

Interreg
Italia-Slovenija



Co-funded by
the European Union

DATIS

**SKUPNA STRATEGIJA IN SMERNICE
ZA IZBOLJŠANJE DIGITALNE
DOSTOPNOSTI V TURIZMU NA
ČEZMEJNEM OBMOČJU MED
ITALIJO IN SLOVENIJO**

Vsebina

1. Namen dokumenta	4
2. Izzivi projekta DATIS	5
3. Sprejete metodološke izhodiščne točke.....	6
4. Ključne ugotovitve	8
4.1 Ugotovitve čezmejne raziskave o uporabniških navadah in izkušnjah.....	8
4.2 Ugotovitve analize digitalne dostopnosti 100 turističnih ponudnikov.....	9
4.3 Ugotovitve kvalitativnih intervjujev z deležniki.....	10
4.4 Pomen skupnih ugotovitev za strategijo	11
5. Strateški cilji.....	12
5.1 Prehod od formalne skladnosti k dejanski uporabniški dostopnosti	12
5.2 Zagotavljanje jasnih, konkretnih in preverljivih informacij o dostopnosti	12
5.3 Povezovanje fizične, digitalne in komunikacijske dostopnosti.....	13
5.4 Vključevanje oseb z invalidnostmi in starejših v razvoj, preverjanje ter izboljševanje rešitev ...	13
5.5 Povečanje ozaveščenosti in znanja turističnega sektorja.....	13
5.6 Razvoj skupnega čezmejnega pristopa k digitalni dostopnosti v turizmu.....	14
5.7 Krepitev zaupanja, samostojnosti in enakosti uporabnikov pri načrtovanju turističnih izkušenj	14
6. Smernice za turistične ponudnike.....	16
6.1 Dostopnost kot ključni vidik uporabniške izkušnje	16
6.2 Različne uporabniške skupine in skupne ovire pri dostopu	16
6.2.1 Slepi in slabovidni uporabniki.....	17
6.2.2 Gluhi in naglušni uporabniki.....	17
6.2.3 Osebe s kognitivnimi, intelektualnimi, nevrološki ali komunikacijskimi oviranostmi	18
6.2.4 Osebe s psihosocialnimi oviranostmi oziroma težavami v duševnem zdravju	18
6.2.5 Osebe z gibalno oviranostjo	18
6.2.6 Starejše osebe	19
6.2.7 Skupne ovire in skupni pogoji za dostopnost	19
6.3 Povezovanje digitalne, komunikacijske in fizične dostopnosti.....	19
6.4 Štiri načela dostopnih turističnih informacij in storitev	20
6.4.1 Zaznavnost.....	20
6.4.2 Razumljivost	21
6.4.3 Uporabnost.....	21
6.4.4 Združljivost in robustnost	21
6.4.5 Uporaba načel v turistični praksi	22
6.5 Smernice za digitalno dostopnost	22

6.5.1 Struktura spletne strani in navigacija	23
6.5.2 Uporaba s tipkovnico in podpornimi tehnologijami.....	23
6.5.3 Obrazci in rezervacijski postopki	24
6.5.4 Slike, videoposnetki in multimedija.....	24
6.5.5 Berljivost, kontrast in prilagodljivost prikaza	25
6.5.6 Dostopni dokumenti.....	25
6.5.7 QR kode, digitalni zemljevidi in vsebine na lokaciji	26
6.5.8 Redno preverjanje digitalnih vsebin.....	26
6.6 Smernice za komunikacijsko dostopnost	26
6.6.1 Jasne in konkretne informacije	27
6.6.2 Več komunikacijskih kanalov	27
6.6.3 Pisne potrditve in navodila	28
6.6.4 Razumljiv jezik in predvidljivost.....	28
6.6.5 Dostopnost za gluhe in naglušne uporabnike	29
6.6.6 Spoštljiva komunikacija brez stigmatizacije	29
6.6.7 Usposobljenost osebja	29
6.6.8 Preverjanje komunikacijske dostopnosti.....	30
7. Kratkoročni ukrepi	31
7.1 Pregled obstoječih informacij.....	31
7.2 Dopolnitev informacij o dostopnosti.....	31
7.3 Ureditev osnovne strukture spletne strani	32
7.4 Poimenovanje povezav, gumbov in obrazcev	33
7.5 Dodajanje opisov slik.....	33
7.6 Podnapisi in besedilne alternative za videoposnetke	34
7.7 Ureditev kontaktnih kanalov	34
7.8 Osnovno usposabljanje osebja	34
7.9 Prvo preverjanje z uporabniki	35
7.10 Določitev odgovorne osebe.....	35
7.11 Prednostni vrstni red kratkoročnih ukrepov	36
8. Dolgoročni ukrepi	37
8.1 Vključitev dostopnosti v redno upravljanje ponudbe	37
8.2 Dostopnost kot pogoj pri naročanju novih digitalnih rešitev	37
8.3 Redno preverjanje digitalnih vsebin in storitev	38
8.4 Vključevanje oseb z invalidnostmi in starejših oseb v testiranje	38
8.5 Stalno usposabljanje zaposlenih	39
8.6 Povezovanje fizičnih izboljšav z digitalnimi informacijami	39
8.7 Sistem zbiranja in obravnave povratnih informacij.....	40

8.8 Spremljanje učinkov in osnovni kazalniki	40
8.9 Čezmejno sodelovanje in izmenjava dobrih praks	41
8.10 Dostopnost kot del kakovosti in trajnosti turizma	41
9. Primeri dobrih praks v Evropi in njihova prenosljivost.....	42
9.1 Mestne strategije dostopnega turizma	42
9.2 Nacionalni in regionalni programi	43
9.3 Evropski projekti in digitalne platforme	43
9.4 Javno-zasebna partnerstva in industrijske pobude	44
9.5 Skupne značilnosti dobrih praks	45
9.6 Prenosljivost v čezmejni prostor Italija–Slovenija	45
10. Zaključek	47
11. Viri	48
11.1 Projekt DATIS:.....	48
11.2 Evropski, pravni in tehnični okvir:	48
11.3 Dostopni turizem in univerzalna zasnova:	49
11.4 Primeri dobrih praks v Evropi:	49

1. Namen dokumenta

Ta dokument predstavlja skupno strategijo za izboljšanje digitalne dostopnosti v turizmu čezmejnega območja Italija–Slovenija, pripravljeno v okviru projekta DATIS. Dokument vsebinsko združuje aktivnosti **D 1.2.2 – Skupna priprava strategije za izboljšanje digitalne dostopnosti v turističnem sektorju** in **D 1.2.3 – Strategija in smernice za izboljšanje digitalne dostopnosti v turističnem sektorju na čezmejnem območju**.

Strategija temelji na rezultatih raziskovalnega, analitičnega in participativnega dela, izvedenega v projektu DATIS. Vključuje ugotovitve čezmejne raziskave o uporabniških navadah in izkušnjah oseb z invalidnostmi, rezultate analize digitalne dostopnosti 100 turističnih spletnih strani iz Slovenije in Italije ter ugotovitve kvalitativnih intervjujev z deležniki, ki v praksi sodelujejo pri organizaciji turističnih obiskov, izletov in potovanj za osebe z različnimi oblikami oviranosti.

Dokument je namenjen turističnim ponudnikom, kulturnim ustanovam, destinacijskim organizacijam, javnim institucijam in drugim deležnikom v čezmejnem prostoru. Njegov namen je podati skupen strateški okvir, ki omogoča boljše razumevanje digitalne dostopnosti ter načrtovanje konkretnih izboljšav v turistični ponudbi.

Osnovno izhodišče strategije je, da se turistična izkušnja za uporabnika začne že pred prihodom na lokacijo. Uporabnik najprej išče informacije, preverja ponudbo, načrtuje obisk, primerja možnosti, izvaja rezervacijo ali vzpostavlja stik s ponudnikom. Če ta prvi stik ni dostopen, razumljiv in uporaben, je lahko uporabnik izključen že v fazi načrtovanja.

Strategija zato digitalno dostopnost obravnava kot sestavni del celotne turistične izkušnje. Digitalna dostopnost je povezana s fizično in komunikacijsko dostopnostjo, saj uporabnik za samostojno odločanje potrebuje jasne informacije o prostoru, storitvi, komunikaciji, podpori, omejitvah in dejanskih pogojih obiska.

Poseben poudarek je namenjen osebam z invalidnostmi, zlasti slepim in slabovidnim uporabnikom ter osebam s kognitivnimi, nevrološki, psihosocialnimi in komunikacijskimi oviranostmi, pa tudi starejšim osebam. Za te skupine uporabnikov so zanesljive, razumljive in dostopne informacije pogosto odločilne za samostojno presojo, ali je določena turistična storitev zanje primerna, varna in uporabna.

Dostopni turizem je pristop, ki z odpravljanjem fizičnih, digitalnih in komunikacijskih ovir ustvarja družbene pogoje za sodelovanje, prepoznavnost, samostojnost in enakost v praksi. Izhaja iz razumevanja, da ovire v turizmu pogosto nastajajo zaradi načina, kako so oblikovani prostori, informacije, storitve, komunikacija in pričakovanja. Zato je dostopnost sestavni del odgovornega, vključujočega in kakovostnega turizma.

Dokument ugotovitve projekta prevaja v strateške cilje, praktične smernice za turistične ponudnike, kratkoročne in dolgoročne ukrepe ter primere dobrih praks v Evropi, ki so prenosljivi v čezmejni prostor Italija–Slovenija.

2. Izzivi projekta DATIS

Projekt DATIS je bil zasnovan kot odgovor na skupen izziv čezmejnega območja Italija–Slovenija: izboljšanje digitalne dostopnosti in socialne vključenosti v turističnem sektorju za osebe z invalidnostmi in starejše osebe. Projekt izhaja iz ugotovitve, da turistični potencial čezmejnega prostora ni v celoti dostopen vsem uporabnikom, zlasti zaradi pomanjkljivih digitalnih informacij, nezadostne dostopnosti spletnih strani in aplikacij ter omejene ozaveščenosti turističnih ponudnikov o ovirah, s katerimi se uporabniki srečujejo pri dostopu do informacij, komunikacije in storitev.

Pomembno izhodišče projekta je bilo, da se turistična izkušnja začne že pred prihodom na lokacijo. Uporabniki informacije o ponudbi najprej iščejo na spletnih straneh, v aplikacijah, digitalnih vodičih, spletnih obrazcih, zemljevidih, multimedijskih vsebinah in drugih digitalnih kanalih. Če ti viri niso dostopni, razumljivi in uporabni, lahko ovire nastanejo že v fazi načrtovanja obiska.

Projekt DATIS je zato digitalno dostopnost obravnaval kot sestavni del celotne turistične izkušnje. Dostopne digitalne informacije uporabnikom omogočajo, da pred obiskom preverijo ponudbo, razumejo pogoje dostopa, ocenijo primernost storitve zase, vzpostavijo stik s ponudnikom in sprejmejo informirano odločitev.

Projekt je temeljil na multidisciplinarnem in participativnem pristopu. Vključeval je partnerje z različnih področij, med drugim turizma, raziskovanja, digitalne dostopnosti, socialnega vključevanja in dela z osebami z invalidnostmi. Posebej pomembno je bilo aktivno vključevanje oseb z invalidnostmi, ki niso bile obravnavane samo kot končni uporabniki, temveč kot nosilci izkušenj, znanja in povratnih informacij.

V okviru projekta so bile izvedene raziskovalne, analitične, izobraževalne in pilotne aktivnosti. Projekt je vključeval raziskavo o potovalnih izkušnjah in potrebah oseb z invalidnostmi, analizo digitalne dostopnosti turističnih ponudnikov, razvoj digitalnih orodij, usposabljanja za turistične ponudnike ter pilotni aktivnosti v kulturno-turističnih okoljih v Italiji in Sloveniji.

Čezmejna razsežnost projekta je bila ključna, ker se slovenski in italijanski turistični prostor srečujeta s podobnimi izzivi. Uporabniki turistične ponudbe pogosto prehajajo jezikovne, organizacijske in administrativne meje, zato so primerljive, jasne in zanesljive informacije o dostopnosti ključne na obeh straneh meje.

Strategija je zato zasnovana kot skupen dokument za čezmejni prostor Italija–Slovenija. Namenjena je podpori turističnim ponudnikom, kulturnim ustanovam, destinacijskim organizacijam, javnim institucijam in drugim deležnikom, ki želijo izboljšati digitalno dostopnost, okrepiti zaupanje uporabnikov in razvijati bolj vključujoče turistične storitve.

3. Sprejete metodološke izhodiščne točke

Strategija temelji na treh medsebojno povezanih metodoloških virih: čezmejni raziskavi o uporabniških navadah in izkušnjah, analizi digitalne dostopnosti turističnih spletnih strani ter kvalitativnih intervjujih z deležniki iz prakse. Ti trije viri skupaj omogočajo celovito razumevanje digitalne dostopnosti v turizmu, saj povezujejo uporabniške izkušnje, strokovni pregled spletnih strani in praktično znanje oseb, ki sodelujejo pri organizaciji dostopnih turističnih obiskov.

Prvi vir predstavlja čezmejna raziskava o turističnih navadah in izkušnjah oseb z invalidnostmi. Namen raziskave je bil pridobiti vpogled v potovalne navade, pričakovanja, izkušnje in ovire, s katerimi se ciljne uporabniške skupine srečujejo pri načrtovanju in izvedbi turističnih obiskov v čezmejnem prostoru Italija–Slovenija. Raziskava se je posebej osredotočila na osebe s kognitivnimi oziroma duševnimi oviranostmi, na slepe in slabovidne uporabnike ter na starejše (od 65 let).

Vprašalnik je bil pripravljen in testiran v sodelovanju z Univerzo v Trstu, Coop Mosaico in Zvezo društev slepih in slabovidnih Slovenije. Vključeval je več vsebinskih sklopov, med drugim osnovne informacije, potovalna pričakovanja, načrtovanje potovanja, dostop do spletnih informacij, potovalno izkušnjo ter predloge in priporočila uporabnikov.

Drugi vir predstavlja analiza digitalne dostopnosti 100 turističnih spletnih strani iz Slovenije in Italije. V analizo so bili vključeni različni tipi turističnih ponudnikov, med drugim nastanitveni ponudniki, vinske kleti, restavracije, kulturne ustanove, naravni parki in ena občina. Namen analize je bil preveriti, v kolikšni meri so spletne strani turističnih ponudnikov dostopne osebam z invalidnostmi, starejšim osebam in uporabnikom podpornih tehnologij.

Tretji vir predstavljajo kvalitativni intervjuji z deležniki oziroma strokovnjaki, ki imajo praktične izkušnje z organizacijo obiskov, izletov in potovanj za osebe z različnimi oblikami oviranosti. Namen intervjujev je bil poglobiti razumevanje tega, kako se digitalne informacije uporabljajo pri dejanskem načrtovanju dostopnih turističnih izkušenj, katere informacije uporabniki in organizatorji potrebujejo ter kje se v praksi najpogosteje pojavljajo ovire.

Intervjuji so omogočili vpogled v organizacijski in izvedbeni vidik dostopnega turizma. Ta vidik dopolnjuje neposredne uporabniške izkušnje, saj pokaže, katere informacije so potrebne za zanesljivo načrtovanje obiska, kako se preverja dejansko stanje na lokaciji, kakšno vlogo ima komunikacija s ponudnikom in zakaj splošne navedbe o dostopnosti pogosto niso dovolj.

Metodološko izhodišče strategije je bilo povezovanje fizične, digitalne in komunikacijske dostopnosti. Projekt DATIS je izhajal iz predpostavke, da teh ravni v turistični izkušnji ni mogoče obravnavati ločeno. Uporabnik najprej potrebuje dostopne in razumljive digitalne informacije, nato možnost jasne komunikacije s ponudnikom, ob prihodu na lokacijo pa tudi dejansko uporabnost prostora, storitve ali digitalnih orodij na lokaciji.

Kombinacija treh metodoloških virov omogoča, da strategija ne temelji samo na tehničnem pregledu spletnih strani, temveč tudi na uporabniških izkušnjah, praktičnih

okolihčinah načrtovanja obiskov in potrebah turističnega sektorja. Zato so strateški cilji, smernice in ukrepi oblikovani kot povezava med podatki, uporabniškimi izkušnjami, prepoznanimi ovirami, strokovno analizo in izvedljivimi izboljšavami v praksi.

4. Ključne ugotovitve

Strategija za izboljšanje digitalne dostopnosti v turizmu čezmejnega območja Italija–Slovenija temelji na ugotovitvah treh medsebojno povezanih virov: čezmejne raziskave uporabniških navad in izkušenj oseb z invalidnostmi, analize digitalne dostopnosti 100 turističnih spletnih strani ter kvalitativnih intervjujev z deležniki, ki v praksi sodelujejo pri organizaciji obiskov, izletov in potovanj za osebe z različnimi oblikami oviranosti.

Skupna ugotovitev vseh treh virov je, da dostopni turizem temelji na dostopnih, zanesljivih in razumljivih digitalnih informacijah. Turistična izkušnja se za uporabnika ne začne šele na fizični lokaciji, temveč že v trenutku, ko začne iskati informacije, primerjati ponudbo, preverjati pogoje dostopa, načrtovati pot, rezervirati storitev ali vzpostavljati stik s ponudnikom. Če ta prvi korak ni dostopen, uporabnik ne more samostojno sprejeti informirane odločitve.

Ugotovitve projekta DATIS zato potrjujejo osnovno izhodišče strategije: digitalna dostopnost ni ločen tehnični dodatek, temveč bistveni pogoj za enakost, samostojnost, dostojanstvo ter vključevanje oseb z invalidnostmi, starejših oseb in drugih uporabnikov z različnimi potrebami dostopnosti.

4.1 Ugotovitve čezmejne raziskave o uporabniških navadah in izkušnjah

Čezmejna raziskava o turističnih navadah in izkušnjah oseb z invalidnostmi je pokazala, da potovanje za ciljne skupine projekta ni zgolj prostočasna dejavnost, temveč pomemben dejavnik dobrega počutja, samostojnosti, družbene vključenosti in kakovosti življenja. Raziskava se je osredotočila na osebe z različnimi invalidnostmi, s posebnim poudarkom na osebah s kognitivnimi oziroma duševnimi oviranostmi, na slepih in slabovidnih uporabnikih ter starejših (od 65 let). Vprašalnika za ti skupini je pripravila Univerze v Trstu (DiSPeS) v sodelovanju s Coop Mosaico in ZDSSS.

Pomembna metodološka in vsebinska ugotovitev raziskave je bila, da je treba uporabniške izkušnje in ovire pri dostopu razumeti raznoliko in večplastno. Osebe z invalidnostmi niso homogena skupina. Pri slepih in slabovidnih uporabnikih se pojavljajo drugačne ovire pri dostopu do informacij kot pri gluhih in naglušnih uporabnikih, uporabnikih s kognitivnimi ali psihosocialnimi oviranostmi, ljudeh z gibalno oviranostjo ali starejših. Strategija zato izhaja iz načela, da se digitalna dostopnost ne more omejiti na eno samo skupino ali na en sam tip oviranosti.

Raziskava je pokazala, da so dostopne predhodne informacije bistvene za načrtovanje turistične izkušnje. Uporabnikom morajo biti na voljo informacije, ki omogočajo presojo, ali je storitev zanje dostopna, razumljiva, uporabna in varna. Pri tem ni dovolj, da ponudnik navede splošno trditev, da je storitev »dostopna«. Potrebne so konkretne informacije o dostopnosti poti, prostoru, komunikaciji, digitalnih vsebinah, možnostih uporabe podpornih tehnologij, jezikovni dostopnosti, podpori osebja in morebitnih omejitvah.

To je posebej pomembno za slepe in slabovidne uporabnike ter za osebe s kognitivnimi, nevrološkimi, psihosocialnimi ali komunikacijskimi oviranostmi. Pri teh skupinah lahko nejasne ali nedostopne informacije povzročijo negotovost, odvisnost od drugih oseb, odpoved obisku ali negativno uporabniško izkušnjo. Dostopne informacije so pogoj za opolnomočenje in samostojno odločanje.

Raziskava je hkrati potrdila pomen vključevanja oseb z invalidnostmi v oblikovanje rešitev. Projekt DATIS je temeljil na participativnem pristopu, v katerem osebe z invalidnostmi niso bile obravnavane zgolj kot prejemniki storitev, temveč kot nosilci izkušenj in znanja. Njihovo sodelovanje je bilo pomembno pri oblikovanju vprašalnikov, razumevanju uporabniških potreb, interpretaciji rezultatov in preverjanju rešitev v praksi.

4.2 Ugotovitve analize digitalne dostopnosti 100 turističnih ponudnikov

Analiza digitalne dostopnosti 100 turističnih spletnih strani iz Slovenije in Italije je pokazala, da je digitalna dostopnost v turističnem sektorju še vedno nezadostno in neenakomerno razvita. V analizo so bili vključeni nastanitveni ponudniki, vinske kleti, restavracije, kulturne ustanove, naravni parki in ena občina, namen pa je bil oceniti dostopnost spletnih strani za osebe z invalidnostmi, starejše osebe in uporabnike podpornih tehnologij.

Rezultati kažejo, da digitalna dostopnost v turističnem sektorju pogosto ni načrtovana sistematično. Na številnih spletnih straneh so bili posamezni elementi izvedeni ustrezno, drugi ključni elementi pa so manjkali ali bili izvedeni pomanjkljivo. To kaže, da dostopnost pogosto nastane delno ali naključno, ne pa kot rezultat zavestnega, celovitega in uporabniško usmerjenega načrtovanja.

Najpogostejše ovire so bile povezane z manjkajočimi ali neustreznimi opisi slik, pomanjkanjem podnapisov pri videoposnetkih, pomanjkljivo uporabo spletne strani s tipkovnico, slabim kontrastom, odsotnostjo zemljevidov spletnega mesta, manjkajočimi povezavami za preskok na glavno vsebino, neustrezno strukturo naslovov ter slabšo dostopnostjo obrazcev. Te ovire neposredno vplivajo na možnost uporabnikov, da poiščejo informacije, razumejo ponudbo, izvedejo rezervacijo, vzpostavijo stik s ponudnikom ali se pripravijo na obisk.

Hkrati je analiza pokazala, da imajo številni ponudniki že določene tehnične temelje, na primer odzivnost za mobilne naprave ali osnovno jezikovno označevanje strani. Vendar takšni elementi sami po sebi še ne zagotavljajo dejanske uporabnosti za osebe z invalidnostmi. Ključna težava je razkorak med posameznimi tehničnimi rešitvami in celovito uporabniško izkušnjo.

Pomembna strateška ugotovitev je, da veliko izboljšav ni nujno tehnično zahtevnih ali stroškovno obremenjujočih. Med osnovnimi ukrepi so dodajanje opisov slik, izboljšanje kontrasta, zagotovitev uporabe spletne strani s tipkovnico, dodajanje podnapisov pri videoposnetkih ter uvedba navigacijskih pripomočkov, kot sta zemljevid spletnega mesta in povezava za preskok na vsebino.

Digitalna dostopnost v turizmu je del gostoljubnosti, kakovosti in odgovornosti ponudnika. Nedostopna spletna stran za uporabnika pomeni zaprt dostop do ponudbe,

tudi kadar je fizična storitev sicer kakovostna. Vključujoč turizem se začne na spletu, saj je digitalna informacija pogosto prvi pogoj za obisk, rezervacijo in zaupanje.

4.3 Ugotovitve kvalitativnih intervjujev z deležniki

Kvalitativni intervjuji z deležniki so dodatno poglobili razumevanje tega, kako se digitalne informacije uporabljajo pri dejanskem načrtovanju obiskov, izletov in potovanj za osebe z različnimi oblikami oviranosti. Intervjuji so bili izvedeni med januarjem in marcem 2026 z osebami, ki imajo praktične izkušnje z organizacijo turističnih in kulturnih izkušenj za osebe z invalidnostmi. Skupaj je bilo opravljenih deset intervjujev, pet na italijanski in pet na slovenski strani.

Informacije oseb, ki v praksi organizirajo obiske, izlete ali potovanja za osebe z invalidnostmi, so pomembne zato, ker imajo vpogled v celoten proces načrtovanja dostopne turistične izkušnje. Njihove izkušnje pokažejo, kje se v praksi najpogosteje zatakne: katere informacije na spletnih straneh manjkajo, katere so preveč splošne, kaj je treba dodatno preverjati po telefonu ali e-pošti, kdaj splošna navedba, da je ponudba »dostopna«, ni dovolj in zakaj digitalne informacije pogosto ne omogočajo zanesljive odločitve.

Ti deležniki ne govorijo namesto oseb z invalidnostmi, temveč dopolnjujejo njihov uporabniški pogled z organizacijskim in izvedbenim vidikom. Osebe z invalidnostmi najbolje povedo, kako same doživljajo ovire, kaj ovira njihovo samostojnost in kje jih sistem izključuje. Organizatorji pa pokažejo, katere informacije so ključne, da je dostopen obisk mogoče dejansko načrtovati in izvesti: od prihoda, orientacije, komunikacije in podpore do rezervacije, časovnega poteka, varnosti in možnosti samostojne uporabe storitve.

Intervjuji so pokazali, da so spletne strani, portali in aplikacije praviloma prvi vir informacij, vendar skoraj nikoli niso dovolj sami po sebi. Končna odločitev pogosto zahteva še neposreden stik s ponudnikom, dodatna preverjanja, telefonsko ali e-poštno komunikacijo in včasih tudi predhodni obisk lokacije. To pomeni, da digitalne informacije pogosto ne vzpostavijo dovolj zaupanja za samostojno odločitev, kadar so preveč splošne, nepopolne ali premalo povezane z dejanskimi okoliščinami uporabe.

Posebej pomembna ugotovitev intervjujev je bila, da se dostopnost v turizmu pogosto razume preozko. Na spletnih straneh in v turističnih informacijah je pogosto omejena na fizične elemente, kot so klančine, dvigala, sanitarije ali dostop za uporabnike invalidskih vozičkov. Pri tem pa so spregledane ovire, s katerimi se srečujejo ljudje s senzornimi, kognitivnimi, komunikacijskimi, relacijskimi, psihosocialnimi, nevrološskimi ali vedenjskimi oviranostmi. Takšno zoženo razumevanje ne odraža dejanske raznolikosti uporabniških okoliščin, izkušenj in ovir pri spletnem načrtovanju turistične izkušnje.

Intervjuji so pokazali tudi, da uporabnost spletne strani ni samo vprašanje enostavne navigacije. Spletna stran je za uporabnika resnično uporabna šele takrat, ko mu omogoči zanesljivo odločitev. Lahko je tehnično enostavna za uporabo, vendar še vedno neuporabna za načrtovanje dostopnega obiska, če ne vsebuje konkretnih, preverljivih in relevantnih informacij. Ključna razlika je torej med informacijo, ki je na spletni strani zgolj objavljena, in informacijo, ki je v praksi dovolj natančna, razumljiva in uporabna za samostojno odločanje.

Pomembna je bila tudi čustvena razsežnost dostopnosti. Nejasne, nezanesljive ali pomanjkljive informacije povzročajo negotovost, previdnost, stres ali frustracijo, medtem ko jasne in preverljive informacije povečujejo občutek nadzora, zaupanja in varnosti. Dostopnost zato ni samo tehnična ali informacijska kategorija, temveč vpliva tudi na čustveno izkušnjo uporabnika oziroma organizatorja obiska.

Kvalitativni intervjuji so tako potrdili, da digitalna dostopnost deluje kot del širše organizacijske verige. Spletna stran je pogosto prvi korak, vendar mora biti povezana z drugimi elementi: jasnim kontaktom, odzivnim osebjem, možnostjo dodatnega pojasnila, natančnimi informacijami o fizični dostopnosti, digitalnimi vsebinami na lokaciji in komunikacijsko podporo. Strategija zato digitalno dostopnost obravnava kot celoten sistem informacij, odločanja, komunikacije in uporabniške izkušnje, ki uporabniku omogoča večjo samostojnost, varnost in sodelovanje v turizmu pod pogoji enakosti.

4.4 Pomen skupnih ugotovitev za strategijo

Skupna ugotovitev vseh analiz je, da digitalna dostopnost v turizmu zahteva sistemski pristop. Posamezni tehnični popravki so pomembni, sistemski pristop pa zagotavlja, da ponudniki razumejo njihov namen, uporabnost in vpliv na dejansko uporabniško izkušnjo.

Nizka stopnja ozaveščenosti turističnega sektorja in širše družbe se kaže v tem, da so informacije o dostopnosti pogosto pomanjkljive, preveč splošne ali oblikovane z vidika povprečnega uporabnika. Dostopnost je še vedno razumljena kot posebna prilagoditev za posamezne skupine, ne pa kot del kakovostne in profesionalne turistične ponudbe.

Strategija zato spodbuja spremembo razumevanja dostopnosti. Dostopnost mora biti razumljena kot povezava fizične, digitalne in komunikacijske dostopnosti; kot pravica uporabnika do jasnih in zanesljivih informacij; kot pogoj za samostojnost in enakost; ter kot del gostoljubnosti, kakovosti in odgovornosti turističnega sektorja.

Ključni strateški poudarek je, da morajo biti osebe z invalidnostmi in starejše osebe vključene v razvoj, preverjanje in vrednotenje digitalnih turističnih rešitev. Brez njihovega sodelovanja ni mogoče zanesljivo ugotoviti, ali so rešitve v praksi res dostopne, razumljive in uporabne. Participativni pristop zato ni dodatek k strategiji, temveč njen temelj.

Strategija mora na podlagi teh ugotovitev usmerjati turistične ponudnike k temu, da zagotovijo dostopne spletne strani, jasne informacije o dostopnosti, večkanalno komunikacijo, preverljive podatke, digitalne vsebine, združljive s podpornimi tehnologijami, ter stalno sodelovanje z uporabniki, ki se pri dostopu do informacij, komunikacije ali storitev srečujejo z ovirami. Samo tako lahko digitalni turizem postane orodje vključevanja, ne pa dodatna ovira.

5. Strateški cilji

Strateški cilji izhajajo iz ključnih ugotovitev projekta DATIS: digitalna dostopnost v turizmu je pogosto nezadostno načrtovana, informacije o dostopnosti so preveč splošne ali nepreverljive, turistični ponudniki pa dostopnost pogosto razumejo preozko, predvsem kot vprašanje fizičnega dostopa. Strategija zato določa cilje, ki povezujejo tehnično skladnost, dejansko uporabnost, uporabniške izkušnje, ozaveščanje sektorja in čezmejno sodelovanje.

5.1 Prehod od formalne skladnosti k dejanski uporabniški dostopnosti

Cilj strategije je spodbuditi turistične ponudnike, da digitalno dostopnost razumejo kot proces zagotavljanja dejanske uporabnosti, samostojnosti in zaupanja uporabnikov. Standardi in zakonodaja določajo izhodiščno raven, vendar sami po sebi niso dovolj, ker ne morejo v celoti zajeti raznolikosti uporabniških izkušenj, navad, okoliščin uporabe in konkretnih okoliščin oviranosti posameznikov.

Spletna stran lahko formalno izpolnjuje določene tehnične zahteve, pa uporabniku še vedno ne omogoča, da bi zanesljivo razumel ponudbo, preveril pogoje dostopa, ocenil primernost storitve zase ali samostojno sprejel odločitev o obisku. Standardi določajo, kako naj bodo digitalne vsebine tehnično dostopne, ne morejo pa sami zagotoviti, da so informacije dovolj jasne, konkretne, preverljive, uporabne in povezane z dejansko turistično izkušnjo.

Zato mora kakovostna turistična ponudba preseči minimalno skladnost in vključevati preverjene rešitve, oblikovane na podlagi uporabniških izkušenj, navad in potreb. Dejanska dostopnost nastane šele takrat, ko tehnična skladnost uporabniku omogoči razumevanje, zaupanje, samostojno načrtovanje in enakost pri uporabi storitve.

5.2 Zagotavljanje jasnih, konkretnih in preverljivih informacij o dostopnosti

Eden osrednjih ciljev strategije je izboljšati kakovost informacij o dostopnosti turistične ponudbe. Uporabnikom morajo biti na voljo konkretne in preverljive informacije o tem, kaj je dostopno, za koga, pod kakšnimi pogoji in v katerih delih uporabniške poti.

To vključuje informacije o fizičnem dostopu, orientaciji, uporabi prostora, digitalnih vsebinah, komunikaciji s ponudnikom, možnostih podpore, dostopu do multimedijskih vsebin, uporabi podpornih tehnologij in morebitnih omejitvah. Takšne informacije uporabnikom omogočajo, da lahko sami presodijo, ali je določena storitev zanje primerna, varna in izvedljiva.

Strategija zato spodbuja turistične ponudnike, da informacije o dostopnosti pripravijo jasno, razumljivo, strukturirano in na način, ki ga lahko uporabljajo različne skupine uporabnikov. Posebna pozornost mora biti namenjena slepim in slabovidnim uporabnikom, osebam s kognitivnimi, nevrološki, psihosocialnimi in komunikacijskimi

oviranostmi ter starejšim osebam, saj je za te skupine kakovost predhodnih informacij pogosto odločilna za samostojno načrtovanje obiska.

5.3 Povezovanje fizične, digitalne in komunikacijske dostopnosti

Strategija izhaja iz načela, da so fizična, digitalna in komunikacijska dostopnost povezani deli iste uporabniške izkušnje. Digitalna informacija uporabniku omogoča načrtovanje, fizična dostopnost omogoča dejansko uporabo prostora ali storitve, komunikacijska dostopnost pa omogoča razumevanje, orientacijo, stik s ponudnikom in vključevanje v izkušnjo.

Če je eden od teh elementov odsoten, je lahko celotna turistična izkušnja omejena. Fizično dostopen objekt, ki na spletu ne ponuja jasnih informacij, za uporabnika pred obiskom ostaja negotov. Digitalno dobro predstavljena ponudba, ki ni podprta z ustrezno komunikacijo ali dejansko uporabnostjo na lokaciji, ne zagotavlja zaupanja. Komunikacija s ponudnikom pa ne more nadomestiti pomanjkanja osnovnih dostopnih informacij, če mora uporabnik vsako podrobnost posebej preverjati.

Cilj strategije je zato spodbujati celosten pristop, pri katerem turistični ponudniki dostopnost načrtujejo kot povezavo med spletnimi informacijami, komunikacijo, fizičnim prostorom, digitalnimi orodji na lokaciji in uporabniško izkušnjo.

5.4 Vključevanje oseb z invalidnostmi in starejših v razvoj, preverjanje ter izboljševanje rešitev

Eden temeljnih ciljev strategije je vključevanje oseb z invalidnostmi in starejših oseb v razvoj, preverjanje in izboljševanje digitalnih rešitev v turizmu. Zanesljivo ocenjevanje dostopnosti zahteva vključevanje ljudi, ki digitalne vsebine, turistične storitve in podporne tehnologije dejansko uporabljajo.

Osebe z invalidnostmi so nosilci izkušenj, znanja in povratnih informacij. Njihovo sodelovanje pomaga prepoznati ovire, ki jih tehnični pregledi pogosto ne zaznajo, in pokaže, ali so rešitve v praksi res razumljive, uporabne in zanesljive. Projekt DATIS je temeljil na participativnem pristopu z aktivnim vključevanjem končnih uporabnikov z invalidnostmi v različne faze projekta.

Strategija zato spodbuja turistične ponudnike, da osebe z invalidnostmi in starejše osebe vključujejo pri pripravi vsebin, preverjanju spletnih strani, testiranju digitalnih orodij, ocenjevanju informacij o dostopnosti in oblikovanju izboljšav. Samo tako je mogoče oblikovati rešitve, ki niso zgolj formalno pravilne, temveč so preverjene, uporabne in smiselne v realnih okoliščinah.

5.5 Povečanje ozaveščenosti in znanja turističnega sektorja

Cilj strategije je povečati ozaveščenost turističnega sektorja o pomenu digitalne dostopnosti. Ugotovitve projekta kažejo, da dostopnost v turizmu pogosto ni razumljena kot sestavni del kakovostne ponudbe, temveč kot posebna prilagoditev za omejeno

skupino uporabnikov. Zaradi tega so informacije o dostopnosti pogosto pomanjkljive, preveč splošne ali oblikovane brez razumevanja dejanskih uporabniških izkušenj in ovir dostopnosti.

Turistični ponudniki morajo bolje razumeti, kako osebe z invalidnostmi in starejše osebe uporabljajo digitalne informacije, kako načrtujejo obisk, katere ovire se pojavljajo pri uporabi spletnih strani in zakaj so jasne informacije pogoj za samostojnost. Ozaveščanje mora zato preseči splošno sporočilo, da je dostopnost pomembna, in ponudnikom pokazati konkretno povezavo med dostopnostjo, gostoljubnostjo, zaupanjem, kakovostjo storitve in poslovno uspešnostjo.

Strategija spodbuja usposabljanja, praktične priročnike, delavnice, primere dobrih praks in sodelovanje z uporabniki. Namen teh aktivnosti je, da ponudniki dostopnost začnejo razumeti kot del profesionalnega dela, ne kot naknadni popravek ali dodatno obveznost.

5.6 Razvoj skupnega čezmejnega pristopa k digitalni dostopnosti v turizmu

Projekt DATIS je pokazal, da se slovenski in italijanski turistični prostor srečujeta s podobnimi izzivi na področju digitalne dostopnosti. Analiza spletnih strani in intervjuji z deležniki kažejo, da so težave pogosto primerljive: informacije so preveč splošne, dostopnost je razumljena preozko, uporabniki pa morajo za zanesljivo odločitev pogosto iskati dodatna pojasnila.

Cilj strategije je zato oblikovati skupen čezmejni pristop, ki temelji na izmenjavi znanja, primerjavi izkušenj, uporabi skupnih priporočil in sodelovanju med turističnimi, kulturnimi, socialnimi, strokovnimi in uporabniškimi organizacijami. Čezmejni pristop je pomemben tudi zato, ker uporabniki turistične ponudbe ne razmišljajo nujno znotraj administrativnih meja. Potujejo, iščejo informacije in uporabljajo storitve v širšem prostoru, zato potrebujejo primerljivo kakovost informacij in podobno raven zaupanja na obeh straneh meje.

Strategija spodbuja oblikovanje skupnih izhodišč za dostopne digitalne informacije, usklajeno ozaveščanje ponudnikov, skupna usposabljanja in nadaljnje sodelovanje med organizacijami, ki delujejo na področju turizma, kulture, digitalne dostopnosti in pravic oseb z invalidnostmi.

5.7 Krepitev zaupanja, samostojnosti in enakosti uporabnikov pri načrtovanju turističnih izkušenj

Končni cilj strategije je krepitev zaupanja, samostojnosti in enakosti uporabnikov pri načrtovanju in uporabi turističnih storitev. Dostopne digitalne informacije uporabniku omogočajo, da sam preveri ponudbo, razume pogoje dostopa, oceni primernost storitve in sprejme informirano odločitev. S tem se zmanjšuje odvisnost od drugih oseb, dodatnih preverjanj ali naknadnih pojasnil.

Za osebe z invalidnostmi in starejše osebe to pomeni več kot zgolj lažjo uporabo spletne strani. Pomeni možnost, da v turistično izkušnjo vstopajo pod primerljivimi pogoji kot

drugi uporabniki: z več nadzora, več varnosti, več samozaupanja in večjo možnostjo samostojnega odločanja.

Zato je v Strategiji digitalna dostopnost obravnavana kot način opolnomočenja, saj prispeva k vključujočemu turizmu, kjer je vsem uporabnikom zagotovljen dostop do informacij, ki jih potrebujejo za enako, dostojanstveno in samostojno sodelovanje.

6. Smernice za turistične ponudnike

Smernice za turistične ponudnike izhajajo iz ugotovitev projekta DATIS in so namenjene praktični uporabi v turističnem sektorju. Turističnim ponudnikom pomagajo razumeti, kako digitalna dostopnost vpliva na dejansko uporabniško izkušnjo, samostojno odločanje, zaupanje in možnost sodelovanja v turizmu pod pogoji, ki omogočajo socialno enakost.

Dostopnost mora biti razumljena kot pogoj za omogočanje socialne enakosti, samostojnosti in dostojanstva v turizmu, ne kot dodatna ali izbirna prilagoditev. Smernice zato povezujejo digitalno, komunikacijsko in fizično dostopnost ter upoštevajo izkušnje oseb z invalidnostmi, starejših oseb in drugih uporabnikov, ki se pri načrtovanju ali izvedbi turistične izkušnje srečujejo z ovirami.

6.1 Dostopnost kot ključni vidik uporabniške izkušnje

Turistični ponudniki naj dostopnost razumejo kot del celotne uporabniške poti. Za uporabnika se turistična izkušnja začne že pred obiskom: pri iskanju informacij, primerjavi ponudbe, preverjanju pogojev dostopa, rezervaciji, načrtovanju prevoza, komunikaciji s ponudnikom in pripravi na obisk.

Za številne osebe z invalidnostmi in starejše osebe se ovire pojavijo že v tej začetni fazi. Če spletna stran ni dostopna, če informacije niso jasne ali če ponudnik ne omogoča zanesljivega stika, uporabnik ne more samostojno presoditi, ali je obisk zanj izvedljiv, varen in smiseln. Zato dostopnost ni pomembna šele ob prihodu na lokacijo, temveč že v trenutku, ko uporabnik prvič pride v stik z digitalnimi informacijami o ponudbi.

Ponudnik naj zato preveri celotno uporabniško pot: kako uporabnik najde spletno stran, kako razume ponudbo, ali lahko uporablja spletno stran z bralnikom zaslona ali tipkovnico, ali lahko poveča besedilo, ali so fotografije opisane, ali so videoposnetki podnaslovljeni, ali so informacije o fizični dostopnosti dovolj konkretne, ali je rezervacija izvedljiva brez nepotrebnih ovir in ali obstajajo dostopni komunikacijski kanali.

Dostopna turistična izkušnja nastane, ko so informacije, digitalna orodja, komunikacija, osebje in fizično okolje povezani v uporabniku razumljivo in zanesljivo celoto. Zato naj ponudniki dostopnost načrtujejo od prve informacije do zaključka obiska in povratne informacije uporabnika.

6.2 Različne uporabniške skupine in skupne ovire pri dostopu

Turistični ponudniki naj izhajajo iz dejstva, da osebe z invalidnostmi, starejše osebe in drugi uporabniki, ki se pri dostopu do informacij, komunikacije ali storitev srečujejo z ovirami, niso homogena skupina. Vsak uporabnik ima svoje navade, zmožnosti, podporne tehnologije, pričakovanja in okoliščine uporabe. Kljub temu lahko nekatere težave z dostopnostjo naslovimo z univerzalnimi, premišljenimi in preverjenimi rešitvami.

Dostopnost pomeni načrtovanje informacij, digitalnih orodij, komunikacije in storitev tako, da jih lahko uporablja čim širši krog ljudi. Dobre rešitve so jasne, prilagodljive, preverjene z uporabniki in v različnih okoliščinah za vse uporabne.

6.2.1 Slepí in slabovidni uporabniki

Slepí in slabovidni uporabniki so pri dostopu do turističnih informacij pogosto močno odvisni od pravilno strukturiranih digitalnih vsebin. Za slepe uporabnike je bistveno, da so spletne strani, postopki rezervacije in mobilne aplikacije združljivi z bralniki zaslona ter omogočajo uporabo s tipkovnico. Pomembno je tudi, da so rešitve prilagojene različnim napravam, saj uporabniki pogosto prehajajo med računalnikom, pametnim telefonom in tablico.

Osnovni pogoji vključujejo jasno strukturo strani, smiselne naslove, pravilno označene gumbe in druge elemente, ustrezne opise slik, dostopne obrazce ter logično zaporedje vsebin. Vizualne vsebine, kot so fotografije, videoposnetki ali prikazi prostora, morajo imeti ustrezne besedilne opise oziroma zvočne opise, kadar so pomembne za razumevanje ponudbe ali načrtovanje obiska.

Pri slabovidnih uporabnikih so posebej pomembni dober kontrast, berljive pisave, ustrezna velikost besedila, možnost povečave vsebine, jasna vizualna hierarhija, dovolj prostora med elementi ter izogibanje utripajočim ali prehitro premikajočim se vsebinam. Tudi manjše tehnične napake, ki jih videči uporabniki skoraj ne opazijo, lahko slepim in slabovidnim uporabnikom popolnoma onemogočijo dostop do informacij.

Pri obisku kulturne ustanove, nastanitve, naravne znamenitosti ali druge turistične točke so pomembne tudi jasne informacije za orientacijo v prostoru, podatki o taktilnih ali zvočnih vodilih, označbah, svetlobnih pogojih in varnem gibanju po prostoru.

6.2.2 Gluhi in naglušni uporabniki

Za gluhe in naglušne uporabnike so ključne informacije v znakovnem jeziku oziroma v pisni, vizualni in stalno dostopni obliki. Turistične informacije morajo biti dostopne v jasni pisni obliki, vizualno pregledne in razumljive. Telefonski klic ne sme biti edini način za pridobitev ključnih informacij, saj lahko takšna rešitev del uporabnikov izključi že v fazi načrtovanja obiska.

Videoposnetki naj imajo podnapise, ključna navodila pa naj bodo vedno na voljo tudi kot besedilo. To vključuje informacije o rezervacijah, urnikih, spremembah, pravilih obiska, varnostnih navodilih, potrditvah in morebitnih omejitvah. V turističnih, kulturnih in prevoznih okoljih se dostopnost izboljša, kadar informacije niso podane samo z zvočnimi obvestili ali govorom, temveč tudi v vidni, pisni in stalno dostopni obliki.

Kadar je mogoče, naj ponudniki zagotovijo tudi informacije v znakovnem jeziku, zlasti pri ključnih predstavitvenih, varnostnih ali interpretativnih vsebinah. Pomembna je tudi usposobljenost osebja za spoštljivo in jasno komunikacijo z gluhi in naglušnimi uporabniki.

6.2.3 Osebe s kognitivnimi, intelektualnimi, nevrološkimi ali komunikacijskimi oviranostmi

Pri osebah s kognitivnimi, intelektualnimi, nevrološkimi ali komunikacijskimi oviranostmi so posebej pomembne preprostost, predvidljivost in jasnost skozi celotno turistično pot. Zanje digitalna dostopnost pomeni kratka in razumljiva besedila, intuitivno navigacijo, dosledno strukturo strani, jasna navodila in manjšo kognitivno obremenitev.

Kompleksne spletne strani, nejasni postopki rezervacije in preobremenjeni vmesniki lahko povzročijo zmedo, negotovost, tesnobo ali opustitev postopka. Zato so pomembni mirnejša zasnova strani, vodeni koraki, enostavna navodila, vizualna podpora, poenostavljeni zemljevidi in vnaprejšnja razlaga, kaj lahko uporabnik pričakuje med obiskom.

Koristno je, da ponudniki vnaprej navedejo tudi informacije o hrupu, gneči, čakalnih časih, spremembah programa, pravih dostopa, možnosti odmika in razpoložljivih mirnih prostorih. Takšne informacije uporabniku pomagajo, da se na obisk pripravi, zmanjša negotovost in lažje sprejme odločitve.

6.2.4 Osebe s psihosocialnimi oviranostmi oziroma težavami v duševnem zdravju

Osebe s psihosocialnimi oviranostmi oziroma težavami v duševnem zdravju se lahko srečujejo z manj vidnimi, vendar zelo pomembnimi ovirami. Med ključnimi dejavniki so lahko senzorna preobremenitev, kaotično okolje, organizacijska negotovost, težko obvladljivi čakalni časi, nenadne zahteve, nejasna pravila, nepričakovane spremembe ali občutek, da ni mogoče zaprositi za pomoč brez stigme.

Dostopna turistična izkušnja za to skupino zahteva prijazno in predvidljivo okolje, jasne informacije, možnost stika brez obsojanja ter prilagodljive načine komunikacije. Pomembno je, da ponudnik vnaprej pojasni, kako bo obisk potekal, kateri prostori so na voljo, ali obstajajo mirni prostori, kje so izhodi in na koga se lahko uporabnik obrne.

Posebej pomemben je ton komunikacije. Ta mora biti spoštljiv, brez pokroviteljstva ali stigme. Osebe mora znati poslušati, mirno odgovoriti in uporabniku ponuditi podporo brez pritiska. Pri tej skupini dostopnost vključuje tudi ustvarjanje okolja, ki je čustveno varno, razumljivo in predvidljivo.

6.2.5 Osebe z gibalno oviranostjo

Za osebe z gibalno oviranostjo so ključni fizično dostopno okolje in natančne digitalne informacije o tem okolju. Ni dovolj, da ponudnik navede, da je prostor dostopen. Uporabniku morajo biti na voljo konkretne in zanesljive informacije o vhodih, dvigalih, klančinah, sanitarijah, razporeditvi prostora, parkiriščih, poteh, širini prehodov, sedežih in servisnih točkah.

Pomembno je, da so informacije dovolj podrobne, da lahko uporabnik sam presodi, ali bo storitev zanj dejansko uporabna. Splošna oznaka »dostopno« ne zadošča, če ni jasno, ali gre za dostopen vhod, dostopne sanitarije, možnost parkiranja, uporabo dvigala, prehodnost poti ali dostop do vseh delov storitve.

Rezervacijski sistemi morajo biti uporabni brez časovnega pritiska, premajhnih gumbov ali zapletenih korakov. Ponudniki naj zagotovijo tudi kontaktne kanale, ki uporabniku omogočajo, da vnaprej preveri pogoje dostopa in prejme zanesljiv odgovor.

6.2.6 Starejše osebe

Starejše osebe so pomembna ciljna skupina projekta DATIS in jih ne smemo obravnavati kot enotno skupino. Številni starejši uporabniki se srečujejo s senzornimi, gibalnimi, kognitivnimi ali digitalnimi ovirami, tudi kadar se formalno ne opredeljujejo kot osebe z invalidnostmi.

Pogosto jim koristijo enake rešitve kot drugim uporabnikom: večje besedilo, boljši kontrast, preprostejša navigacija, jasna struktura, lažji postopki rezervacije in preglednejše informacije. Pomembni so tudi občutek varnosti, predvidljivost, možnost človeške podpore in hitro dostopni kontaktni podatki.

Dostopnost za starejše osebe naj bo razumljena kot del univerzalnega in vključujočega oblikovanja, ne kot posebna nišna prilagoditev. Ker staranje pogosto prinaša preplet več oviranosti, rešitve za starejše uporabnike praviloma izboljšujejo izkušnjo tudi za številne druge skupine.

6.2.7 Skupne ovire in skupni pogoji za dostopnost

Čeprav se uporabniki srečujejo z različnimi ovirami, se nekatere okoliščine ponavljajo pri več skupinah. Za samostojno načrtovanje obiska so ključne zanesljive informacije pred obiskom, digitalne vsebine, ki jih je mogoče zaznati, razumeti in uporabljati, jasna in spoštljiva komunikacija v več oblikah ter pošten opis fizične dostopnosti. Pomembno je tudi, da osebe zna prepoznati ovire pri dostopu in se nanje ustrezno odzove.

Ponudnikom tako ni treba ustvarjati popolnoma ločenih rešitev za vsako skupino. Ključno je, da so informacije, storitve in komunikacija zasnovane dovolj jasno, prilagodljivo, preverljivo in uporabno, da lahko podprejo različne uporabnike v različnih okoliščinah. Prav v tem je pomen univerzalnih rešitev: ne izhajajo iz predpostavke, da so vsi uporabniki enaki, temveč iz razumevanja, da lahko dobro načrtovana dostopnost hkrati odgovori na zelo različne potrebe.

6.3 Povezovanje digitalne, komunikacijske in fizične dostopnosti

Turistični ponudniki naj dostopnost obravnavajo kot povezan sistem, ki uporabniku omogoča samostojno, razumljivo in dostojanstveno turistično izkušnjo. Digitalna, komunikacijska in fizična dostopnost so med seboj tesno povezane. Če ena od teh ravni ni zagotovljena, je lahko celotna uporabniška izkušnja omejena ali onemogočena.

Digitalna dostopnost pomeni, da so spletne strani, mobilne aplikacije, rezervacijski sistemi, spletni obrazci, videoposnetki, multimedijske vsebine, digitalni zemljevidi, QR kode in druga digitalna orodja zasnovani tako, da jih lahko uporabljajo tudi osebe z invalidnostmi, starejše osebe in uporabniki podpornih tehnologij. Digitalna dostopnost je pogosto prvi vstop v turistično ponudbo, saj uporabnik najprej išče informacije, primerja možnosti, preverja pogoje dostopa in načrtuje obisk.

Komunikacijska dostopnost pomeni, da so informacije jasne, razumljive, spoštljive in na voljo v več oblikah. To vključuje jasno besedilo, možnost komunikacije po različnih kanalih, podnapise, lahko razumljive informacije, vizualno podporo, pisne potrditve, informacije v znakovnem jeziku, kadar je to mogoče, ter osebe, ki zna komunicirati z različnimi uporabniki.

Fizična dostopnost pomeni, da uporabnik lahko pride do prostora, se po njem varno giblje, uporablja storitve in se orientira v okolju. Vključuje vhode, poti, klančine, dvigala, sanitarije, sedeže, oznake, osvetlitev, parkirišča, širino prehodov in druge elemente prostora. Enako pomembno pa je, da so informacije o fizični dostopnosti vnaprej objavljene, jasne in zanesljive.

Te tri ravni morajo biti načrtovane skupaj. Fizično dostopen prostor uporabniku ne pomaga dovolj, če na spletni strani ne najde informacij, ki bi mu omogočile odločitev o obisku. Dostopna spletna stran ne zadostuje, če so informacije nejasne, če ponudnik ne odgovarja po dostopnih komunikacijskih kanalih ali če uporabnik po prihodu ugotovi, da je bila fizična dostopnost opisana preveč splošno. Prav tako komunikacijska prijaznost osebja ne more nadomestiti pomanjkanja osnovnih dostopnih informacij, če mora uporabnik vsako podrobnost posebej preverjati.

Zato naj turistični ponudniki dostopnost načrtujejo po načelu povezane uporabniške poti. Pri vsaki storitvi naj preverijo: ali uporabnik lahko najde informacije, ali jih lahko zazna in razume, ali jim lahko zaupa, ali lahko izvede rezervacijo, ali lahko vzpostavi stik s ponudnikom, ali lahko pride do lokacije in ali lahko storitev uporablja čim bolj samostojno.

Povezovanje digitalne, komunikacijske in fizične dostopnosti je posebej pomembno v čezmejnem prostoru Italija–Slovenija, kjer uporabniki potrebujejo primerljive, zanesljive in razumljive informacije pri različnih ponudnikih, v različnih jezikih in v različnih kulturnih ter organizacijskih okoljih. Cilj ni le odstraniti posameznih ovir, temveč ustvariti turistično okolje, v katerem so informacije, komunikacija in storitve dovolj jasne, preverjene in povezane, da omogočajo socialno enakost v praksi.

6.4 Štiri načela dostopnih turističnih informacij in storitev

Pri pripravi dostopnih turističnih informacij in storitev naj ponudniki upoštevajo štiri temeljna načela: zaznavnost, razumljivost, uporabnost ter združljivost oziroma robustnost. Ta načela izhajajo iz področja digitalne dostopnosti, vendar jih je mogoče smiselno uporabiti tudi pri širšem načrtovanju turistične izkušnje: od iskanja informacij in rezervacije do prihoda, uporabe storitve in komunikacije na lokaciji.

6.4.1 Zaznavnost

Informacije morajo biti predstavljene tako, da jih uporabniki lahko zaznajo. To pomeni, da informacije ne smejo biti dostopne samo v eni obliki, na primer samo kot slika, samo kot zvok, samo kot barvna oznaka ali samo kot govorjena razlaga. Uporabnik mora imeti možnost, da vsebino zazna na način, ki ustreza njegovi okoliščini uporabe in tehnologijam, ki jih uporablja.

V praksi to pomeni, da morajo imeti slike ustrezne opise, videoposnetki podnapise oziroma zvočne opise, besedilo mora imeti zadosten kontrast, pisave morajo biti berljive, vsebine pa morajo biti jasno strukturirane. Pomembne informacije ne smejo biti posredovane samo z barvo ali vizualnim znakom brez besedilne razlage. To je pomembno za slepe in slabovidne uporabnike, gluhe in naglušne uporabnike, starejše osebe ter vse, ki informacije uporabljajo v različnih okoliščinah ali z različnimi napravami.

Zaznavnost je prvi pogoj dostopnosti: če uporabnik informacije ne more zaznati, je ne more razumeti, ji zaupati ali jo uporabiti pri odločanju.

6.4.2 Razumljivost

Informacije in postopki morajo biti razumljivi. Turistične informacije pogosto vključujejo veliko podrobnosti: opis storitve, lokacijo, urnike, pravila, cene, rezervacijo, dostop, omejitve, kontaktne podatke in navodila za obisk. Če so te informacije napisane zapleteno, razpršeno ali nejasno, uporabnik ne more zanesljivo presoditi, ali je storitev zanj primerna.

Razumljivost pomeni uporabo jasnega jezika, kratkih in logičnih stavkov, dosledne strukture, predvidljive navigacije in jasnih navodil. Posebej pomembna je pri osebah s kognitivnimi, nevrološkimi, psihosocialnimi ali komunikacijskimi oviranostmi, pri starejših osebah, pri uporabnikih, ki ne poznajo lokalnega jezika, in pri vseh, ki se znajdejo v stresni ali časovno omejeni situaciji.

Ponudniki naj zato informacije pripravijo tako, da uporabnik razume, kaj storitev vključuje, kako poteka obisk, kaj mora storiti pred prihodom, kaj lahko pričakuje na lokaciji, kje so možne omejitve in na koga se lahko obrne za dodatna pojasnila.

6.4.3 Uporabnost

Dostopna informacija mora biti tudi praktično uporabna. Ni dovolj, da je informacija objavljena ali da je spletna stran na prvi pogled enostavna za uporabo. Uporabnost pomeni, da lahko uporabnik z informacijami dejansko nekaj naredi: načrtuje obisk, izvede rezervacijo, preveri pogoje dostopa, vzpostavi stik s ponudnikom, pride do lokacije in uporablja storitev.

Pri digitalnih vsebinah to pomeni jasno navigacijo, dostopne obrazce, uporabo s tipkovnico, dovolj velike klikabilne površine, dovolj časa za izpolnjevanje postopkov, jasna sporočila o napakah in razumljive potrditve. Pri turistični izkušnji pa uporabnost pomeni, da informacije uporabniku omogočijo zanesljivo odločitev, ne samo splošnega vtisa.

Spletna stran je lahko vizualno privlačna in tehnično sodobna, vendar za osebo z invalidnostjo še vedno neuporabna, če ne vsebuje konkretnih informacij o dostopu, podpori, komunikaciji, prostoru in morebitnih omejitvah. Uporabnost zato vedno presojamo z vidika dejanske uporabniške situacije.

6.4.4 Združljivost in robustnost

Digitalne vsebine morajo delovati z različnimi napravami, brskalniki, podpornimi tehnologijami in načini uporabe. Uporabniki lahko informacije iščejo na računalniku,

telefonu ali tablici; lahko uporabljajo bralnik zaslona, povečavo, tipkovnico, glasovno upravljanje ali druge podporne tehnologije. Dostopna rešitev mora biti dovolj zanesljiva, da deluje v različnih tehničnih okoliščinah.

Združljivost pomeni, da so vsebine pravilno strukturirane, da imajo elementi ustrezne oznake, da so obrazci razumljivi tudi brez vizualnih namigov, da je navigacija logična in da se vsebina pravilno prilagaja različnim velikostim zaslona. Robustnost pomeni, da rešitev ni odvisna od ene same naprave, ene same nastavitve ali enega samega načina uporabe.

To je posebej pomembno pri turizmu, ker uporabniki pogosto iščejo informacije v realnih okoliščinah: na poti, v tujini, na telefonu, v gneči, ob slabi povezavi, s povečavo besedila ali z uporabo podporne tehnologije. Dostopna digitalna rešitev mora zato ostati uporabna tudi zunaj idealnih pogojev.

6.4.5 Uporaba načel v turistični praksi

Ta štiri načela naj ponudniki uporabljajo pri vseh digitalnih in komunikacijskih točkah svoje ponudbe: na spletni strani, v rezervacijskih sistemih, spletnih obrazcih, PDF dokumentih, videoposnetkih, objavah na družbenih omrežjih, digitalnih zemljevidih, QR kodah, mobilnih vsebinah, informacijah na lokaciji in v komunikaciji z uporabniki.

Vprašanja, ki naj si jih ponudnik zastavi, so preprosta:

- Ali lahko uporabnik informacijo zazna?
- Ali jo lahko razume?
- Ali jo lahko uporabi za odločitev ali dejanje?
- Ali vsebina deluje z napravami in podpornimi tehnologijami, ki jih uporabnik uporablja?

Če je odgovor na katero od teh vprašanj negativen, informacija ni dovolj dostopna. Namen teh načel je ponudnikom pomagati, da svoje informacije in storitve oblikujejo tako, da jih lahko uporablja čim širši krog ljudi.

6.5 Smernice za digitalno dostopnost

Digitalna dostopnost je prvi pogoj, da lahko uporabnik samostojno začne načrtovati obisk. Spletna stran, mobilna aplikacija, rezervacijski sistem, spletni obrazec, PDF dokument, videoposnetek, digitalni zemljevid ali QR koda niso samo informativni dodatki, temveč pogosto prvi stik uporabnika s turistično ponudbo.

Namen smernic je turističnim ponudnikom podati jasne in praktične usmeritve za ureditev dostopnosti njihovih spletišč, spletnih obrazcev, rezervacijskih postopkov in drugih digitalnih vsebin, da jih bodo uporabniki lahko samostojno našli, zaznali, razumeli in uporabili pri načrtovanju obiska.

6.5.1 Struktura spletne strani in navigacija

Ponudnik naj zagotovi:

- jasno in logično strukturo spletne strani,
- smiselne naslove in podnaslove,
- opisne naslove strani,
- pregledno glavno navigacijo,
- dosledno razporeditev vsebin na vseh straneh,
- možnost hitrega dostopa do informacij o dostopnosti,
- zemljevid spletnega mesta ali drugo pomoč pri orientaciji, kadar je stran obsežna.

Uporabnik mora hitro razumeti, kje je, kaj stran ponuja in kako lahko pride do ključnih informacij.

Preverjanje v praksi:

- Ali lahko uporabnik hitro najde informacije o dostopnosti?
- Ali je stran razumljiva tudi brez predhodnega poznavanja ponudnika?
- Ali so naslovi dovolj jasni, da uporabnik razume strukturo strani?
- Ali se pomembne informacije ne skrivajo samo v PDF dokumentih ali slikah?

6.5.2 Uporaba s tipkovnico in podpornimi tehnologijami

Ponudnik naj zagotovi, da so spletna stran, obrazci in rezervacijski postopki uporabni tudi brez miške. To vključuje:

- uporabo vseh funkcij s tipkovnico,
- logično zaporedje premikanja po strani,
- jasno viden fokus pri premikanju s tipkovnico,
- pravilno označene gumbe, povezave, menije in obrazce,
- združljivost z bralniki zaslona,
- možnost uporabe strani na računalniku, telefonu in tablici.

To je posebej pomembno za slepe in slabovidne uporabnike, osebe z gibalno oviranostjo ter vse uporabnike, ki uporabljajo podporne tehnologije. Za slepe in slabovidne uporabnike so posebej pomembni združljivost z bralniki zaslona, uporaba s tipkovnico, pravilna struktura strani, smiselni naslovi, označeni gumbi in dostopni obrazci. Preverjanje v praksi:

- Ali lahko uporabnik po strani potuje samo s tipko Tab?
- Ali vedno vidi, kje na strani je fokus?
- Ali lahko odda obrazec brez uporabe miške?
- Ali bralnik zaslona pravilno prebere gumbe, povezave in polja?
- Ali so ikone in gumbi poimenovani razumljivo?

6.5.3 Obrazci in rezervacijski postopki

Ponudnik naj zagotovi, da so obrazci in rezervacijske poti kratki, jasni in dostopni. To vključuje:

- jasno poimenovana polja,
- razumljiva navodila,
- vidno označena obvezna polja,
- jasna sporočila o napakah,
- navodila, kako napako popraviti,
- potrditveno sporočilo po oddaji obrazca,
- dovolj časa za izpolnjevanje,
- dovolj velike klikabilne površine,
- možnost dodatnega pojasnila glede dostopnosti.

Preverjanje v praksi:

- Ali uporabnik razume, kaj mora vnesti?
- Ali je jasno, katera polja so obvezna?
- Ali obrazec pove, kaj je narobe, če pride do napake?
- Ali uporabnik prejme razumljivo potrditev?
- Ali lahko uporabniki z oviranostmi pred rezervacijo zastavijo še dodatna vprašanja?

6.5.4 Slike, videoposnetki in multimedija

Ponudnik naj zagotovi, da vizualne in zvočne vsebine niso edini nosilec informacij. To vključuje:

- smiselne opise pomembnih fotografij,
- opise fotografij sob, vhodov, poti, sanitarij, parkirišč, dvoran in razstavnih prostorov,
- podnapise pri videoposnetkih,
- besedilni povzetek videoposnetkov,
- zvočni opis pomembnih vizualnih informacij, kadar je potreben,
- izogibanje samodejnemu predvajanju zvoka ali videa,
- možnost zaustavitve premikajoče se vsebine.

Več oblik dostopa do vsebin uporabnikom omogoča, da informacije razumejo tudi takrat, ko slike ne vidijo, zvoka ne slišijo ali vsebino uporabljajo s podporno tehnologijo.

Preverjanje v praksi:

- Ali fotografija uporabniku pove nekaj pomembnega za odločitev o obisku?
- Ali ima taka fotografija opis?
- Ali videoposnetek vsebuje govor?
- Ali ima video podnapise?
- Ali lahko uporabnik razume vsebino tudi, če ne vidi slike ali ne sliši zvoka?

6.5.5 Berljivost, kontrast in prilagodljivost prikaza

Ponudnik naj zagotovi, da je vsebina vizualno jasna in prilagodljiva. To vključuje:

- zadosten kontrast med besedilom in ozadjem,
- berljive pisave,
- dovolj veliko osnovno velikost besedila,
- možnost povečave besedila,
- dovolj prostora med elementi,
- jasno vizualno hierarhijo,
- izogibanje utripajočim, motečim ali prehitro premikajočim se vsebinam.

To koristi slabovidnim uporabnikom, starejšim osebam, osebam z disleksijo, uporabnikom z migrenami, nevrološkimi oviranostmi in vsem, ki spletno stran uporabljajo v slabših pogojih, na primer na telefonu ali pri močni svetlobi.

Preverjanje v praksi:

- Ali je besedilo berljivo tudi pri povečavi?
- Ali se vsebina pri povečavi ne prekriva?
- Ali so pomembni elementi dovolj kontrastni?
- Ali stran ne utripa oziroma ne povzroča nepotrebne senzorne obremenitve?
- Ali je postavitev mirna in predvidljiva?

6.5.6 Dostopni dokumenti

Ponudnik naj zagotovi, da so tudi dokumenti dostopni. To vključuje:

- dostopne cenike,
- dostopne jedilnike,
- dostopne programe,
- dostopna navodila,
- dostopne kataloge,
- dostopne zemljevide ali njihove besedilne alternative,
- dostopna pravila obiska.

Dokumenti naj ne bodo objavljeni samo kot skenirane slike besedila. Kadar je mogoče, naj ponudnik poleg PDF dokumenta objavi tudi vsebino v HTML obliki neposredno na spletni strani.

Preverjanje v praksi:

- Ali lahko uporabnik besedilo v dokumentu označi in kopira?
- Ali dokument pravilno bere bralnik zaslona?
- Ali ima dokument naslove in pravilno strukturo?
- Ali slike v dokumentu vsebujejo opise?
- Ali je najpomembnejša vsebina dostopna tudi neposredno na spletni strani?

6.5.7 QR kode, digitalni zemljevidi in vsebine na lokaciji

Ponudnik naj QR kode in digitalna orodja na lokaciji uporablja premišljeno. To vključuje:

- QR kode na dostopni višini,
- dovolj velike QR kode,
- dober kontrast,
- jasno označbo, kaj QR koda odpre,
- dostopno spletno vsebino, na katero vodi QR koda,
- besedilne alternative za digitalne zemljevide,
- navodila, ki so razumljiva tudi brez vida ali natančne uporabe miške,
- redno preverjanje, ali povezave še delujejo.

Preverjanje v praksi:

- Ali uporabnik QR kodo lahko najde?
- Ali jo lahko samostojno skenira?
- Ali ve, kaj bo odprl?
- Ali je vsebina, ki se odpre, dostopna?
- Ali obstaja alternativa za uporabnike, ki QR kode ne morejo uporabiti?

6.5.8 Redno preverjanje digitalnih vsebin

Digitalna dostopnost ni enkratna naloga. Vsaka nova objava, fotografija, video, obrazec, PDF dokument, dogodek, rezervacijska možnost ali digitalna funkcionalnost mora biti pripravljena dostopno.

Ponudnik naj redno preverja:

- spletno stran,
- obrazce,
- rezervacijske poti,
- dokumente,
- fotografije,
- videoposnetke,
- objave na družbenih omrežjih,
- QR kode,
- kontaktne podatke,
- informacije o dostopnosti.

6.6 Smernice za komunikacijsko dostopnost

Komunikacijska dostopnost pomeni, da so informacije podane jasno, spoštljivo, razumljivo in v oblikah, ki jih lahko uporabljajo različni uporabniki. V turizmu komunikacija vključuje spletna besedila, e-pošto, obrazce, telefonske pogovore, potrditve rezervacij, varnostna navodila, označbe, objave na družbenih omrežjih in neposredno komunikacijo osebja z obiskovalci.

Namen smernic je turističnim ponudnikom podati jasne in praktične usmeritve za pripravo dostopnih, razumljivih in pravočasnih informacij, ki uporabnikom omogočajo zanesljivo načrtovanje obiska brez nepotrebne negotovosti.

6.6.1 Jasne in konkretne informacije

Ponudnik naj uporablja jasen, spoštljiv in konkreten jezik. Namesto splošnih navedb naj uporabi konkretne podatke.

Neustrezno: »Objekt je dostopen invalidom.«

Bolj ustrezno: »Glavni vhod je brez stopnic. Vrata so široka 90 cm. Dostopne sanitarije so v pritličju, 15 metrov od vhoda. Dvigalo omogoča dostop do prvega nadstropja. Do zunanje terase vodita dve stopnici, zato terasa ni dostopna za vse uporabnike.«

Ponudnik naj opiše:

- kaj je dostopno,
- kaj ni dostopno,
- za koga je rešitev primerna,
- kje so omejitve,
- komu lahko uporabnik piše za dodatna vprašanja,
- ali je informacija preverjena in kdaj je bila nazadnje posodobljena.

6.6.2 Več komunikacijskih kanalov

Telefonski klic ne sme biti edina možnost za pridobitev informacij. Ponudnik naj omogoči vsaj 2 različna kontakta:

- e-pošto,
- spletni obrazec,
- pisna sporočila,
- kontaktno osebo za vprašanja o dostopnosti,
- jasen odzivni čas,
- pisne potrditve dogovorov.

To je pomembno za gluhe in naglušne uporabnike, osebe s komunikacijskimi oviranostmi, osebe s psihosocialnimi oviranostmi, starejše osebe in vse, ki potrebujejo čas, da informacije lažje razumejo ali ponovno preverijo.

- Preverjanje v praksi:
- Ali je na spletni strani poleg telefona objavljen tudi e-naslov?
- Ali uporabnik ve, komu lahko piše glede dostopnosti?
- Ali ponudnik odgovarja z jasnimi in konkretnimi informacijami?
- Ali uporabnik po pogovoru prejme pisno potrditev ključnih dogovorov?

6.6.3 Pisne potrditve in navodila

Ključne informacije naj bodo vedno dostopne tudi v pisni obliki. To vključuje:

- potrditve rezervacij,
- spremembe terminov,
- navodila za prihod,
- informacije o parkiranju,
- pravila obiska,
- varnostna navodila,
- podatke o spremljevalcih,
- informacije o dostopnih vhidih,
- informacije o omejitvah,
- kontakt za pomoč.

Preverjanje v praksi:

- Ali uporabnik po rezervaciji prejme jasno potrditev?
- Ali potrditveno sporočilo vključuje informacije o dostopu?
- Ali so spremembe programa sporočene pravočasno?
- Ali so navodila razumljiva tudi uporabniku, ki ponudnika ne pozna?

6.6.4 Razumljiv jezik in predvidljivost

Ponudnik naj informacije pripravi tako, da so razumljive tudi uporabnikom, ki potrebujejo več jasnosti, strukture ali časa. To vključuje:

- kratke stavke,
- logično zaporedje informacij,
- jasna navodila po korakih,
- izogibanje nepotrebim tujkam in strokovnim izrazom,
- pojasnilo, kako bo obisk potekal,
- pojasnilo, koliko časa bo trajal,
- informacije o gneči, hrupu, čakanju, spremembah in pravilih,
- informacije o možnostih odmora ali umika.

Za osebe s kognitivnimi, nevrološkimi, psihosocialnimi ali komunikacijskimi oviranostmi so predvidljivost, jasnost, zmanjšanje kognitivne obremenitve in mirna komunikacija posebej pomembne.

6.6.5 Dostopnost za gluhe in naglušne uporabnike

Ponudnik naj zagotovi, da ključne informacije niso odvisne samo od zvoka. To vključuje:

- podnapise pri videoposnetkih,
- pisna varnostna navodila,
- pisne informacije o spremembah,
- vizualne oznake,
- možnost komunikacije po pisnih kanalih,
- informacije v znakovnem jeziku, kadar je mogoče,
- jasne pisne potrditve rezervacij in dogovorov.

Preverjanje v praksi:

- Ali so videoposnetki podnaslovljeni?
- Ali pomembna obvestila obstajajo tudi v pisni obliki?
- Ali se uporabnik lahko izogne telefonskemu klicu?
- Ali so navodila na lokaciji vidna in razumljiva?

6.6.6 Spoštljiva komunikacija brez stigmatizacije

Osebe naj komunicira mirno, spoštljivo in brez pokroviteljskega odnosa. To pomeni:

- uporabnika vprašamo, kakšna oblika podpore bi mu ustrezala,
- ne predvidevamo potreb brez vprašanja,
- ne govorimo namesto uporabnika,
- ne naslavljamo spremljevalca, če lahko govorimo z uporabnikom,
- ne uporabljamo izrazov, ki osebo označujejo kot breme ali problem,
- pomoč ponudimo, ne vsilimo,
- če informacije ne poznamo, to priznamo in jo preverimo.

Pri osebah s psihosocialnimi oviranostmi oziroma težavami v duševnem zdravju je posebej pomembno, da je komunikacija mirna in čustveno varna. Pri osebah s psihosocialnimi oviranostmi oziroma težavami v duševnem zdravju je posebej pomembno, da je komunikacija mirna, spoštljiva, ne-pokroviteljska in čustveno varna.

6.6.7 Usposobljenost osebja

Ponudnik naj osebje usposobi za osnovno razumevanje različnih ovir, s katerimi se uporabniki srečujejo pri dostopu do informacij, komunikacije ali storitev. Osebe naj zna:

- poslušati uporabnika,
- postaviti spoštljivo vprašanje,
- dati jasen odgovor,
- preveriti informacijo,
- razložiti omejitve storitve,
- ponuditi pomoč brez vsiljevanja,
- uporabnika usmeriti na pravo kontaktno osebo,
- ravnati mirno v nepredvidenih situacijah.

Praktična priporočila za ponudnike vključujejo tudi usposabljanje osebja za vključujočo komunikacijo in podporo uporabnikom z različnimi oviranostmi.

6.6.8 Preverjanje komunikacijske dostopnosti

Ponudnik naj redno preverja:

- ali so informacije jasne,
- ali so kontaktni podatki vidni,
- ali obstaja več komunikacijskih kanalov,
- ali so odgovori uporabnikom konkretni,
- ali so ključne informacije zapisane,
- ali so navodila razumljiva,
- ali osebje zna odgovoriti na vprašanja o dostopnosti,
- ali uporabniki prejmejo informacije pravočasno.

Komunikacijska dostopnost je dosežena takrat, ko uporabnik informacijo lahko razume, preveri, shrani in uporabi pri svoji odločitvi.

7. Kratkoročni ukrepi

Kratkoročni ukrepi so prvi praktični koraki, ki jih lahko turistični ponudniki začnejo izvajati takoj oziroma v krajšem času. Usmerjeni so v odpravo najbolj očitnih ovir, izboljšanje kakovosti informacij in vzpostavitev osnovnih pogojev za bolj samostojno načrtovanje obiska.

Kratkoročni ukrepi so pomembni zato, ker lahko že manjše spremembe bistveno izboljšajo uporabniško izkušnjo. Jasnejše informacije, bolj dostopni obrazci, boljši opisi slik, podnapisi, vidni kontaktni podatki in osnovno usposobljeno osebje lahko uporabnikom omogočijo več zaupanja, manj negotovosti in večjo samostojnost pri odločanju.

7.1 Pregled obstoječih informacij

Prvi korak je pregled informacij, ki jih ponudnik že objavlja na spletni strani, v dokumentih, na družbenih omrežjih, v rezervacijskih sistemih, e-poštnih potrditvah in drugih komunikacijskih kanalih.

Ponudnik naj preveri:

- ali so informacije o dostopnosti sploh objavljene,
- ali so dovolj konkretne,
- ali so razumljive različnim uporabnikom,
- ali so posodobljene,
- ali so dostopne z bralniki zaslona,
- ali so dostopne tudi brez miške,
- ali so ključne informacije skrite samo v PDF dokumentih, slikah ali promocijskih besedilih,
- ali uporabnik hitro najde kontakt za dodatna vprašanja.

Prednostni rezultat: ponudnik pripravi kratek seznam obstoječih informacij, manjkajočih informacij in vsebin, ki jih je treba popraviti.

7.2 Dopolnitev informacij o dostopnosti

Ponudnik naj na spletni strani jasno objavi informacije o dostopnosti svoje ponudbe. Informacije naj bodo konkretne, preverljive in uporabne za načrtovanje obiska. Vključujejo naj podatke o:

- dostopu do objekta,
- vhodih,
- parkiriščih,
- notranjih poteh,
- dvigalih,
- klančinah,

- sanitarijah,
- sedežih,
- orientaciji v prostoru,
- komunikaciji z osebjem,
- možnostih podpore,
- omejitvah,
- začasnih spremembah,
- kontaktu za dodatna vprašanja.

Namesto splošne oznake: »Objekt je dostopen.« naj ponudnik navede: »Glavni vhod je brez stopnic. Dostopne sanitarije so v pritličju. Do razstavnega prostora v prvem nadstropju vodi dvigalo. Zunanja pot do razgledne točke je makadamska in na nekaterih delih strma. Za dodatne informacije o dostopu nam lahko pišete na elektronski naslov.«

Prednostni rezultat: uporabnik lahko samostojno presodi, ali je obisk zanj izvedljiv, varen in primeren.

7.3 Ureditev osnovne strukture spletne strani

Ponudnik naj preveri, ali je spletna stran urejena jasno, logično in predvidljivo.

Posebno pozornost naj nameni:

- naslovom strani,
- naslovom in podnaslovom,
- glavni navigaciji,
- opisnim povezavam,
- poimenovanju gumbov,
- dostopu do kontaktnih podatkov,
- dostopu do informacij o dostopnosti,
- preglednosti vsebin,
- uporabnosti spletne strani na mobilnih napravah.

Informacije o dostopnosti naj bodo dostopne z glavne navigacije ali z jasno označenega mesta na spletni strani. Uporabnik jih ne sme iskati med splošnimi opisi, novicami ali promocijskimi vsebinami.

Prednostni rezultat: uporabnik hitro najde ključne informacije, tudi če uporablja bralnik zaslona, povečavo besedila, tipkovnico ali mobilni telefon.

7.4 Poimenovanje povezav, gumbov in obrazcev

Povezave, gumbi in obrazci morajo biti poimenovani tako, da uporabnik razume, kaj se bo zgodilo ob kliku oziroma izbiri.

Neustrezni primeri so:

- »klikni tukaj«,
- »več«,
- »preberi«,
- »odpri«,
- nepoimenovane ikone,
- gumbi brez jasne oznake.

Ustreznejši primeri so:

- »Preberite več o dostopu do muzeja«,
- »Prenesite cenik v dostopni obliki«,
- »Pošljite vprašanje o dostopnosti«,
- »Rezervirajte voden ogled«,
- »Odprite zemljevid dostopne poti«.

Pri obrazcih morajo biti jasno označena vnosna polja, obvezni podatki, napake in potrditve oddaje.

Prednostni rezultat: uporabnik razume, kateri element uporablja, kaj mora vnesti in kakšno dejanje izvaja.

7.5 Dodajanje opisov slik

Pomembne slike morajo imeti ustrezne opise. To velja zlasti za slike, ki uporabniku pomagajo razumeti prostor, dostop, storitev ali potek obiska.

Opisati je treba predvsem:

- vhod,
- pot do objekta,
- parkirišče,
- sanitarije,
- sobo,
- razstavni prostor,
- dvorano,
- klančino,
- dvigalo,
- zemljevid,
- razporeditev prostora,
- morebitne ovire.

Slab opis: »Slika objekta«

Boljši opis: »Glavni vhod v muzej je brez stopnic. Pred vhodom je tlakovana pot, vrata se odpirajo ročno.«

Prednostni rezultat: slepi in slabovidni uporabniki pridobijo informacije, ki so pomembne za načrtovanje obiska.

7.6 Podnapisi in besedilne alternative za videoposnetke

Videoposnetki, ki predstavljajo ponudbo, navodila, poti, dogodke ali storitve, naj imajo podnapise. Kadar je video pomemben za razumevanje prostora ali storitve, naj ima tudi kratek besedilni povzetek.

Ponudnik naj zagotovi:

- podnapise pri ključnih videoposnetkih,
- besedilni povzetek vsebine,
- opis pomembnih vizualnih informacij,
- možnost zaustavitve, ponovnega predvajanja in upravljanja videa,
- da se video ne zažene samodejno brez možnosti nadzora.

Prednostni rezultat: informacije so dostopne tudi gluhim in naglušnim uporabnikom, slepim in slabovidnim uporabnikom ter uporabnikom, ki video vsebin ne morejo spremljati na običajen način.

7.7 Ureditev kontaktnih kanalov

Telefon ne sme biti edina možnost za pridobivanje informacij o dostopnosti. Ponudnik naj omogoči več načinov komunikacije. Na spletni strani naj bodo jasno navedeni:

- elektronski naslov,
- telefonska številka,
- spletni obrazec, če obstaja,
- kontaktna oseba ali služba za vprašanja o dostopnosti,
- okvirni čas odgovora,
- možnost pisne potrditve ključnih informacij.

Prednostni rezultat: uporabnik lahko vprašanje zastavi na način, ki mu ustreza, in prejme jasen, preverljiv odgovor.

7.8 Osnovno usposabljanje osebja

Zaposleni morajo poznati osnovne informacije o dostopnosti ponudbe. To velja za zaposlene, ki sprejemajo rezervacije, odgovarjajo na vprašanja, urejajo spletno stran, pripravljajo vsebine, vodijo ogleda ali so v neposrednem stiku z obiskovalci.

Osebe naj zna:

- odgovoriti na osnovna vprašanja o dostopu,
- preveriti informacijo, kadar ni prepričano,
- uporabnika nagovoriti spoštljivo,
- ponuditi pomoč, ne da bi jo vsiljevalo,
- razložiti omejitve,
- posredovati pisno potrditev informacij,
- uporabnika usmeriti na pravo kontaktno osebo.

Prednostni rezultat: uporabnik prejme skladne, jasne in spoštljive informacije ne glede na to, s kom komunicira.

7.9 Prvo preverjanje z uporabniki

Ponudnik naj osnovne informacije in digitalne vsebine preveri z uporabniki oziroma z organizacijami oseb z invalidnostmi.

Preverjanje naj odgovori na vprašanja:

- ali uporabnik hitro najde informacije o dostopnosti,
- ali so informacije dovolj konkretne,
- ali so razumljive,
- ali lahko uporabnik opravi rezervacijo,
- ali lahko vzpostavi stik s ponudnikom,
- ali informacije ustrezajo dejanskemu stanju,
- katere ovire se pojavijo pri uporabi spletne strani ali storitve.

Prednostni rezultat: ponudnik pridobi konkretne povratne informacije in jih uporabi za hitre izboljšave.

7.10 Določitev odgovorne osebe

Ponudnik naj določi osebo ali ekipo, ki skrbi za informacije o dostopnosti.

Ta oseba naj spremlja:

- posodobitve spletne strani,
- spremembe v prostoru,
- odgovore uporabnikom,
- povratne informacije,
- nove objave,
- dokumente,
- fotografije,
- videoposnetke,
- rezervacijske postopke,
- začasne omejitve.

Prednostni rezultat: dostopnost ni odvisna od naključne pobude, temveč ima jasno odgovornost.

7.11 Prednostni vrstni red kratkoročnih ukrepov

Če ponudnik ne more izvesti vseh ukrepov hkrati, naj najprej uredi:

- objavo jasnih informacij o dostopnosti,
- kontaktne kanale,
- najbolj očitne ovire na spletni strani,
- dostopne obrazce in rezervacije,
- opise pomembnih slik,
- podnapise pri ključnih videoposnetkih,
- pisne potrditve in navodila,
- osnovno usposabljanje osebja,
- preverjanje informacij z uporabniki,
- določitev odgovorne osebe.

Kratkoročni cilj je zanesljiv začetek sistematičnega urejanja dostopnosti. Najprej je treba odpraviti ovire, zaradi katerih uporabnik ne more pridobiti informacij, razumeti ponudbe, vzpostaviti stika ali sprejeti odločitve o obisku.

8. Dolgoročni ukrepi

Dolgoročni ukrepi so namenjeni temu, da dostopnost postane stalni del upravljanja turistične ponudbe. Ne gre samo za posamezne popravke spletne strani ali dopolnitev informacij, temveč za vključitev dostopnosti v načrtovanje, razvoj, izvajanje, preverjanje in izboljševanje storitev.

Dolgoročno uspešna dostopnost temelji na jasnih odgovornostih, rednem preverjanju, usposabljanju, sodelovanju z uporabniki, vključevanju dostopnosti v naročanje novih rešitev ter povezovanju digitalne, komunikacijske in fizične dostopnosti.

8.1 Vključitev dostopnosti v redno upravljanje ponudbe

Ponudnik naj dostopnost vključi v redne postopke načrtovanja in upravljanja. Dostopnost naj se upošteva pri:

- prenovi spletne strani,
- izbiri zunanjih izvajalcev,
- pripravi novih vsebin,
- uvedbi rezervacijskih sistemov,
- pripravi dogodkov,
- prenovi prostorov,
- označevanju poti,
- objavi fotografij in videoposnetkov,
- komunikaciji z uporabniki,
- usposabljanju zaposlenih.

Ponudnik naj določi odgovornosti, postopke za posodabljanje informacij in osnovna notranja pravila za objavo novih vsebin.

Prednostni rezultat: dostopnost postane del rednega delovanja ponudnika.

8.2 Dostopnost kot pogoj pri naročanju novih digitalnih rešitev

Pri naročanju nove spletne strani, mobilne aplikacije, rezervacijskega sistema, digitalnega zemljevida, spletnega obrazca ali drugega digitalnega orodja mora biti dostopnost vključena že od začetka. V razpisih, pogodbah ali dogovorih z izvajalci naj bodo opredeljene zahteve glede:

- uporabe s tipkovnico,
- združljivosti z bralniki zaslona,
- dostopnih obrazcev,
- pravilne strukture strani,
- kontrasta in berljivosti,
- podnapisov,
- opisov slik,

- dostopnih dokumentov,
- mobilne uporabe,
- testiranja z uporabniki,
- odprave ugotovljenih napak.

Prednostni rezultat: ponudnik se izogne dragim in zamudnim naknadnim popravkom, ker je dostopnost vključena v razvoj že od začetka.

8.3 Redno preverjanje digitalnih vsebin in storitev

Dostopnost se lahko poslabša z vsako novo objavo, spremembo spletne strani ali uvedbo nove funkcije. Zato mora ponudnik vzpostaviti redno preverjanje. Redno naj preverja:

- ključne strani spletnega mesta,
- informacije o dostopnosti,
- rezervacijske postopke,
- spletne obrazce,
- PDF dokumente,
- fotografije,
- videoposnetke,
- QR kode,
- objave na družbenih omrežjih,
- povezave,
- kontaktne podatke.

Preverjanje naj se izvede ob večjih spremembah spletne strani, uvedbi nove storitve, prenovi prostorov in vsaki spremembi, ki vpliva na uporabniško pot.

Prednostni rezultat: dostopnost se ohranja tudi po posodobitvah.

8.4 Vključevanje oseb z invalidnostmi in starejših oseb v testiranje

Ponudnik naj osebe z invalidnostmi in starejše osebe vključuje v razvoj, preverjanje in izboljševanje rešitev. Vključevanje naj zajema:

- pregled spletne strani,
- testiranje rezervacij,
- preverjanje obrazcev,
- preverjanje informacij o fizični dostopnosti,
- oceno razumljivosti navodil,
- preverjanje komunikacijskih kanalov,
- preizkus uporabniške poti na lokaciji,
- zbiranje povratnih informacij po obisku.

Vključevanje uporabnikov mora voditi do konkretnih izboljšav. Povratne informacije naj bodo dokumentirane, obravnavane in uporabljene pri nadaljnjem razvoju.

Prednostni rezultat: ponudnik prepozna ovire, ki jih tehnični pregled ali notranja ocena pogosto ne zaznata.

8.5 Stalno usposabljanje zaposlenih

Znanje o dostopnosti mora biti del stalnega strokovnega razvoja zaposlenih. Usposabljanje naj vključuje:

- urednike spletnih strani,
- zaposlene v marketingu,
- zaposlene pri rezervacijah,
- receptorje in informatorje,
- vodiče,
- tehnično osebje,
- vodstvo,
- zunanje sodelavce, kadar pripravljajo vsebine ali storitve za ponudnika.

Vsebine usposabljanja naj vključujejo:

- osnovno razumevanje invalidnosti in oviranosti,
- pomen jasnih informacij,
- uporabo več komunikacijskih kanalov,
- pripravo dostopnih digitalnih vsebin,
- spoštljivo komunikacijo,
- odzivanje na vprašanja uporabnikov,
- ravnanje ob spremembah ali omejitvah.

Prednostni rezultat: dostopnost postane del znanja organizacije.

8.6 Povezovanje fizičnih izboljšav z digitalnimi informacijami

Vsaka fizična izboljšava mora biti spremljana tudi z ustrezno digitalno in komunikacijsko informacijo. Ob spremembah prostora mora ponudnik posodobiti:

- spletno stran,
- fotografije,
- opise dostopa,
- informacije o sanitarijah,
- informacije o vhidih in poteh,
- rezervacijska navodila,
- potrditvena sporočila,
- oznake na lokaciji,
- informacije za osebje.

Enako velja za začasne omejitve. Če dvigalo ne deluje, če je pot zaprta, če poteka prenova ali če je dostopen vhod začasno prestavljen, mora biti uporabnik o tem obveščen vnaprej.

Prednostni rezultat: informacije, ki jih uporabnik dobi pred obiskom, ustrezajo dejanskemu stanju na lokaciji.

8.7 Sistem zbiranja in obravnave povratnih informacij

Ponudnik naj vzpostavi jasen način zbiranja povratnih informacij o dostopnosti. Uporabnikom naj omogoči, da sporočijo:

- da informacije niso bile jasne,
- da rezervacija ni bila dostopna,
- da opis fizične dostopnosti ni ustrezal dejanskemu stanju,
- da komunikacija ni bila primerna,
- da so naleteli na oviro na lokaciji,
- da imajo predlog za izboljšavo.

Ponudnik naj povratne informacije redno pregleduje in jih uporablja pri izboljšavah.

Prednostni rezultat: uporabniške izkušnje postanejo vir stalnega izboljševanja.

8.8 Spremljanje učinkov in osnovni kazalniki

Ponudnik naj spremlja, ali ukrepi za dostopnost dejansko prinašajo izboljšave. Spremlja lahko:

- število posodobljenih informacij o dostopnosti,
- število dostopnih dokumentov,
- število videoposnetkov s podnapisi,
- število zaposlenih, vključenih v usposabljanje,
- število preverjanj spletne strani,
- število uporabniških testiranj,
- odzivni čas na vprašanja o dostopnosti,
- število prejetih in obravnavanih povratnih informacij,
- število odpravljenih ovir.

Kazalniki naj bodo preprosti in uporabni. Njihov namen je spremljanje napredka in določanje naslednjih izboljšav.

Prednostni rezultat: ponudnik lahko spremlja napredek in načrtuje nadaljnje ukrepe.

8.9 Čezmejno sodelovanje in izmenjava dobrih praks

Dolgoročni razvoj dostopnosti v turizmu zahteva sodelovanje med ponudniki, turističnimi organizacijami, občinami, kulturnimi ustanovami, strokovnjaki, izobraževalnimi ustanovami in organizacijami oseb z invalidnostmi. V **čezmejnem prostoru Italija–Slovenija** je posebej pomembno:

- usklajevanje osnovnih informacij o dostopnosti,
- uporaba primerljivih opisov,
- izmenjava dobrih praks,
- skupna usposabljanja,
- sodelovanje pri testiranju rešitev,
- povezovanje digitalnih orodij,
- večjezičnost informacij,
- vključevanje uporabniških organizacij z obeh strani meje.

Prednostni rezultat: uporabniki dobijo primerljive in zanesljive informacije pri različnih ponudnikih in v različnih jezikih.

8.10 Dostopnost kot del kakovosti in trajnosti turizma

Dostopnost mora dolgoročno postati del razumevanja kakovosti turistične ponudbe. Vpliva na gostoljubnost, varnost, zaupanje, zadovoljstvo uporabnikov in možnost samostojnega sodelovanja v turizmu.

Dostopne rešitve koristijo širšemu krogu ljudi: osebam z invalidnostmi, starejšim osebam, družinam z otroki, tujim obiskovalcem, ljudem z začasnimi poškodbami in vsem, ki potrebujejo jasne informacije, predvidljive postopke in uporabne storitve. Dolgoročni ukrepi so uspešni takrat, ko dostopnost ni več razumljena kot posamezen popravek, temveč kot stalni način načrtovanja, izvajanja in izboljševanja turistične ponudbe.

Prednostni rezultat: dostopnost postane sestavni del kakovostnega, vključujočega in družbeno odgovornega turizma.

9. Primeri dobrih praks v Evropi in njihova prenosljivost

Dobre prakse v dostopnem turizmu kažejo, kako lahko mesta, regije, države, evropski projekti, javno-zasebna partnerstva in zasebni ponudniki razvijajo dostopne storitve, infrastrukturo, digitalna orodja in komunikacijo. Pomembne so zato, ker prikazujejo različne izvedljive modele: mestne strategije, certifikacijske sheme, spletne platforme, dostopne turistične poti, hotelske standarde, večjezične informacije, vključevanje uporabnikov in usposabljanje zaposlenih.

Skupna značilnost dobrih praks je, da dostopnosti ne razumejo kot posamezne prilagoditve, temveč kot del kakovosti, gostoljubnosti, zaupanja in dolgoročnega razvoja turistične ponudbe. Uspešne rešitve praviloma povezujejo fizično, digitalno in komunikacijsko dostopnost ter uporabnikom omogočajo bolj samostojno načrtovanje in uporabo turističnih storitev.

9.1 Mestne strategije dostopnega turizma

Mestne strategije dostopnega turizma kažejo, da je dostopnost učinkovita takrat, ko ni omejena na posamezen objekt, temveč je vključena v širše načrtovanje mesta, javnega prostora, prevoza, kulturnih ustanov, informacijskih točk in turistične promocije.

Barcelona je primer mesta, ki dostopnost razvija kot del svoje turistične identitete. Ukrepi vključujejo dostopne muzeje, hotele brez arhitekturnih ovir, dostopne plaže, prilagojene vodene ogleda in uporabo znakovnega jezika pri določenih turističnih vsebinah. Pomemben del mestne dostopnosti je tudi javni prevoz, saj dostopni avtobusi in druge oblike mobilnosti uporabnikom omogočajo dejansko uporabo turistične ponudbe.

Milano je primer mesta, ki je dostopnost povežalo z urbano infrastrukturo, javnim prevozom in kulturnimi znamenitostmi. Ureditev dostopa do postaj, dvigal, klančin, javnih prostorov in kulturnih objektov kaže, da dostopni turizem ni odvisen samo od posameznih turističnih ponudnikov, temveč od celotnega mestnega okolja.

Prenosljivo v prakso:

- dostopnost je treba vključiti v načrtovanje destinacije kot celote,
- informacije o dostopnih poteh, javnem prevozu, kulturnih ustanovah in storitvah morajo biti povezane,
- turistične informacije morajo uporabniku omogočiti načrtovanje celotnega obiska, ne samo posamezne storitve,
- dostopnost javnega prostora, prevoza in turistične ponudbe mora biti obravnavana skupaj.

9.2 Nacionalni in regionalni programi

Nacionalni in regionalni programi kažejo pomen skupnih meril, preverjenih informacij, oznak, certifikatov in javno dostopnih podatkov o dostopnosti. Takšni sistemi uporabnikom omogočajo lažjo primerjavo ponudbe, ponudnikom pa dajejo jasnejša izhodišča za izboljšave.

Tourisme & Handicap v Franciji je certifikacijska shema, ki turistične objekte in storitve označuje glede na dostopnost za različne skupine uporabnikov: osebe z gibalnimi, vidnimi, slušnimi in kognitivnimi oviranostmi. Oznaka uporabnikom omogoča, da hitreje prepoznajo, katera ponudba je zanje dostopna in ustrezna njihovim potrebam.

VisitFlanders v Belgiji uporablja sistem oznak dostopnosti za nastanitve, muzeje in centre za obiskovalce. Poleg oznak uporabnikom ponuja tudi iskalnik dostopnosti, podatkovne liste in brošure z informacijami o dostopnih objektih in poteh.

Una Regione per Tutti oziroma **FVG za vse v Furlaniji - Julijski krajini** temelji na sistematičnem preverjanju dostopnosti turističnih lokacij. Podatki vključujejo konkretne informacije, kot so širina vrat, klančine, taktilne oznake in drugi elementi dostopa. Pomemben del pobude so tudi informacije v lahko razumljivi obliki in videoposnetki v italijanskem znakovnem jeziku.

All for All na Portugalskem dostopnost postavlja kot del nacionalne turistične usmeritve. Program spodbuja turistične ponudnike, da svoje prostore, storitve in komunikacijo prilagodijo širšemu krogu uporabnikov ter dostopnost razumejo kot del kakovostne ponudbe in konkurenčne prednosti.

Prenosljivo v prakso:

- razviti je treba skupna merila za opisovanje dostopnosti,
- informacije morajo biti preverjene, primerljive in razumljive,
- splošne oznake niso dovolj, uporabnik potrebuje konkretne podatke,
- oznake in certifikati so koristni samo, če temeljijo na jasnih merilih in rednem preverjanju,
- informacije morajo zajeti različne skupine uporabnikov, ne samo gibalne oviranosti.

9.3 Evropski projekti in digitalne platforme

Evropski projekti in digitalne platforme kažejo, kako lahko dostopnost podpremo z digitalnimi orodji, skupnimi bazami podatkov, čezmejnim sodelovanjem in vključevanjem uporabnikov.

Pantou je spletni imenik dostopnih turističnih storitev, ki uporabnikom omogoča iskanje nastanitve, restavracij, prevoza, turističnih ogledov in drugih storitev. Njegova vrednost je v tem, da informacije združuje na enem mestu in uporabnikom olajša načrtovanje potovanja.

STRING je primer evropskega projekta, ki je razvil dostopne turistične poti v več državah. Projekt kaže, da mora biti dostopnost obravnavana vzdolž celotne turistične verige: od

prevoza in poti do nastanitve, znamenitosti in vključitve ponudbe v običajne turistične produkte.

AccessibleEU podpira izmenjavo znanja, strokovnih virov in dobrih praks na evropski ravni. Takšne mreže so pomembne, ker omogočajo prenos znanja med državami, sektorji in organizacijami.

SITE – Shaping Inclusive Tourist Experiences je projekt programa Interreg Italija–Hrvaška, ki razvija vključujoče turistične izkušnje z uporabo načel univerzalne zasnove. Projekt je usmerjen v razvoj bolj vključujočega turističnega ekosistema, ki upošteva osebe z invalidnostmi, družine in starejše osebe. Posebej pomembno je, da dostopnost povezuje s trajnostnim turizmom, socialnim vključevanjem, inovacijami in razvojem destinacij. Projekt vključuje pilotne aktivnosti, usposabljanja ter pripravo praktičnih orodij, kot so katalog teorij in praks univerzalne zasnove, priročniki in ocenjevalni instrumenti. Rešitve so usmerjene v izboljšanje dostopnosti komunikacije, orientacije in javnih prostorov ter so zasnovane tako, da jih je mogoče prenesti tudi v druga turistična okolja.

Prenosljivo v prakso:

- uporaba načel univerzalne zasnove pri načrtovanju turističnih storitev,
- povezovanje dostopnosti z javnim prostorom, orientacijo in komunikacijo,
- razvoj praktičnih orodij za ponudnike in destinacije,
- vključevanje usposabljanj in pilotnih aktivnosti,
- uporaba IKT za zmanjševanje arhitekturnih, senzoričnih in komunikacijskih ovir,
- čezmejno sodelovanje med turizmom, raziskovalnimi organizacijami, visokošolskimi ustanovami in nevladnimi organizacijami.

9.4 Javno-zasebna partnerstva in industrijske pobude

Javno-zasebna partnerstva in industrijske pobude kažejo, da je dostopnost lahko uspešna tudi kot del poslovnega modela, standardov kakovosti in dolgoročnega upravljanja storitev.

TUR4all je spletna platforma in mobilna aplikacija, ki uporabnikom ponuja standardizirane informacije o dostopnosti hotelov, restavracij, turističnih znamenitosti in aktivnosti. Pomembna je tudi večjezičnost platforme ter možnost, da uporabniki delijo izkušnje in ocene.

Scandic Hotels je primer hotelske verige, ki je razvila lastni standard dostopnosti. Standard vključuje številna merila, povezana s fizičnim okoljem, sobami, oznakami, komunikacijo, varnostjo in storitvami. Dostopnost je vključena v delovanje celotne verige, ne samo v posamezne objekte.

ILUNION Hotels v Španiji dostopnost povezuje z univerzalno zasnovo, usposabljanjem zaposlenih in zaposlovanjem oseb z invalidnostmi. Primer kaže, da dostopnost ni samo tehnično ali prostorsko vprašanje, temveč tudi del organizacijske kulture in socialnega vključevanja.

Prenosljivo v prakso:

- dostopnost mora biti vključena v notranje standarde ponudnika,
- osebje mora biti usposobljeno za spoštljivo in jasno komunikacijo,
- informacije o dostopnosti morajo biti standardizirane in redno preverjene,
- uporabniške izkušnje so pomemben vir izboljšav,
- dostopnost lahko postane del prepoznavnosti in kakovosti blagovne znamke.

9.5 Skupne značilnosti dobrih praks

Iz predstavljenih primerov izhajajo skupne značilnosti uspešnih rešitev:

- dostopnost je vključena v strateško načrtovanje,
- informacije o dostopnosti so jasne, konkretne in preverljive,
- digitalna orodja podpirajo samostojno načrtovanje obiska,
- fizična, digitalna in komunikacijska dostopnost so povezane,
- uporabniki sodelujejo pri načrtovanju in preverjanju rešitev,
- osebje je usposobljeno,
- informacije so večjezične in na voljo v več oblikah,
- sistemi oznak in certifikatov temeljijo na preverjenih podatkih,
- dostopnost se redno posodablja in izboljšuje,
- rešitve so vključene v redno turistično ponudbo, ne v ločene ali izjemne programe.

9.6 Prenosljivost v čezmejni prostor Italija–Slovenija

V čezmejnem prostoru Italija–Slovenija so potrebne rešitve, ki so primerljive, večjezične, preverljive in uporabne za različne vrste turističnih ponudnikov. Primeri dobrih praks kažejo, da je posebej pomembno razvijati skupen način opisovanja dostopnosti, povezovati ponudnike in uporabniške organizacije ter zagotavljati informacije, ki uporabnikom omogočajo samostojno odločanje.

Za turistične ponudnike, destinacije, občine, muzeje, nastanitve in turistične organizacije so posebej prenosljivi naslednji elementi:

- skupna struktura informacij o dostopnosti,
- jasno označene strani z informacijami o dostopnosti,
- preverjeni podatki o fizičnem dostopu,
- dostopni digitalni obrazci in rezervacije,
- večjezične informacije,
- lahko razumljive informacije,
- podnapisi in znakovni jezik pri ključnih vsebinah,
- sodelovanje z osebami z invalidnostmi,
- redno usposabljanje zaposlenih,
- vključevanje dostopnosti v promocijo destinacije,
- zbiranje in uporaba povratnih informacij uporabnikov.

Dobra praksa je prenosljiva takrat, ko jo ponudnik ne razume kot kopiranje tujega modela, temveč kot izhodišče za lastno izboljšanje. Pomembno je, da vsak ponudnik prepozna, katere elemente lahko uvede glede na svojo velikost, vrsto storitve, obstoječe digitalne rešitve, fizične pogoje in uporabnike, ki jim je ponudba namenjena.

10. Zaključek

Strategija in smernice za izboljšanje digitalne dostopnosti v turizmu čezmejnega območja Italija–Slovenija izhajajo iz ugotovitev projekta DATIS, ki so pokazale, da je dostopnost v turizmu vprašanje uporabnosti, razumljivosti in zanesljivosti informacij ter možnosti samostojnega odločanja uporabnikov. Dostopnost mora biti razumljena kot povezan sistem digitalnih, komunikacijskih in fizičnih pogojev. Uporabnik lahko turistično ponudbo uporablja samozavestno in samostojno šele takrat, ko lahko informacije najde, jih razume, preveri, jim zaupa in jih uporabi pri načrtovanju obiska. Zato splošne oznake, da je ponudba »dostopna«, niso dovolj. Potrebne so konkretne, preverljive, posodobljene in uporabniku koristne informacije.

Strategija poudarja, da je dostopnost stalni proces. Zahteva načrtovanje, preverjanje, sodelovanje z osebami z invalidnostmi in starejšimi osebami, usposabljanje zaposlenih, redno posodabljanje digitalnih vsebin ter povezovanje turističnih ponudnikov, destinacij, javnih institucij, strokovnih organizacij in uporabnikov.

Strategija in smernice se povezujejo z drugimi rezultati projekta DATIS, zlasti z usposabljanji za turistične ponudnike, razvojem digitalne platforme, bazo informacij o dostopnosti ter pilotnimi aktivnostmi. Skupaj ti rezultati tvorijo praktično podlago za nadaljnje izboljševanje digitalne, komunikacijske in fizične dostopnosti turistične ponudbe v čezmejnem prostoru Italija–Slovenija.

Dolgoročni cilj je turistični prostor, v katerem dostopnost ni izjema, dodatna storitev ali naknadna prilagoditev, temveč sestavni del kakovostne, odgovorne, vključujoče in trajnostne turistične ponudbe. Takšen pristop uporabnikom omogoča večjo samostojnost, dostojanstvo, zaupanje in enakost v praksi.

11. Viri

11.1 Projekt DATIS:

- 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. Dostopni turizem Italija–Slovenija: raziskava uporabniških navad in izkušenj 2024–2026. Interno projektno gradivo.
- DATIS. Analiza digitalne dostopnosti 100 turističnih ponudnikov iz čezmejne regije Italije in Slovenije. Interno projektno gradivo.
- DATIS. Kvalitativni intervjuji z deležniki s področja dostopnega turizma in organizacije turističnih izkušenj za osebe z invalidnostmi. Interno projektno gradivo.

11.2 Evropski, pravni in tehnični okvir:

- 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 Dostopni turizem in univerzalna zasnova:

- 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 Primeri dobrih praks v Evropi:

- 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.turismoportugal.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: Digitalni pionirji dostopnega turizma

21.04.2024 – 20.6.2026

Projekt DATIS sofinancira Evropska unija v okviru Programa Interreg VI-A ItalijaSlovenija.

DATIS: www.ita-slo.eu/datis

Partnerji:

- Beletrina, zavod za založniško dejavnost
- Javni zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina
- Oddelek za politične in družbene vede, Univerza v Trstu
- Konzorcij socialnih zadrug IL MOSAICO – socialna zadruga
- 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, Družnarska 2

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA