comune delle buone pratiche è che non intendono l'accessibilità come un adattamento individuale, ma come parte della qualità, dell'accoglienza, della fiducia e dello sviluppo a lungo termine dell'offerta turistica. Le soluzioni efficaci collegano generalmente accessibilità fisica, digitale e comunicativa e consentono agli utenti di pianificare e utilizzare i servizi turistici in modo più autonomo.

9.1 Strategie urbane per il turismo accessibile

Le strategie urbane per il turismo accessibile mostrano che l'accessibilità è efficace quando non è limitata a una singola struttura, ma è inclusa nella pianificazione più ampia della città, dello spazio pubblico, dei trasporti, delle istituzioni culturali, dei punti informativi e della promozione turistica.

Barcellona è un esempio di città che sviluppa l'accessibilità come parte della propria identità turistica. Le misure comprendono musei accessibili, hotel privi di barriere architettoniche, spiagge accessibili, visite guidate adattate e l'utilizzo della lingua dei segni in alcuni contenuti turistici. Anche il trasporto pubblico rappresenta una parte importante dell'accessibilità urbana, poiché autobus accessibili e altre forme di mobilità consentono agli utenti di utilizzare effettivamente l'offerta turistica.

Milano, invece, è un esempio di città che ha collegato l'accessibilità alle infrastrutture urbane, al trasporto pubblico e alle attrazioni culturali. Gli interventi per l'accesso alle stazioni, gli ascensori, le rampe, gli spazi pubblici e i siti culturali mostrano che il turismo accessibile non dipende soltanto dai singoli operatori turistici, ma dall'intero ambiente urbano.

Trasferibile nella pratica:

- l'accessibilità dovrebbe essere inclusa nella pianificazione della destinazione nel suo complesso,
- le informazioni su percorsi accessibili, trasporto pubblico, istituzioni culturali e servizi devono essere collegate,

- le informazioni turistiche devono consentire all'utente di pianificare l'intera visita, non soltanto un singolo servizio,
- l'accessibilità dello spazio pubblico, dei trasporti e dell'offerta turistica deve essere affrontata congiuntamente.

9.2 Programmi nazionali e regionali

I programmi nazionali e regionali mostrano l'importanza di criteri comuni, informazioni verificate, marchi certificati e dati sull'accessibilità disponibili pubblicamente. Tali sistemi consentono agli utenti di confrontare più facilmente l'offerta e forniscono agli operatori turistici punti di partenza più chiari per i miglioramenti.

Tourisme & Handicap in Francia è un sistema di certificazione che contrassegna strutture e servizi turistici in base all'accessibilità per diversi gruppi di utenti: persone con disabilità motorie, visive, uditive e cognitive. Il marchio consente agli utenti di individuare più rapidamente quale offerta sia accessibile e adatta alle loro circostanze d'uso.

VisitFlanders in Belgio utilizza un sistema di marchi di accessibilità per strutture ricettive, musei e centri visitatori. Oltre ai marchi, mette a disposizione degli utenti anche uno strumento di ricerca sull'accessibilità, schede informative e brochure con informazioni su strutture e percorsi accessibili.

Una Regione per Tutti, ovvero FVG for All, in Friuli Venezia Giulia, si basa sulla verifica sistematica dell'accessibilità delle località turistiche. I dati comprendono informazioni concrete, quali larghezza delle porte, rampe, segnaletica tattile e altri elementi di accesso. Anche le informazioni in forma facile da comprendere e i video in Lingua dei Segni Italiana costituiscono una parte importante dell'iniziativa.

All for All in Portogallo pone l'accessibilità come parte dell'indirizzo nazionale per il turismo. Il programma incoraggia gli operatori turistici ad adattare i propri spazi, servizi e comunicazione a una gamma più ampia di utenti e a comprendere l'accessibilità come parte di un'offerta di qualità e come vantaggio competitivo.

Trasferibile nella pratica:

- dovrebbero essere sviluppati criteri comuni per descrivere l'accessibilità,
- le informazioni devono essere verificate, comparabili e comprensibili,
- le etichette generiche non sono sufficienti; gli utenti hanno bisogno di dati concreti,
- marchi e certificati sono utili soltanto se si basano su criteri chiari e verifiche regolari,
- le informazioni devono riguardare diversi gruppi di utenti, non soltanto le disabilità motorie.

9.3 Progetti europei e piattaforme digitali

I progetti europei e le piattaforme digitali mostrano come l'accessibilità possa essere sostenuta attraverso strumenti digitali, banche dati condivise, cooperazione transfrontaliera e coinvolgimento degli utenti.

Pantou è un repertorio online di servizi turistici accessibili che consente agli utenti di cercare strutture ricettive, ristoranti, trasporti, visite guidate e altri servizi. Il suo valore risiede nel riunire le informazioni in un unico luogo e nel rendere più agevole la pianificazione del viaggio per gli utenti.

STRING è un esempio di progetto europeo che ha sviluppato itinerari turistici accessibili in diversi paesi. Il progetto mostra che l'accessibilità deve essere affrontata lungo l'intera catena turistica: dai trasporti e dai percorsi fino alle strutture ricettive, alle attrazioni e all'inclusione dell'offerta nei prodotti turistici ordinari.

AccessibleEU sostiene lo scambio di conoscenze, risorse specialistiche e buone pratiche a livello europeo. Reti di questo tipo sono importanti perché consentono il trasferimento di conoscenze tra paesi, settori e organizzazioni.

SITE – Shaping Inclusive Tourist Experiences è un progetto del Programma Interreg Italia-Croazia sviluppa esperienze turistiche inclusive utilizzando i principi della progettazione universale. Il progetto è finalizzato allo sviluppo di un ecosistema turistico più inclusivo che tenga conto delle persone con disabilità, delle famiglie e della popolazione anziana. È particolarmente importante perché collega l'accessibilità al turismo sostenibile, all'inclusione sociale, all'innovazione e allo sviluppo delle destinazioni. Il progetto comprende attività pilota, formazione e preparazione di strumenti pratici, quali un catalogo di teorie e pratiche di progettazione universale, manuali e strumenti di valutazione. Le soluzioni sono finalizzate a migliorare l'accessibilità della comunicazione, dell'orientamento e degli spazi pubblici e sono progettate in modo da poter essere trasferite anche ad altri contesti turistici.

Trasferibile nella pratica:

- utilizzo dei principi della progettazione universale nella pianificazione dei servizi turistici,
- collegamento dell'accessibilità con lo spazio pubblico, l'orientamento e la comunicazione,
- sviluppo di strumenti pratici per operatori e destinazioni,
- inclusione di attività formative e pilota,
- utilizzo delle ITC per ridurre le barriere architettoniche, sensoriali e comunicative,
- cooperazione transfrontaliera tra turismo, organizzazioni di ricerca, istituzioni di istruzione superiore e organizzazioni non governative.

9.4 Partenariati pubblico-privati e iniziative di settore

I partenariati pubblico-privati e le iniziative di settore mostrano che l'accessibilità può avere successo anche come parte di un modello di business, di standard di qualità e della gestione dei servizi a lungo termine.

TUR4all è una piattaforma online e un'applicazione mobile che fornisce agli utenti informazioni standardizzate sull'accessibilità di hotel, ristoranti, attrazioni turistiche e attività. È importante anche la natura multilingue della piattaforma, così come la possibilità per gli utenti di condividere esperienze e recensioni.

Scandic Hotels è un esempio di catena alberghiera che ha sviluppato un proprio standard di accessibilità. Lo standard comprende numerosi criteri relativi all'ambiente fisico, alle camere, alla segnaletica, alla comunicazione, alla sicurezza e ai servizi. L'accessibilità è integrata nel funzionamento dell'intera catena, non soltanto nelle singole strutture.

ILUNION Hotels in Spagna collega l'accessibilità alla progettazione universale, alla formazione del personale e all'occupazione delle persone con disabilità. L'esempio mostra che l'accessibilità non è soltanto una questione tecnica o spaziale, ma anche parte della cultura organizzativa e dell'inclusione sociale.

Trasferibile nella pratica:

- l'accessibilità deve essere inclusa negli standard interni dell'operatore,
- il personale deve essere formato a una comunicazione rispettosa e chiara,
- le informazioni sull'accessibilità devono essere standardizzate e verificate regolarmente,
- le esperienze degli utenti sono un'importante fonte di miglioramento,
- l'accessibilità può diventare parte della riconoscibilità e della qualità di un marchio.

9.5 Caratteristiche comuni delle buone pratiche

Gli esempi presentati mostrano le seguenti caratteristiche comuni delle soluzioni efficaci:

- l'accessibilità è inclusa nella pianificazione strategica,
- le informazioni sull'accessibilità sono chiare, concrete e verificabili,
- gli strumenti digitali supportano la pianificazione autonoma della visita,
- l'accessibilità fisica, digitale e comunicativa sono collegate,
- gli utenti partecipano alla pianificazione e alla sperimentazione delle soluzioni,
- il personale è formato,
- le informazioni sono multilingui e disponibili in diverse forme,
- i sistemi di etichettatura e certificazione si basano su dati verificati,

- l'accessibilità viene regolarmente aggiornata e migliorata,
- le soluzioni sono incluse nell'offerta turistica ordinaria, non in programmi separati o eccezionali.

9.6 Trasferibilità all'area transfrontaliera Italia–Slovenia

Nell'area transfrontaliera Italia–Slovenia sono necessarie soluzioni comparabili, multilingui, verificabili e utilizzabili da diverse tipologie di operatori turistici. Gli esempi di buone pratiche mostrano che è particolarmente importante sviluppare una modalità comune di descrizione dell'accessibilità, collegare gli operatori e le organizzazioni degli utenti e fornire informazioni che consentano agli utenti di prendere decisioni autonome.

Per operatori turistici, destinazioni, comuni, musei, strutture ricettive e organizzazioni turistiche, sono particolarmente trasferibili i seguenti elementi:

- una struttura comune per le informazioni sull'accessibilità,
- pagine chiaramente contrassegnate con informazioni sull'accessibilità,
- dati verificati sull'accesso fisico,
- moduli digitali e prenotazioni accessibili,
- informazioni multilingui,
- informazioni facili da comprendere,
- sottotitoli e lingua dei segni per i contenuti principali,
- cooperazione con le persone con disabilità,
- formazione regolare del personale,
- inclusione dell'accessibilità nella promozione della destinazione,
- raccolta e utilizzo del feedback degli utenti.

Una buona pratica è trasferibile quando l'operatore non la intende come la copia di un modello straniero, ma come punto di partenza per un proprio miglioramento. È importante che ciascun operatore individui quali elementi può introdurre in funzione delle proprie dimensioni, della tipologia di servizio, delle soluzioni digitali esistenti, delle condizioni fisiche e degli utenti ai quali l'offerta è destinata.

10. Conclusione

La Strategia e le Linee guida per il miglioramento dell'accessibilità digitale nel turismo nell'area transfrontaliera Italia–Slovenia si basano sui risultati del progetto DATIS, che ha mostrato come l'accessibilità nel turismo sia una questione di usabilità, comprensibilità e affidabilità delle informazioni, nonché della capacità degli utenti di prendere decisioni autonome.

L'accessibilità deve essere intesa come un sistema connesso di condizioni digitali, comunicative e fisiche. Gli utenti possono utilizzare l'offerta turistica con fiducia e in autonomia quando possono trovare, comprendere, verificare, ritenere affidabili e utilizzare le informazioni nella pianificazione di una visita. Un processo decisionale affidabile si basa su informazioni concrete, verificabili, aggiornate e utili sull'accessibilità dell'offerta.

La strategia sottolinea che l'accessibilità è un processo continuo. Richiede pianificazione, verifica, cooperazione con le persone con disabilità e la popolazione anziana, formazione del personale, aggiornamento regolare dei contenuti digitali e collegamenti tra operatori turistici, destinazioni, istituzioni pubbliche, organizzazioni professionali e utenti.

La strategia e le linee guida sono collegate agli altri risultati del progetto DATIS, in particolare alla formazione per gli operatori turistici, allo sviluppo della piattaforma digitale, alla banca dati delle informazioni sull'accessibilità e alle attività pilota. Nel loro insieme, questi risultati forniscono una base pratica per migliorare ulteriormente l'accessibilità digitale, comunicativa e fisica dell'offerta turistica nell'area transfrontaliera Italia–Slovenia.

L'obiettivo a lungo termine è un'area turistica nella quale l'accessibilità sia parte integrante di un'offerta turistica di qualità, responsabile, inclusiva e sostenibile. Un simile approccio consente una maggiore indipendenza, dignità, fiducia e uguaglianza dell'utente nella pratica.

11. Fonti

11.1 DATIS project

DATIS. (n.d.). *DATIS – Interreg Italia-Slovenia*. Interreg Italia-Slovenia. <https://www.ita-slo.eu/it/datis>

University of Trieste. (2026). *Accessible tourism: DATIS project results presented*.
<https://portale.units.it/en/news/accessible-tourism-datis-project-results-presented>

University of Trieste. (2026). *DATIS Final Event: Accessible Tourism Starts with Accessible Information*.
<https://portale.units.it/en/events/datis-final-event-accessible-tourism-starts-accessible-information>

DATIS. *Accessible Tourism Italy–Slovenia: Survey of User Habits and Experiences 2024–2026*. Internal project material.

DATIS. *Analysis of the Digital Accessibility of 100 Tourism Providers from the Italy–Slovenia Cross-Border Region*. Internal project material.

DATIS. *Qualitative Interviews with Stakeholders in the Field of Accessible Tourism and the Organisation of Tourism Experiences for People with Disabilities*. Internal project material.

11.2 Quadro giuridico e tecnico nell’Unione Europea

European Parliament and Council. (2016). *Directive (EU) 2016/2102 on the accessibility of the websites and mobile applications of public sector bodies*. Official Journal of the European Union. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32016L2102>

European Parliament and Council. (2019). *Directive (EU) 2019/882 on the accessibility requirements for products and services*. Official Journal of the European Union. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/882/oj/eng>

European Commission. (n.d.). *Accessible tourism*. Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/offer/accessible_en

European Commission. (n.d.). *Overview of EU tourism policy*.
https://transport.ec.europa.eu/tourism/overview-eu-tourism-policy_en

European Commission. (n.d.). *AccessibleEU – European Accessibility Resource Centre*.
https://accessible-eu-centre.ec.europa.eu/index_en

European Telecommunications Standards Institute. (2021). *EN 301 549 V3.2.1: Accessibility requirements for ICT products and services*.
https://www.etsi.org/deliver/etsi_en/301500_301599/301549/03.02.01_60/en_301549v030201p.pdf

World Wide Web Consortium. (2024). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2*.
<https://www.w3.org/TR/WCAG22/>

World Wide Web Consortium, Web Accessibility Initiative. (n.d.). *WCAG 2 overview*.
<https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/>

Niestadt, M. (2018). *Digital tourism in the European Union*. European Parliamentary Research Service.
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/628236/EPRS_BRI\(2018\)628236_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/628236/EPRS_BRI(2018)628236_EN.pdf)

11.3 Turismo accessibile e design universale

- World Tourism Organization. (2013). *Recommendations on Accessible Tourism*. UNWTO.
https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/43206/unwto_recommendations_on_accessible_tourism.pdf
- World Tourism Organization. (2015). *Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices*. UNWTO.
- Buhalis, D., & Darcy, S. (Eds.). (2011). *Accessible Tourism: Concepts and Issues*. Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781845411626>
- Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009). *A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*.
<https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-hospitality-and-tourism-management/article/abs/wholeoflife-approach-to-tourism-the-case-for-accessible-tourism-experiences/A0CECAA01CA7B6234907AFD53081D1A4>
- Steinfeld, E., & Maisel, J. L. (2012). *Universal Design: Creating Inclusive Environments*. Wiley.
<https://udeducation.org/product/universal-design-creating-inclusive-environments/>
- European Network for Accessible Tourism. (n.d.). *Welcome to ENAT European Network for Accessible Tourism*. <https://www.accessibletourism.org/>

11.4 Examples of good practice in Europe

- Barcelona Turisme. (n.d.). *Accessible Barcelona*.
<https://professional.barcelonaturisme.com/en/travel-trade/why-barcelona/accessible>
- European Commission. (n.d.). *Access City Award: List of Winners*.
https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/justice-and-fundamental-rights/disability/access-city-award-aca/access-city-award-list-winners_en
- République française. (2024). *Arrêté du 18 avril 2024 relatif aux conditions d'attribution et de retrait du label "Tourisme & Handicap"*. Légifrance.
<https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000049446167>
- VISITFLANDERS. (n.d.). *Accessibility*. <https://www.visitflanders.com/en/travel-information/accessibility>
- PromoTurismoFVG. (n.d.). *Friuli Venezia Giulia: A Region for Everyone*.
<https://friuliveneziagiuliapertutti.it/en/>
- Turismo de Portugal. (n.d.). *All for All – Portuguese Tourism Programme*.
<https://business.turismodeportugal.pt/en/Conhecer/estrategia-turismo/programas-iniciativas/Pages/all-for-all-portuguese-tourism.aspx>
- European Network for Accessible Tourism. (n.d.). *Pantou.org – The European Accessible Tourism Directory*.
https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices.1512

Interreg Italy–Croatia. (n.d.). *SITE – Shaping Inclusive Tourist Experiences*. <https://www.italy-croatia.eu/web/site>

European Network for Accessible Tourism. (n.d.). *Smart Tourist Routes for Inclusive Groups*. https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices.1701

TUR4all. (n.d.). *TUR4all: Accessible Tourism*. <https://www.tur4all.com/>

Scandic Hotels. (n.d.). *Accessibility at Scandic*. <https://www.scandichotels.com/en/about/accessibility>

ILUNION Hotels. (n.d.). *Accessibility at ILUNION Hotels*. <https://www.ilunionhotels.com/en/accessibility.html>

**Interreg
Italia-Slovenija**



Co-funded by
the European Union

DATIS

DATIS: Frontiere digitali per il turismo inclusivo

21.04.2024 – 20.6. 2026

Il progetto DATIS è cofinanziato dall'Unione europea nell'ambito del Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia 2021-2027.

DATIS: www.ita-slo.eu/datis

Partners:

- Beletrina Academic Press
- Javni zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina
- Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali, Università degli Studi di Trieste
- IL MOSAICO Consorzio di Coop Sociali – Società Cooperativa Sociale
- Zveza društev slepih in slabovidnih Slovenije (ZDSSS)
- PromoTurismo FVG

Pridruženi partnerji:

- Občina Ajdovščina
- Comune di Sagrado

Beletrina

Zavod za turizem
Nova Gorica in
Vipavska dolina

Vipavska dolina



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TRIESTE
Dipartimento di
Scienze Politiche e Sociali



IL MOSAICO
CONSORZIO DI COOPERATIVE SOCIALI



ZVEZA DRUŠTEV SLEPIH
IN SLABOVIDNIH SLOVENIJE
1000 Ljubljana, Obalepova 2

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA