EBNT e FAITA
presentano

TURISMO ACCESSIBILE

MANUALE SULL'ACCOGLIENZA E L'OSPITALITÀ DEI TURISTI NEI CAMPEGGI

---

in collaborazione con

V4A
village for all

TURISMO ACCESSIBILE

MANUALE SULL'ACCOGLIENZA E
L'OSPITALITÀ DEI TURISTI NEI CAMPEGGI

Manuale realizzato in collaborazione tra Ente Bilaterale Nazionale Turismo - EBNT, FAITA-FederCamping e Village for all per la progettazione e realizzazione di uno strumento rivolto a tutti coloro che operano nell'open air.

Realizzato da
Ente Bilaterale Nazionale Turismo - EBNT e FAITA-FederCamping

Autori
Roberto Vitali - Silvia Bonoli – Village for all

Coordinamento del progetto
Roberto Vitali

Progetto grafico
Matteo Astolfi

Finito di stampare Marzo 2010
Stampa

Tutti i diritti sono riservati.
Nessuna parte di questo volume può essere riprodotta, memorizzata o trasmessa in alcuna forma e con alcun mezzo, in fotocopia o in altro modo senza autorizzazione scritta dagli Autori.

INDICE

Presentazione

EBNT 5
FAITA-FEDERCAMPING 7
VILLAGE FOR ALL 9

Il mercato e la sua dimensione 11

Conoscere per Capire 14

Gli strumenti 16

Passare dalle disabilità ai bisogni
Passare dai vincoli alle opportunità
Accessibilità trasparente
La formazione
La comunicazione positiva

Come accogliere la clientela disabile 19

Persone sorde o ipoudenti
Persone cieche o ipovedenti
Persone con difficoltà motorie
Persone con insufficienze mentali
Persone con difficoltà alimentarli
Persone con allergie

Schede

Reception 26
Ristorante 28
Market 30
La piscina 32
La spiaggia 34
I percorsi 36

L'Accessibilità Trasparente 38

Ente Bilaterale Nazionale Turismo

L'attenzione dell'Ente Bilaterale Nazionale del Turismo verso il complesso sistema turistico, ha spinto l'EBNT ad analizzare gli aspetti legati al mondo delle imprese della ricettività turistica open air (campeggi e villaggi turistici), volgendo uno sguardo particolare al tema dell'accessibilità (Open Air Accessibile). Il fenomeno del turismo delle persone con disabilità è l'aspetto più innovativo del processo d'integrazione sociale.

Le imprese della ricettività turistica open air necessitano di un concreto impegno per raggiungere livelli qualitativi, strutturali tali da garantire rispondenza alle necessità di una domanda sempre più in crescita e diversificata, basti pensare alla clientela con disabilità e bisogni speciali (3,5 milioni di persone spesso accompagnate). Molto spesso è evidente la difficoltà da parte dell'imprenditore e degli addetti ad interpretare le richieste di questa tipologia di clientela, che inconfutabilmente rappresenta un alto valore etico, sociale ed economico per le aziende. Le persone con esigenze speciali possono essere gli anziani, le persone con disabilità e le persone con esigenze dietetiche o con problemi di allergie che necessitano di particolari comodità ed agevolazioni per la pratica del viaggiare. La definizione di turista si basa su un'ampia categoria di persone.

Scarne se non assenti sono le informazioni ed i dati sull'argomento all'interno delle principali fonti statistiche sul turismo, che prevalentemente riescono ad effettuare solo valutazioni qualitative o, al più, stime sulle effettive dimensioni del fenomeno.

Il lavoro promosso da EBNT nasce proprio con l'intento di far emergere il mercato del turismo accessibile in tutte le sue potenzialità stimolando i gestori delle strutture ricettive a innalzare i loro standard qualitativi per rispondere a richieste che troppo spesso non sanno soddisfare.

Il progetto costituisce uno "strumento" utile a favorire la cultura dell'accessibilità all'interno delle strutture turistico ricettive all'aria aperta, che generi informazioni attendibili sullo stato di fatto e sulla capacità di fornire specifici servizi da parte dei campeggi o villaggi turistici.

L'impegno, forte, dell'EBNT è quello di incentivare e promuovere il turismo accessibile, ovvero fruibile dalle persone con bisogni speciali. La rimozione delle barriere non riguarda esclusivamente, quelle architettoniche, altrettanto e forse più importanti sono le barriere relazionali determinate da personale troppo spesso in grande difficoltà nel trattare con bisogni speciali.

Un turismo di domani che, attraverso una progettazione che somma all'accessibilità la piena fruibilità, diventa un turismo inclusivo.

Il Presidente
Gabriele Guglielmi

Il Vice Presidente
Giuseppe Cassarà

Questo manuale sul turismo accessibile è destinato specificamente a tutti coloro che operano nell'open air.
E' stato concepito dall'Ente Bilaterale e da FAITA FederCamping per consentire la più adeguata accoglienza ed ospitalità per i clienti con disabilità. Per noi tutti rappresenta uno stimolo ed un principio.
Lo stimolo va nella direzione di una tradizione che già vede gli imprenditori dei campeggi e dei villaggi turistici italiani da tempo impegnati ad offrire ospitalità e servizi a livelli adeguati alle nuove istanze della clientela.
Il principio è rappresentato dalla riflessione, banale ma non scontata, che l'open air è una modalità turistica per tutti e, quindi, le imprese devono farsi carico anche e sempre dei problemi e delle esigenze degli ospiti.
Entrambe le cose coincidono con la visione di FAITA FederCamping che, da oltre un decennio, è impegnata a promuovere ed elevare i livelli qualitativi dell'offerta del nostro settore e più latamente del comparto turistico nazionale.
Crediamo, infatti, che, al di là delle norme e dei regolamenti esistenti, rendere accessibili e fruibili le nostre strutture rappresenti un arricchimento della nostra offerta, considerato che il profilo dei circa 8 milioni di ospiti che ogni anno frequentano i campeggi ed i villaggi turistici è cambiato molto negli ultimi decenni e molto ancora è destinato a cambiare. Da vacanza "tutta natura" e giovanile, quella open air, infatti, è diventata una scelta dove confort, servizi e strutture adeguate si coniugano con il contatto diretto con l'ambiente e la cultura dei contesti turistici.
L'accessibilità e la fruibilità diventano così un plus che adegua le aziende alle istanze della clientela e può consentirci di conservare quei primati che le imprese italiane hanno conquistato in Europa.
Accogliere adeguatamente i nostri ospiti, dunque, è il primo step da percorrere per garantire un accettabile servizio all'interno delle nostre strutture. Per farlo, oltre alle consuete doti di sensibilità e disponibilità, proprie del nostro mondo, occorrono conoscenze e soluzioni, tecniche specifiche che questo agile manuale suggerisce ed indica.
Sono certo, pertanto, che esso si rivelerà utile per le imprese e gradito ai suoi destinatari.

Il Presidente
Maurizio Vianello

Village for all è una associazione no profit che ha come obiettivo il turismo e lo sport per tutti.
Quale luogo migliore dei campeggi e villaggi turistici per dare corpo alla nostra mission? Sappiamo bene che la vacanza è per tutti un periodo consacrato alle attività di svago, quali la cultura, l'enogastronomia, lo sport e tanto altro ancora. Le difficoltà che alcune persone incontrano nel godere appieno della propria vacanza sono legate all'incognita della soddisfazione dei bisogni, personali, della propria famiglia, di seguire una alimentazione che garantisca il proprio stato di salute sia di trovare delle informazioni oggettive e attendibili per sapere cosa le aspetta lontano da casa.
Il rispetto della normativa è fondamentale, ma nulla dice a proposito della qualità ed è proprio con la formazione del personale, sicuro elemento di qualità, che spesso si riescono a superare le carenze strutturali del proprio campeggio
"Non esiste l'accessibilità per tutti" e "non esistono luoghi accessibili a tutti".
Proprio partendo da queste due affermazioni si intendono fornire strumenti che aiutino a comprendere come, a volte con poco e senza grossi impegni economici, si possa migliorare la propria struttura e di conseguenza l'ospitalità del proprio campeggio, aprendosi così a mercati che hanno un grande valore economico. Non dimenticate però che se l'accessibilità viene prevista fin dall'inizio di qualsiasi progetto, non ha significativi costi aggiuntivi, mentre i costi aumentano quando dobbiamo andare a modificare opere già realizzate. Per questo l'obiettivo è costruire bene, costruire per tutti.

Roberto Vitali
Presidente Village for all

MANUALE PER L'ACCOGLIENZA E L'OSPITALITÀ

IL MERCATO E LA SUA DIMENSIONE

Per turismo accessibile si intende l'insieme di servizi e strutture in grado di permettere a persone con esigenze speciali la fruizione della vacanza e del tempo libero senza ostacoli e difficoltà. Sotto la definizione "persone con esigenze speciali" si collocano non unicamente le persone in carrozzina, ma in generale le persone con mobilità ridotta (claudicanti, che utilizzano bastoni, ecc.), le persone con limitazioni di tipo sensoriale, ed un'ampia fascia di popolazione quali ad es. anziani, persone con esigenze dietetiche (celiachici, diabetici, ecc.) o con problemi di allergie, disabili temporanei, donne in stato di gravidanza, ecc. Persone che necessitano di particolari comodità ed agevolazioni per la pratica del viaggiare.

Un'autorevole ricerca europea (il rapporto Touche Ross 1993), presentata a Londra all'interno del Convegno Turismo 2000 per Tutti in Europa organizzato dalla Holiday Care Service, forniva una valutazione interessante sul mercato potenziale legato al movimento turistico delle persone con disabilità.

La popolazione europea dichiarata ufficialmente disabile corrisponde all'11% circa della popolazione globale: a questo dato deve essere aggiunto un 3-4 % di cittadini che per diversi motivi sfuggono alla rete di rilevazione ufficiale.

Il 14% della popolazione corrisponde quindi a circa 50 milioni di persone disabili in Europa Occidentale. Per una serie di ragioni diverse (il livello di gravità della disabilità, la situazione socio-economica) non tutta la popolazione disabile é da considerarsi una potenziale clientela turistica.

Touche-Ross valutava in 72% la percentuale di popolazione disabile con possibilità e propensione a viaggiare e quindi in 36 milioni di persone e in 5-6 milioni i disabili che al 1993 viaggiano realmente.

Arriviamo così a 30 milioni di persone disabili interessate a viaggiare ma che per diverse ragioni sono ancora escluse dai circuiti ufficiali del turismo.

Il dato acquista, poi, maggiore rilevanza se si considera che raramente la persona disabile viaggia da sola ma che di solito, per piacere o necessità, si muove con almeno un accompagnatore (parente, amico, operatore, volontario).

Oggi si ritiene il valore espresso nel 93 approssimato con largo eccesso, che diventa un valore reale se alle persone permanentemente disabili aggiungiamo per ovvi motivi gli anziani e le persone che per brevi o medi periodi possono

considerarsi non completamente abili all'esercizio del turismo.
Inoltre, oltre al dato numerico, la ricerca mette in evidenza il fatto che le esigenze delle persone disabili sono del tutto simili alle esigenze degli altri clienti ma che la differenza sta nelle diverse condizioni per soddisfarle.
A livello nazionale i dati più recenti sono quelli presentati nel 1999 nella ricerca commissionata dall'ENEA al Centro Ricerche e Servizi ITER Srl. Dalla ricerca si estrapola che su un totale di circa 31 milioni di persone che hanno effettuato almeno un viaggio all'anno (pari al 54,6% del totale degli italiani), il 2,9%, pari a 889.330 persone è costituito da turisti che esprimono esigenze speciali. Se si vuole estendere l'analisi ai turisti che, pur non manifestando (in fase di intervista) esigenze speciali, rientrano in una fascia di età più elevata (65 anni e più) e che si presuppone scelgano, nella maggioranza dei casi, viaggi con particolari caratteristiche, l'analisi si estende ad altri 2.140.785 turisti.
In un ottica di crescita in Italia dell'accessibilità nei servizi turistici, interessanti sono pure i dati relativi alla domanda potenziale che evidenziano come circa 490mila persone tra gli oltre 25milioni di italiani che, nel 1999, hanno dichiarato di non viaggiare, lo farebbero nel caso si risolvessero alcune condizioni specifiche (es. necessità di avere accompagnamento, disponibilità di assistenza medica, superamento di barriere architettoniche).
Il dato, seppur di per sé interessante, è ricavato sulla base di interviste telefoniche e, pertanto, viziato dalla percezione soggettiva dell'esigenza speciale. Il numero appare sottostimato, tenendo conto, ad esempio, di alcuni problemi come quelli alimentari che nella persona "non viaggiatore", abituata a gestire in casa la propria dieta, non lo fanno soggettivamente inserire nella categoria delle persone con esigenze speciali.
Infine, per quanto riguarda in generale la domanda effettiva e potenziale di turismo accessibile, deve essere considerato il cosiddetto "effetto moltiplicatore" che per quanto concerne il viaggio di gruppo (scolastico, aziendale, associazionistico, ecc.) fa si che la presenza anche di una sola persona disabile influenza la scelta della meta, delle strutture e del programma di tutta la comitiva.
Anche a seguito della ricerca ENEA-ITER , la Direzione Generale per il Turismo del Ministero dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato ha avviato una serie di iniziative mirate al sostegno del turismo per persone disabili, nel quadro del miglioramento della qualità del sistema turistico italiano e nello spirito di dare

attuazione all'art.23 della legge n. 104/92 in materia di "rimozione di ostacoli per l'esercizio di attività sportive, turistiche, ricreative".
L'inclusione sociale basata sulla non discriminazione e sulle pari opportunità garantisce a tutte le persone la possibilità di vivere e godere pienamente dei beni e dei servizi creati dalla società e quindi anche di godere di un meritato periodo di vacanza, di attività sportiva prevalentemente a contatto con la natura. La fruibilità del tempo libero e dell'ambiente, nei loro valori materiali e immateriali, assicura lo sviluppo della personalità e la migliore qualità della vita e pertanto deve essere garantita a tutti i cittadini con attenzione alle diverse esigenze e nel rispetto rigoroso degli ecosistemi. L'accessibilità è un diritto umano e come tale deve essere garantito a tutte le persone indipendentemente dalla loro condizione fisica o sensoriale e dai loro limiti. Questo diritto è stato sancito anche nella recente Convenzione Onu sui Diritti delle Persone con Disabilità: art. 30 Partecipazione alla vita culturale e ricreativa, agli svaghi ed allo sport.
Tali iniziative costituiscono segmenti del progetto "Italia per Tutti" che si proponeva l'obiettivo prioritario di tutela e valorizzazione dei diritti e della dignità delle persone attraverso l'individuazione delle modalità e degli strumenti più idonei a gestire le diversità di bisogno, esistenti di fatto, per garantire ad ogni cittadino la piena fruizione dei servizi collegati all'accoglienza e all'ospitalità.
Ciò rientra nella generale strategia turistica che la Direzione stessa si sta dando nel medio-lungo periodo, tutta improntata ad affermare ed interiorizzare elementi di responsabilità nell'agire dei vari soggetti (consumatori, commercializzatori, produttori) protagonisti a vario titolo del turismo nazionale. Infatti un paese maturo deve saper guardare a tutta la complessità del mercato, e non soffermarsi più soltanto alla raccolta delle occasioni più facili e passeggere, nella certezza che il maggior patrimonio futuro del settore turismo sarà dato dalla soddisfazione dei clienti e dall'immaginario collettivo ed individuale che questa genererà.
Uno scenario analogo e, forse, di ancor più ampia dimensione si riscontra nello Sport e nella Cultura, dove spesso la volontà di praticare attività fisica o di partecipare alla vita culturale della propria comunità si scontra con carenze strutturali e, spesso, con la mancanza di tecnici ed operatori adeguatamente formati.

CONOSCERE PER CAPIRE

Proprio la difficoltà a trovare risposta alle proprie richieste specifiche, limita non solo la possibilità di accedere a gran parte delle proposte turistiche, ma ne scoraggia anche l'espressione di richieste.

I problemi sono sostanzialmente di tre tipi: accessibilità, informazione, costi.

- Per quanto riguarda l'accessibilità, come si è detto, si deve tenere presente che il problema non riguarda unicamente le persone in carrozzina, ma in generale le persone con mobilità ridotta, le persone con limitazioni di tipo sensoriale, gli anziani, i disabili temporanei, ecc. La possibilità di accedere e di utilizzare le strutture é, quindi, il presupposto fondamentale per poter permettere al potenziale turista disabile di prendere in considerazione una offerta turistica: é ovvio che questa attenzione deve essere prestata per tutta la durata della vacanza e non solo in parte. Bisogna quindi poter e saper proporre trasporti accessibili, strutture ricettive accessibili ma anche proposte e programmi accessibili: questa idea, abbastanza elementare (non ha senso proporre una vacanza al mare in un albergo accessibile se poi lo stabilimento balneare é assolutamente inaccessibile) é ovviamente la premessa indispensabile per affrontare il problema.
- Per quanto riguarda l'informazione il paradosso più frequente é che spesso le strutture accessibili sono sotto utilizzate dalle persone disabili. Il problema dell'informazione é legato a due aspetti: la difficoltà a reperire informazioni e la loro attendibilità. Nell'organizzazione di una vacanza la parte più difficile e delicata é la ricerca di una struttura accessibile: all'interno delle agenzie viaggio é difficile trovare non solo proposte "complete" di vacanze accessibili ma anche semplici elenchi di alberghi e strutture fruibili. In questi ultimi anni si fanno comunque più numerosi gli annuari o i cataloghi di catene alberghiere che riportano il simbolo di accessibilità: il problema riguarda l'affidabilità di queste informazioni. Questo é un problema sentito da tutti i turisti, ma nel caso delle persone disabili rappresenta un fatto fondamentale che ha a che fare non solo con il comfort, ma anche con la sicurezza personale e la possibilità di sfruttare in pieno il proprio tempo di vacanza. L'insieme di questi fattori negativi "costringe" la persona disabile o il gruppo ad organizzarsi autonomamente aumentando le difficoltà, spesso i costi, e quindi scoraggiando i più e limitando, in genere le possibilità di scelta.
- Per quanto riguarda i costi, le possibilità economiche delle persone disabili non sono diverse da quelle di altre categorie di utenti. Bisogna però considerare che spesso le persone disabili devono affrontare alcuni costi aggiuntivi derivanti da trasporti personalizzati, assistenza personale, ecc..

A questi problemi "oggettivi" occorre aggiungere un problema culturale che riguarda sia i disabili che i non disabili. In Italia, ma non solo in Italia, solo una consistente minoranza di persone disabili vive in una condizione che possiamo definire completamente integrata: di fatto sono ancora molti i disabili che vivono in una condizione di parziale o totale emarginazione avendo rapporti non significativi o addirittura conflittuali con quello che, sempre semplificando, possiamo definire il mondo esterno (dalla propria famiglia, ai servizi sociali e riabilitativi). Questa situazione comporta due problemi nel campo turistico: dal punto di vista dei disabili anche le persone interessate e disponibili alle possibilità turistiche spesso non hanno l'esperienza e gli strumenti per affrontare e risolvere le difficoltà che comporta organizzare una vacanza; dal punto di vista degli operatori la non abitudine ad avere rapporti con persone disabili può comportare dei problemi. Non ci riferiamo agli episodi di discriminazione che, seppur gravi, riteniamo fenomeno del tutto marginale ma, in generale, è possibile ipotizzare difficoltà, comprensibili nel rapporto con il cliente disabile (vedi esempio di chi si rivolge sempre e comunque all'accompagnatore non considerando come interlocutore la persona disabile).

Questo insieme di difficoltà determina la situazione attuale che vede gran parte delle richieste di turismo ricadere sul mondo dell'associazionismo di categoria ovvero sulle organizzazioni del privato sociale e del volontariato, sui servizi pubblici e sulle organizzazioni che si occupano di turismo sociale, quando non interviene semplicemente la rinuncia alla vacanza.

Vi è una evidente sproporzione tra richiesta e domanda, tra esigenze e risorse: il risultato è che non tutti i bisogni vengono soddisfatti e che le risposte siano spesso di carattere "collettivo" (la vacanza di gruppo, la ex colonia ristrutturata) a fronte di richieste sempre più individuali e personalizzate.

GLI STRUMENTI

Le imprese della ricettività turistica open air (campeggi e villaggi turistici) necessitano di un concreto impegno per raggiungere livelli qualitativi, strutturali tali da garantire rispondenza alle necessità di una domanda da parte di clienti con disabilità. Molto spesso è evidente la difficoltà da parte dell'imprenditore e degli addetti ad interpretare le richieste di questa tipologia di clientela, che inconfutabilmente rappresenta un alto valore etico, sociale ed economico per le aziende.

Passare dalle disabilità ai bisogni

L'innovazione culturale è rappresentato da un passaggio culturale che potremo riassumere come: "Passare dalle disabilità ai bisogni". I bisogni, in quanto tali, non sono legati alle disabilità e ai relativi stereotipi. Le esigenze di una persona obesa, di una donna in gravidanza o di una persona anziana con difficoltà di deambulazione sono simili e non possiamo certo dire che le famiglie con bambini piccoli, che usano il passeggino ed hanno le medesime esigenze delle persone in carrozzina, hanno una disabilità! Non dimentichiamo poi chi deve rispettare una dieta o ha intolleranze alimentari, difficoltà di comunicazione, difficoltà sensoriali,...

Passare dai vincoli alle opportunità

Questi clienti richiedono prima di tutto informazioni attendibili sullo stato delle strutture, sulla capacità di fornire servizi, anche personalizzabili, da parte del campeggio. Non è quindi sufficiente una generica dichiarazione di disponibilità ad accogliere questo tipo di clientela o peggio ancora dichiararsi accessibili solo perché si è dotati di un servizio igienico in stile ospedaliero. Tantomeno aiuta il sistema di classificazione utilizzato in genere dalle amministrazioni pubbliche che nella compilazione degli annuari inseriscono il logo dell'omino in carrozzina che dovrebbe "riassumere" (ammesso che sia possibile) l'accessibilità delle strutture. Per passare dai vincoli normativi alle opportunità di mercato servono formazione del personale, pianificazione degli interventi per migliorare e mantenere l'accessibilità delle strutture e il saper ascoltare i clienti.

Accessibilità trasparente[1]

Significa realizzare interventi e/o servizi che non abbiano una connotazione "di tipo ospedaliero" ma che rappresentino la soddisfazione dei bisogni espressi dai clienti, prestando attenzione alla qualità del servizio che viene offerto non solo in chiave prestazionale ma anche estetica. Ad esempio, una famiglia con bambini piccoli in passeggino ha delle esigenze che sono molto simili a quelle di una persona che utilizza una carrozzina per muoversi; l'esistenza di passerelle per la spiaggia è una soluzione ideale per le mamme che devono utilizzare il passeggino, sempre carico di tutto ciò che serve a garantire il benessere del bambino, ma è una soluzione comoda anche per una persona in carrozzina. Se poi le passerelle oltre ad andare dallo stabilimento al bagnasciuga, si sviluppano anche lateralmente per arrivare a servire le file di ombrelloni più lontane abbiamo dato un buon servizio a tanta gente senza creare qualcosa di specifico come una spiaggia dedicata ai soli disabili. I ghetti non piacciono e non servono a nessuno.
L'accessibilità si raggiunge solo con una pianificazione e una attenzione costante a tutti quegli elementi che la compongono ricordandosi ad esempio di costruire rampe, e non gradini, mantenere in percorsi in buona efficienza… e tanto altro. Deve diventare un normale metodo di lavoro.

La formazione

Tutto il personale deve avere competenze adeguate per dialogare con questi clienti. Molto spesso si verificano tragici episodi di discriminazione proprio legati alla mancanza di conoscenze sui comportamenti da tenere. Ad esempio: spesso ci si rivolge solo agli accompagnatori escludendo le persone disabili dal discorso oppure si impedisce ad una persona cieca con cane guida di entrare in un ristorante. Oltre ad essere comportamenti discriminanti sono anche passibili di denuncie.

La comunicazione positiva

Una buona accoglienza è indice di simpatia e cordialità verso il cliente, questo lo metterà a suo agio facendolo sentire a casa propria. Fondamentale è trattare sempre il cliente come vorreste essere trattati voi. La maggior parte di queste indicazioni vanno bene per qualsiasi situazione, indipendentemente dal trovarsi di fronte o meno persone disabili. Evitare le espressioni come Handicappato,

(1) Accessibilità trasparente: realizzazione di interventi mirati a soddisfare i bisogni dei clienti con una migliore qualità prestazionale (delle strutture, percorsi e servizi), senza connotazioni estetiche di carattere ospedaliero e rispettando i canoni dello "universal design".

Invalido, Costretto su sedia a ruote, Usa sedia elettrica, Diversamente abile o Diversabile , Meno fortunati, Infelici.
Ricordarsi che:

- Il cliente con disabilità è un essere umano “uguale” agli altri.
- Una persona è tale indipendentemente dalle cose che riesce a fare.
- Una persona con disabilità non è una persona malata.
- Le disabilità non sono “standardizzabili”.
- Alcune forme di disabilità sono immediatamente percepibili, mentre altre possono essere meno evidenti.
- Non preoccuparsi di utilizzare espressioni di uso comune come “ci vediamo”, se c’è anche una persona cieca o “facciamo due passi” con una persona in carrozzina.
- Non c’è solo il linguaggio verbale (metacomunicazione) ma esistono le espressioni del viso, la postura del corpo, il tono della voce e questi comunicano il vostro stato d’animo.
- Disponibilità e cortesia sono gradite in ogni occasione.
- Assumere un atteggiamento naturale, senza esagerate attenzioni.
- Offrire un servizio professionale e di alta qualità.
- Parlare direttamente alla persona e non ai familiari o accompagnatori
- Non offrire continuamente il proprio aiuto.
- Adattarsi ai tempi necessari per:
    - Comunicare
    - Muoversi
    - Comprendere le informazioni

COME ACCOGLIERE LA CLIENTELA DISABILE

Possiamo suddividere in sei macro aree le principali esigenze che richiedono conoscenze e comportamenti adeguati da parte del personale di servizio in una struttura turistica.

Persone sorde o ipoudenti

Da sapere

I principali sistemi di comunicazione utilizzati da parte delle persone sorde o ipoudenti sono:
Lettura del labiale, LIS (linguaggio dei segni), comunicazione scritta.
Il LIS non è un linguaggio internazionale ma una modalità di comunicazione che prevede le lingue nazionali e anche dialetti e “slang”.

I comportamenti

Richiamare l’attenzione rivolgendole un cenno con la mano ed eventualmente toccarla leggermente.
Presentarsi e fare conoscere la propria funzione (al bisognio si consiglia di utilizzare anche la scrittura per consentire una migliore comprensione)
Parlare lentamente restando di fronte all’interlocutore in posizione ben visibile (attenzione alle posizioni in controluce che possono creare difficoltà di lettura del viso e del labiale) evitando di esagerare l’articolazione delle parole o di alzarne il tono.
Utilizzare un vocabolario semplice ed evitare l’utilizzo di sigle e abbreviazioni in genere.
Dedicare alla comunicazione tutta la propria attenzione.
Utilizzatare tutto il materiale informativo che avete a disposizione come mappe e programmi.
Comunicazione in tempo reale: valutate con attenzione la necessità di recapitare personalmente comunicazioni che avvengono solitamente con speaker o, quando possibile, offrire la possibilità di inviare comunicazioni via sms o via email (per i clienti dotati degli opportuni sistemi di ricezione)
A ristorante, se possibile, offrite la possibilità di riservare un tavolo tondo, questo facilita la comunicazione.

Gli ausili

Esistono in commercio dispositivi vibratili o visivi che consentono di decodificare allarmi e rumori a secondo del tipo di emergenza (rilevatore di fumo, allarme antincendio, campanello della porta, sveglia, ecc..). Ne esistono anche del tipo senza fili per cui non è necessario una particolare installazione e può essere fornito direttamente al cliente all'arrivo.
Possono inoltre risultare utili i videocitofoni e i telefoni con sistema di sottotitolazione tipo "Aladino".
I televisori con sistema televideo sono molto apprezzati.
Nell'area spettacoli si possono prevedere sistemi ad induzione e/o la sottotitolazione in diretta degli spettacoli. Quest'ultima risulta uno strumento che facilita la comprensione dei dialoghi non solo alle persone sorde.

Persone cieche o ipovedenti

Da sapere

La persona cieca , anche se non vede, sente e percepisce la presenza ed è abituata a far uso di altri sensi (tatto, udito, olfatto). Questi elementi contribuiscono a realizzare una rappresentazione mentale degli ambienti, dei percorsi, delle persone.
Il braille è una forma di comunicazione che può essere utilizzata da una percentuale ridotta di persone.
La persona ipovedente non è cieca. Ha bisogno di essere vicina agli oggetti e alle persone per riconoscerli. Una buona illuminazione e contrasti visivi favoriscono la sua autonomia.
Alcune persone cieche utilizzano un bastone bianco per muoversi o un cane guida, per rilevare gli ostacoli e muoversi in autonomia.
Il cane guida può entrare in tutti gli ambienti, non sono previste limitazioni di nessun genere. Questo è previsto per legge, la stessa che prevede anche sanzioni in caso di mancato rispetto a questo obbligo

I comportamenti

Rivolgersi sempre alla persona direttamente e non all'accompagnatore.
Evitare i comportamenti tipo "angelo custode" ma presentarsi sempre in maniera chiara precisando il vostro nome e la vostra funzione.
Avvisare sempre prima di andarsene o assentarsi anche per un breve momento

Per accompagnare offrite il vostro braccio. Generalmente viene preferito afferrare il gomito dell'accompagnatore in modo da poter seguire il movimento in anticipo di un passo e poterne quindi percepire gli eventuali ostacoli.
È vivamente consigliato accompagnare il cliente cieco in una visita guidata della struttura e dei suoi servizi offrendo informazioni chiare e riferimenti spaziali in modo da favorire la memorizzazione dei percorsi per poterli ripercorrere in maniera autonoma. Utilizzare come riferimento spaziale l'orologio (ad es. alle ore 15 le posate, a ore 12 il bicchiere). Descrivere la presenza di eventuali ostacoli o pericoli che si possono presentare sul percorso.
Assicuratevi che il personale non sposti le cose del cliente nelle camere, (ad es la valigia, i vestiti, ecc..) rendendone difficile, se non impossibile, la loro individuazione e utilizzo.
Assicurarsi che il personale non modifichi la disposizione degli arredi nelle camere, in bagno e in generale in tutti i servizi. Nel caso questo si renda necessario bisogna comunicare tempestivamente la modifica al cliente.
Offrire, al bisogno e a richiesta, un eventuale accompagnamento in caso di difficoltà del cliente.
Offrirsi di spiegare il menù, il programma di un evento, il programma della giornata, ecc…, sempre a richiesta del cliente.

Gli ausili

Il braille è una forma di scrittura puntiforme che consente la lettura di documenti anche a persone cieche.
Si consiglia di utilizzare per le comunicazioni un carattere ingrandito e a rilievo, ad esempio su cartelli e insegne.
Mappe tattili che consentano la comprensione dei luoghi e le disposizioni spaziali dei servizi e dei relativi percorsi.
Prevedere l'accessibilità informatica del proprio sito internet in base agli standard internazionali di riferimento (w3c, css, ecc..).
Percorsi tattili plantari: esistono sistemi di codificazione dei percorsi mediante l'apposizione di apposite guide a pavimento. È possibile ottenere ottimi sistemi di guida e orientamento utilizzando guide naturali quali ad esempio un percorso in asfalto, in betonelle, ecc..
Audioguide che possono accompagnare e descrivere le persone sia dal punto di vista turistico che nell'orientamento.

Persone con difficoltà motorie

Da sapere

Le persone con disabilità motorie possono utilizzare una carrozzina (manuale o elettrica), utilizzare un bastone o camminare con difficoltà per lunghi tragitti.
Esistono problematiche motorie che possono provocare difficoltà nel controllare i propri gesti o nella capacità di esprimersi verbalmente.
Le disabilità motorie non alterano le capacità intellettive.
Le distanze che possono essere percorse dipendono dalle singole capacità delle persone.
Non sottovalutare mai le difficoltà rappresentate dal cliente
Evitare i percorsi lunghi, le lunghe attese in piedi ed in genere i percorsi con ostacoli.

I comportamenti

Offrire il proprio aiuto per l'accompagnamento ed in genere per il trasporto dei bagagli.
In caso di accompagnamento adeguare il proprio passo a quello del cliente, nello spingere una carrozzina bisogna prestare attenzione agli eventuali ostacoli sul percorso. Piccoli gradini, anche di un solo centimetro, posso provocare "impuntature" della carrozzina o fastidiosi sobbalzi.
Rispettare i tempi necessari al cliente per poter svolgere le attività in maniera autonoma.
Non essere assillanti nella offerta del vostro aiuto.
Mantenere un comportamento normale.
In caso di difficoltà durante la comunicazione verbale chiedere di ripetere o eventualmente offrire la possibilità di scrivere.
Occorre fornire sempre informazioni, riguardo alla accessibilità, il più possibili oggettive, ad esempio larghezze in centimetri, numero preciso, dichiarazioni generiche di accessibilità, magari riferendosi a precedenti "colleghi" che hanno già utilizzato i vostri servizi.

Gli ausili

- Carrozzine manuali o elettriche
- Respiratori
- Elettroscooter
- Stampelle
- Carrozzine per la spiaggia
- Passerelle per sabbia
- Sollevatori per piscine / pontile
- Sollevatore mobile per letto

Persone con insufficienze mentali

Da sapere

In genere si tratta di persone che hanno difficoltà di comprensione, di comunicazione o di decisione. In genere la persona con insufficienza mentale ha difficoltà a collocarsi nello spazio e nel tempo e si tratta di clienti che si muovono in gruppo con accompagnatori.

I comportamenti

Prestare attenzione alle richieste ed essere più premurosi utilizzando un linguaggio semplificato ed evitando lunghe spiegazioni.
Utilizzare sempre forme di comunicazione rispettose della persona non trattandola come bambini piccoli o dando un generico "tu".
Nel caso di un gruppo individuate un interlocutore che sappia informarvi correttamente sui bisogni e le eventuali necessità dei singoli clienti.

Gli ausili

La segnaletica è un elemento strategico per tutti i clienti, stranieri, bambini o con insufficienza mentale, si consiglia di utilizzare immagini semplici e comprensibili per accompagnare i testi.

Persone con difficoltà alimentari

Da sapere

Esistono diversi gradi di intolleranze alimentari. I più blandi possono dare spiacevoli disturbi quali bruciori di stomaco e diarrea, fino ai più gravi che possono portare a uno shock anafilattico[2]. Esistono linee di prodotto alimentari, nelle normali catene di vendita, che rispettano diverse tipi di esigenze, come l'assenza di glutine, lattosio, ecc...
Esistono diverse motivazioni per cui un cliente segue una dieta:

- Diete per controllo grassi e zuccheri (diabetici)
- Diete ricche di calcio (osteoporosi)

(2) Shock anafilattico o anafilassi è una reazione allergica causata da ipersensibilità e allergia verso una sostanza antigenica (detta allergene). L'esposizione alla sostanza può avvenire per inalazione, ingestione, contatto, o inoculazione dell'allergene. (wikipedia)

- Diete vegetariane
- Diete prive di lattosio
- Diete prive di glutine (celiachia)
- Diete legate a motivi religiosi

I comportamenti

Non sottovalutare mai le richieste di informazioni rispetto agli ingredienti contenuti nel cibo.

Non rispondere mai in maniera generica ma chiedere opportuni ragguagli alla cucina sui contenuti dei cibi.

Con la cucina concordare, se possibile, la possibilità di seguire una dieta a richiesta del cliente (si consiglia di offrire questa opportunità durante la prenotazione).

Persone con allergie

Da sapere

Esistono diversi gradi di allergie. Le più blande possono dare spiacevoli disturbi quali eruzioni cutanee e tosse fino alle forme più gravi che possono portare allo shock anafilattico[2]. Le allergie più comuni sono dovute a:

- acari
- polline
- peli di animale

I comportamenti

Mettere in atto procedure per l'igenizzazione degli ambienti con prodotti anallergici.

Se nella struttura sono presenti animali avvisare il cliente.

Pulire con regolarità, e nei modi prescritti, i filtri dei climatizzatori e delle pompe di calore.

Offrire al cliente la possibilità di utilizzare ambienti privi di moquette o tendaggi e materiali anallergici .

Gli ausili

Prodotti e procedure di igienizzazione specifici. A richiesta kit di lenzuola e cuscini anallergici, ad esempio di carta.

RECEPTION

I PARCHEGGI

In prossimità della reception deve essere previsto almeno un parcheggio, indicato con apposita segnaletica, riservato alle persone munite di contrassegno, collegato senza ostacoli con la reception, e in caso di rampe, della pendenza del 5%.
Il parcheggio deve essere mantenuto libero da occupazioni abusive.
Ricordare al personale che non è un parcheggio di servizio.
Costruzione di una copertura per favorire la salita e la discesa in caso di brutto tempo.

I PERCORSI

Pendenza delle rampe max 8%, meglio 5%.
Pavimentazione antiscivolo con andamento regolare.
Larghezza ottimale del percorso 120 cm. Informazioni e comunicazioni generali devono essere poste ad un'altezza media di 130 cm, in una zona perfettamente illuminata con luce naturale. Se ci sono rampe o gradini, corrimano presente fino a 20 cm prima e dopo.

ARREDO URBANO

In caso di cabine telefoniche e buche postali prevedere che siano poste ad un'altezza massima di 130 cm. In caso di bancomat prevedere che il pannello di comando sia posizionato ad un'altezza di 80 cm.

PANNELLI INFORMATIVI

Prevedere pannelli informativi dove informazioni e comunicazioni generali devono essere poste ad un'altezza media di 130 cm, in una zona perfettamente illuminata con luce naturale.

PORTA D'INGRESSO

La luce netta della porta non deve essere inferiore a 85 cm, meglio se larga un metro.
Le porte in vetro trasparenti devono riportare due bande colorate ad altezze diverse: 70 e 170 cm. Se l'accesso avviene tramite rampe o scale, prevedere uno spazio di sosta non inferiore a 120 cm.

BANCO RECEPTION

Predisporre una parte del banco ribassata di circa 80 cm, con la parte inferiore libera per una profondità di 60 cm, per consentire un'agevole comunicazione e un facile appoggio per la compilazione dei documenti di rito.
Parlare sempre con il cliente e non con gli accompagnatori.
Essere disponibili a fornire carta e penna in caso di difficoltà di comunicazione.
Collocare dispenser di informazione ad altezze tra i 70 e i 130 cm.
Consentire sempre l'accesso ai cani guida.
Essere disponibili ad accompagnare personalmente il cliente che dimostri difficoltà di orientamento, come anziani e persone cieche o ipovedenti.

RISTORANTE

PORTA D'INGRESSO
La luce netta della porta non deve essere inferiore a 85 cm, meglio se larga un metro. Le porte in vetro trasparenti devono riportare due bande colorate ad altezze diverse: 70 e 170 cm. Se l'accesso avviene tramite rampe o scale, prevedere uno spazio non inferiore a 120 cm.

I PERCORSI
Pendenza delle rampe max 8%, meglio 5%.
Pavimentazione antiscivolo con andamento regolare.
Larghezza ottimale del percorso 120 cm.
Informazioni e comunicazioni generali devono essere poste ad un'altezza media di 130 cm, in una zona perfettamente illuminata con luce naturale.

I TAVOLI
Preferibilmente tondi di diametro min. 120 cm, sostegno centrale e spazio libero sottostante di 70/75 cm. Piano del tavolo tra 80 e 100 cm, senza bande laterali che impediscano il passaggio delle gambe.

CARRELLI
Presenza di carrelli per appoggiare i vassoi che possono essere utilizzati sia dalle famiglie con bambini piccoli che da persone con ridotta capacità motoria.

SERIZIO IGIENICO
Presenza di almeno un servizio igienico "accessibile".
La porta d'ingresso larga almeno 75 cm. Il lavabo, sospeso e senza colonna con sifone a parete; rubinetti automatici o leva corta.
L'accosto frontale (spazio libero) deve essere di almeno 80 cm.
Il WC, preferibilmente sospeso a 45 cm con interasse a 45 cm e sulla parete maniglia a 70 cm. È preferibile utilizzare sanitari normali ed aggiungere eventuale rialzo per il WC; il WC deve avere l'accosto frontale e almeno uno laterale (spazio libero) di almeno 80 cm.
Si consiglia una doccetta con miscelatore a leva raggiungibile dal wc.
Il campanello di emergenza deve essere individuabile e raggiungibile facilmente (si consiglia di far scorrere il cordino di emergenza a 20 cm dal pavimento e farlo risalire ad altezza utile in prossimità di lavandino e wc).

SELF SERVICE
Piani di distribuzione self-service e vetrine di distribuzione altezza max 70/80 cm.
Disponibilità a fornire informazioni sugli alimenti contenuti nei piatti proposti e a fornire piatti e forchette supplementari, cannucce,…

CASSA
La zona cassa, dove si effettuano i pagamenti, non dovrebbe superare l'altezza di 90 cm.
Offrire la possibilità di pagare al tavolo.

PORTA D'INGRESSO
La luce netta della porta non deve essere inferiore a 85 cm, meglio se larga un metro.
Le porte in vetro trasparenti devono riportare due bande colorate ad altezze diverse: 70 e 170 cm. Se l'accesso avviene tramite rampe o scale, prevedere uno spazio non inferiore a 120 cm.

SEGNALETICA
Si consiglia la realizzazione di una segnaletica di orientamento utilizzando caratteri di dimensioni adeguate, preferendo font come Arial, Verdana, Elvethia, Calibrì , facendo attenzione a scrivere nero su bianco, mai bianco su nero.

I PERCORSI
Pendenza delle rampe max 8%, meglio 5%.
Pavimentazione antiscivolo con andamento regolare.
Larghezza ottimale del percorso 120 cm.

SCAFFALI ED ESPOSITORI
È consigliata la distribuzione in verticale degli alimenti, in modo da consentire il loro facile raggiungimento sia ai bambini che alle persone di bassa statura.
Si consiglia di ricavare uno spazio distributivo dove poter concentrare l'esposizione e la vendita di tutti gli alimenti senza glutine, senza lattosio, ed in genere, per le persone che hanno intolleranze alimentari.
Consentire sempre l'accesso ai cani guida

SELF SERVICE
Piani di distribuzione self-service e vetrine di distribuzione altezza max 70/80 cm.
Lasciare liberi i passaggi per consentire un'agevole mobilità, larghezza non inferiore a 120 cm, solo per piccoli tratti può scendere fino a 90; in testa ai corridoi spazi non inferiori ai 120 cm.

CASSA
La zona cassa, dove si effettuano i pagamenti, non dovrebbe superare l'altezza di 90 cm e il passaggio dovrebbe essere largo almeno 100 cm.

PISCINA

I PERCORSI

Pendenza delle rampe max 8%, meglio 5%.
Pavimentazione antiscivolo con andamento regolare.
Larghezza ottimale del percorso 120 cm.
Informazioni e comunicazioni generali devono essere poste ad un'altezza media di 130 cm, in una zona perfettamente illuminata con luce naturale.
Se ci sono rampe o gradini, corrimano presente fino a 20 cm prima e dopo.

VASCA LAVA PIEDI

Il varco della vasca lava piedi deve essere largo almeno 100 cm.
Gli scivoli per l'accesso non devono superare il 5%.
La parte centrale della vasca "in pari" deve avere una lunghezza non inferiore ai 100 cm.

VASCA

Il bordo piscina deve essere perfettamente riconoscibile utilizzando contrasti cromatici.

SERVIZIO IGIENICO

Presenza di almeno un servizio igienico "accessibile", anche nelle vicinanze, con segnalazione di orientamento per raggiungerlo.

DOCCIA

La doccia deve avere il comando dell'acqua ad una altezza max di 100 cm, meglio se 80 cm. Prevedere l'installazione di un seggiolino ribaltabile con braccioli, meglio se rimovibile, con seduta a 45 cm da terra e prevederne l'installazione sul lato a fianco del miscelatore dell'acqua.
In caso di docce riscaldate e coperte, la porta d'ingresso dovrebbe essere larga almeno 85 cm. Il piatto doccia deve essere a raso, meglio se della stessa pavimentazione.
Il chiusino di raccolta acque deve essere nella posizione più lontana dalla porta d'accesso. A lato della doccia deve essere previsto un maniglione installato ad un'altezza di 70/75 cm.

SDRAIO

Lettini e sdraio alti almeno 50 cm o con la possibilità di istallare dei rialzi di circa 10 cm.

AUSILI

Installare ausili che possano permettere anche alle persone con difficoltà motoria di poter entrare e uscire dall'acqua, preferibilmente in maniera autonoma.

SPIAGGIA

I PERCORSI

Pendenza delle rampe max 8%, meglio 5%.
Pavimentazione antiscivolo con andamento regolare.
Larghezza ottimale del percorso 120 cm.
Informazioni e comunicazioni generali devono essere poste ad un'altezza media di 130 cm, in una zona perfettamente illuminata con luce naturale.
Se ci sono rampe o gradini, corrimano presente fino a 20 cm prima e dopo.

DOCCIA

La doccia deve avere il comando dell'acqua ad una altezza max di 100 cm, meglio se 80 cm. Prevedere l'installazione di un seggiolino ribaltabile con braccioli, meglio se rimovibile, con seduta a 45 cm da terra e prevederne l'installazione sul lato a fianco del miscelatore dell'acqua.
In caso di docce riscaldate e coperte, la porta d'ingresso dovrebbe essere larga almeno 85 cm. Il piatto doccia deve essere a raso, meglio se della stessa pavimentazione.
Il chiusino di raccolta acque deve essere nella posizione più lontana dalla porta d'accesso. A lato della doccia deve essere previsto un maniglione installato ad un'altezza di 70/75 cm.

SERVIZIO IGIENICO

Presenza di almeno un servizio igienico "accessibile", anche nelle vicinanze, con segnalazione di orientamento per raggiungerlo.

CAMMINAMENTI

Devono essere previsti dall'accesso fino a 5 metri dal bagnasciuga.
Larghezza non inferiore a 120 cm, in caso di spiaggia molto lunga (circa ogni 50 metri), prevedere punti di scambio con larghezza di almeno 200 cm.
Prevedere anche percorsi laterali in più punti e la possibilità di installare le pedane anche sotto l'ombrellone e fino al bagnasciuga.
Si consiglia di utilizzare passerelle rimovibili / arrotolabili.

SDRAIO

Lettini e sdraio alti almeno 50 cm o con la possibilità di istallare dei rialzi di circa 10 cm.

AUSILI

Prevedere la dotazione di ausili per facilitare l'accesso all'acqua, ad esempio: tiralò, sun and sands, job, hippocampe.

PERCORSI

I PERCORSI PEDONALI

Pendenza delle rampe 5%, max 8%. Pavimentazione antiscivolo con andamento regolare. Larghezza ottimale del percorso 120 cm. Prevedere una differenziazione cromatica con rialzo di almeno 10 cm per poter orientare le persone cieche e ipovedenti.
In caso di percorsi con gradini, prevedere un percorso alternativo ben segnalato, utile alle persone in carrozzina e a famiglie con passeggino.
In caso di scivoli consecutivi o rampe di gradini, inserire una zona di stazionamento di almeno 150x150 cm, per permettere alle persone con difficoltà, anziani, cardiopatici, carrozzine, di sostare in tranquillità senza essere di ostacoli ad altri passanti.

PANNELLI INFORMATIVI

Prevedere pannelli informativi dove informazioni e comunicazioni generali devono essere poste ad un'altezza media di 130 cm, in una zona perfettamente illuminata con luce naturale, meglio se scritti in stampatello con carattere grande, tipo Arial, Verdana, Elvethia, Calibrì. Se servono per spiegare qualcosa che si vede (natura, animali, parco), prevedere che i caratteri siano a rilievo ed eventualmente anche in Braille; prevedere anche postazioni di informazioni audio.

SEGNALETICA DI ORIENTAMENTO

Prevedere segnaletica di orientamento ben evidente (tra i 130 e 160 cm), sia per i percorsi principali che alternativi, per raggiungere i servizi, meglio se scritti in stampatello con carattere grande, tipo Arial, Verdana, Elvethia, Calibrì, facendo attenzione a scrivere nero su bianco, mai bianco su nero; utilizzare colori e disegni per facilitare bambini e anziani (testo / colore / immagine).

ARREDO URBANO

In caso di fontanelle prevedere che non abbiano una vasca di raccolta acqua, rubinetto posto ad un'altezza di 80 cm.
Per i cestini è consigliabile la raccolta differenziata con l'apertura ad una altezza di 80 cm.

SEDUTE

Prevedere aree di seduta nei percorsi più lunghi o di interesse (passaggio, lungomare,...), utili per sostare sia per famiglie con bambini piccoli che per persone anziane.
Altezza seduta 45 cm e braccioli laterali. Eventualmente prevedere appoggi ischiatici per riposare. In caso di gradini prevedere corrimano in ambi i lati, fino ad almeno 20 cm prima e dopo i gradini. Per la sicurezza dei bambini è consigliabile che i corrimano siano alti almeno 80 cm, con listelli orizzontali fino a terra.

AUSILI

Installare ausili che possano permettere anche alle persone con difficoltà motoria di poter entrare e uscire dall'acqua, preferibilmente in maniera autonoma.

CONCLUSIONE

È chiaro quindi che non sono necessarie realizzazioni speciali, ma bisogna conoscere i bisogni di “tutti” al fine di saper rispondere concretamente, e senza soluzioni speciali, a questi bisogni. Il punto di riferimento per i tecnici deve essere lo Universal Design, il cui scopo è “*semplificare la vita per chiunque realizzando ambienti, mezzi di comunicazione e prodotti maggiormente utilizzabili da un più ampio numero di persone, riducendo al minimo o azzerando i costi aggiuntivi. Questo modo di pensare la progettazione ha come target di riferimento tutte le persone senza distinzione di età, sesso e abilità*”[3].

Questo approccio si basa su 7 principi universali:

1. **Uso equo**
2. **Uso flessibile**
3. **Uso semplice e intuitivo**
4. **Percettibilità delle informazioni**
5. **Tolleranza all’errore**
6. **Contenimento dello sforzo fisico**
7. **Misure e spazi per l’avvicinamento e l’uso**

Come possiamo vedere sono regole piuttosto semplici, ma che presuppongono un bagaglio di conoscenze e competenze riguardo alle esigenze di tutti i nostri clienti.

(3) definizione tratta dal portale Superabile.it

Ente Bilaterale
Nazionale Turismo

ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO – EBNT
Via Lucullo, 3
00187 Roma
Tel 06 42012372
Fax 06 42012404
www.ebnt.it - info@ebnt.it

FAITA FEDERCAMPING

FAITA FEDERCAMPING
Via Properzio, 5
00193 Roma
Tel 06 32111043
Fax 06 3200830
www.faita.it – nazionale@faita.it

V4A village for all

asd-aps Village for all tm
via Ravenna 784
44100 Gaibanella (FE)
Fax 0532 719036
www.villageforall.net - info@villageforall.net