



**MINISTERO  
DEL TURISMO**  
REPUBBLICA ITALIANA

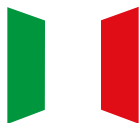
# GUIDA AL TURISMO ACCESSIBILE

## STRUMENTI E BUONE PRATICHE PER UN TURISMO APERTO A TUTTE E TUTTI



Quaderni  
dell'ASviS

14



**MINISTERO  
DEL TURISMO**  
REPUBBLICA ITALIANA

# **GUIDA AL TURISMO ACCESSIBILE**

**STRUMENTI E BUONE  
PRATICHE PER UN TURISMO  
APERTO A TUTTE E TUTTI**

Il Quaderno, curato e pubblicato dall'ASviS, è stato redatto da **Marta Grelli**, AD e fondatrice di Travelin, Cav. Al Merito della Repubblica Italiana, esperta di sostenibilità sociale.

**L'Alleanza italiana per lo Sviluppo Sostenibile ETS (ASviS)** è nata il 3 febbraio del 2016 su iniziativa della Fondazione Unipolis e dell'Università di Roma "Tor Vergata" ed è impegnata a diffondere la cultura della sostenibilità a tutti i livelli e a far crescere nella società italiana, nei soggetti economici e nelle istituzioni la consapevolezza dell'importanza dell'Agenda 2030 per realizzare gli Obiettivi di sviluppo sostenibile.

L'autrice rivolge un ringraziamento speciale ad alcune persone che, con la loro competenza in ambiti specifici del turismo accessibile, sono state fondamentali per la scrittura del libro.

A Sara Corda, socia fondatrice di Tactile Vision Lab, per la sua esperienza nella progettazione di percorsi accessibili in ambito culturale; a Carmen Bizzarri, Professoressa Associata in Geografia economica presso l'Università Europea di Roma e autrice di "Geografia e Turismo inclusivo", per il suo contributo accademico sui temi del turismo sostenibile e inclusivo; a Roberto Romeo, responsabile del Dipartimento MAUD - Mobilità, Accessibilità, Universal Design - della Rete Associativa ANMIC, per la sua competenza in materia di mobilità accessibile e normativa di settore; a Susanna Neuhold, Responsabile Qualità e Sicurezza Alimentare di AIC, per il suo prezioso apporto sull'accessibilità alimentare; e a Valentina Tomirotti, giornalista e presidente dell'associazione Pepitosa in Carrozza, per il suo attivismo instancabile a favore del turismo accessibile.

Un sentito grazie anche a Renata Garis, Alberto Grelli, Anna Grelli, Alessandra Ciardelli, Federica Lazzarotto, Mara La Verde, Laura Mongi, Christophe Sanchez, Giulio Lo Iacono e Nabil De Marco, per il costante incoraggiamento e supporto.

I Quaderni dell'ASviS rappresentano approfondimenti che offrono una lettura analitica su tematiche rilevanti per l'Agenda 2030, riflettendo il punto di vista degli autori e delle autrici e non necessariamente la posizione dell'intera Alleanza.

**Data di pubblicazione:** maggio 2026

ISBN 979-12-80634-52-8

La pubblicazione è a cura dell'ASviS - Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile ETS

**Responsabile collana:** Elita Viola

**Revisione editoriale:** Flavia Belladonna

**Progetto grafico e impaginazione:** Cristiana Focone, K For Business

Sede ASviS: Via Farini 17, 00185 Roma, [www.asvis.it](http://www.asvis.it)

# Indice

Prefazioni .....	7
------------------	---

## Parte 1

### **Il turismo accessibile: concetti, mercato e sistema**

<b>Cap. 1 - Non è una rampa. È un sistema.....</b>	<b>14</b>
--	-----------

Non è una rampa. È un sistema.....	14
------------------------------------	----

Il turismo accessibile, una definizione.....	15
--	----

Un mercato che il turismo non ha ancora imparato a guardare .....	16
---	----

Le cinque dimensioni: perché l'accessibilità non è binaria .....	17
--	----

Cosa cambia per le imprese che accettano questo cambio di prospettiva .....	19
---	----

<b>Cap. 2 - Un mercato grande e invisibile.....</b>	<b>22</b>
---	-----------

Il numero che nessuno ha ancora sommato .....	22
---	----

Perché i dati mancano: la storia di un mercato che non si è mai visto .....	22
---	----

Il valore economico: costruire una stima ragionata.....	23
---	----

La Silver Economy e il turismo accessibile: due mercati che si parlano .....	24
--	----

Da un mercato di progetti ad un mercato di imprese .....	24
--	----

Da un mercato di progetti ad un mercato di imprese .....	24
--	----

<b>Cap. 3 - Cinque barriere, mille viaggi mancati.....</b>	<b>26</b>
--	-----------

Dalla dimensione più affrontata a quella meno visibile .....	26
--	----

Fisica: le norme ci sono, ma non bastano.....	26
---	----

Visiva: il museo che non si può toccare .....	27
---	----

Uditiva: il sistema pensato solo per chi sente .....	28
--	----

Intellettiva e del neurosviluppo: nel dibattito è presente, nel mercato non ancora .....	28
--	----

Alimentare: la barriera che nessuno chiama barriera .....	29
---	----

<b>Cap. 4 - L'offerta esiste. Il metodo no... ..</b>	<b>31</b>
--	-----------

Il paradosso dell'offerta invisibile.....	31
---	----

Il problema delle autocertificazioni: quando la buona volontà non basta.....	31
--	----

Pianificare prima di agire: il principio che manca.....	32
---	----

Il mercato che non riesce a diventare mercato .....	32
---	----

La scheda verificata come standard minimo .....	34
---	----

<b>Cap. 5 - Le regole ci sono. Il problema è attuarle.....</b>	<b>35</b>
Un quadro normativo frammentato e parziale.....	35
La porta larga 80 cm. Quando la norma è già obsoleta.....	35
Poche norme, poche sanzioni: il circolo che non si rompe.....	36
L'EAA 2025: la prima norma che tocca il digitale .....	36
Il PNRR e l'accessibilità: come non perdere un'occasione.....	37
<b>Cap. 6 - Senza dati, l'accessibilità resta un'intenzione. ....</b>	<b>39</b>
11 anni senza ricerca: il prezzo dell'invisibilità.....	39
Il problema specifico italiano: quasi nessuno misura l'accessibilità .....	40
Misurare per migliorare: il ciclo che manca.....	40
Tecnologia e scalabilità: perché i progetti locali muoiono in tre anni .....	40
<b>Cap. 7 - Con la fiducia il viaggio parte.....</b>	<b>42</b>
Il costo invisibile dell'incertezza.....	42
Perché le persone con disabilità non si fidano delle informazioni .....	42
La paura di dichiarare l'inaccessibilità: il paradosso delle strutture turistiche .....	43
Chi guadagna la fiducia guadagna la fedeltà.....	43
<b>Cap. 8 - Un nuovo paradigma.. ....</b>	<b>45</b>
Sette cose che sappiamo adesso e che non si sapevano prima.....	45
Da qui in avanti: strumenti, non teorie .....	46

## Parte 2

### **Turismo accessibile: buone pratiche e strumenti**

<b>Cap. 9 - Strutture ricettive: alberghiero ed extra-alberghiero.....</b>	<b>48</b>
La camera accessibile è la più bella dell'hotel.....	48
Cos'è cambiato: design, tecnologia, formazione.....	49
La sezione extra-alberghiero: vincoli diversi, priorità diverse .....	50
Cosa replicare .....	51
Lista di implementazione: norma vs standard.....	53
Checklist operativa.....	55
<b>Cap. 10 - Ristorazione accessibile.....</b>	<b>56</b>
Mangiare fuori quando si ha la celiachia .....	56
Come funziona il programma AFC .....	57
Il falso mito da sfatare .....	58

Cosa replicare .....	58
Esigenze degli ospiti per ogni dimensione di accessibilità .....	59
Lista di implementazione: norma vs standard.....	60
Checklist operativa .....	61
<b>Cap. 11 - Natura e outdoor.....</b>	<b>63</b>
Il mare non è una passerella .....	63
Cosa rende Zero Barriere diverso da una spiaggia attrezzata.....	64
La lezione che non si trasferisce con una brochure.....	64
Cosa replicare .....	65
Esigenze degli ospiti per dimensione .....	66
Lista di implementazione: norma vs standard.....	67
Checklist operativa.....	68
<b>Cap. 12 - Cultura accessibile .....</b>	<b>69</b>
Il patrimonio culturale è di tutte e tutti. O quasi. ....	69
Cosa è stato fatto: quattro dimensioni, un sistema .....	70
Il lavoro di Tactile Vision e di Fondazione Paideia .....	71
Come funziona.....	73
L'accessibilità come principio fondativo, non come aggiunta.....	73
Cosa replicare .....	74
Esigenze degli ospiti per dimensione di accessibilità.....	75
Lista di implementazione: norma vs standard.....	76
Checklist operativa.....	77
<b>Cap. 13 - Fiere ed eventi culturali .....</b>	<b>79</b>
Uno Spazio di Quietè in mezzo a migliaia di persone.....	79
Come sono fatti gli Spazi di Quietè .....	80
Il fattore umano.....	81
Cosa replicare .....	82
Esigenze degli ospiti per dimensione .....	83
Lista di implementazione: norma vs standard.....	84
Checklist operativa .....	85
<b>Cap. 14 - Destinazioni e governance territoriale.....</b>	<b>86</b>
Una città che ha smesso di promettere e ha iniziato a misurare.....	86
Il contesto: da Capitale della Cultura a laboratorio dell'accessibilità.....	87
Come lavora Travelin: il metodo della misurazione verificata.....	87

I risultati: dal dato all'azione .....	88
Perché il caso di Bergamo è replicabile .....	89
Cosa replicare .....	90
Esigenze degli ospiti per dimensione .....	91
Lista di implementazione: norma vs standard .....	93
Checklist operativa .....	93
<b>Cap. 15 - Trasporti e mobilità .....</b>	<b>95</b>
Partire senza dover telefonare .....	95
Il caso: ENAC e due progetti che hanno cambiato il trasporto accessibile .....	95
Safety Briefing Card: le istruzioni di sicurezza in braille .....	97
L'obiettivo finale: autonomia, non assistenza .....	98
Cosa replicare .....	98
Esigenze degli ospiti per dimensione di accessibilità.....	99
Lista di implementazione: norma vs standard.....	100
Checklist operativa.....	101
<b>Cap. 16 - Accessibilità digitale .....</b>	<b>102</b>
Il sito non riesce a leggere i miei occhi.....	102
Il caso: AccessiBit e BWH Hotels Italia.....	102
Come è stato condotto l'intervento .....	103
Perché l'accessibilità digitale è un problema per tutto il settore turistico .....	104
Cosa replicare .....	104
Esigenze degli ospiti per dimensione .....	105
Lista di implementazione: norma vs standard.....	106
Checklist operativa.....	107
<b>Conclusioni e proposte concrete per un'Italia accessibile nei fatti .....</b>	<b>109</b>
Misurare prima, investire meglio .....	109
Comunicare in modo uniforme l'accessibilità nel turismo .....	110
Investire sulla filiera: senza ricerca e sviluppo non c'è scalabilità.....	111
Il quadro è chiaro. La scelta anche. ....	111
<b>Glossario - Raccoglie i termini tecnici, le sigle e i concetti specialistici utilizzati nel libro .....</b>	<b>112</b>
<b>Appendice - Normative .....</b>	<b>121</b>

## Prefazione

L'accessibilità nel turismo rappresenta oggi una leva strutturale per la competitività e la qualità dell'offerta, oltre che un elemento qualificante delle politiche di sviluppo sostenibile. Non si tratta esclusivamente di garantire condizioni di fruizione a specifiche categorie di utenti, ma di ripensare in chiave sistemica il funzionamento dell'intera filiera turistica, in coerenza con l'evoluzione della domanda e con le trasformazioni in atto nei territori.

In questo contesto, la "Guida al turismo accessibile" promossa da ASviS si segnala per un'impostazione che supera approcci settoriali o frammentati, proponendo una lettura organica del tema. Il volume evidenzia con chiarezza come l'accessibilità non possa essere ricondotta a singoli interventi o adempimenti, ma richieda un'integrazione coerente tra infrastrutture, servizi, informazione e organizzazione dell'offerta.

Di particolare interesse risulta l'impostazione della Guida, articolata in una prima parte di inquadramento e analisi del fenomeno e in una seconda parte a carattere operativo, orientata all'individuazione di strumenti e possibili ambiti di intervento per territori e operatori. Tale struttura consente di mettere in relazione la dimensione strategica con quella applicativa, offrendo una lettura complessiva del tema che tiene insieme domanda, offerta e organizzazione dei servizi.

In questo quadro, appare particolarmente rilevante il superamento di un approccio tradizionalmente limitato alla sola accessibilità fisica, a favore di una visione più ampia e articolata, che considera l'esperienza turistica nella sua interezza. L'adozione di un modello multidimensionale consente infatti di cogliere la pluralità dei fattori che incidono sulla fruizione, includendo, oltre agli aspetti infrastrutturali, anche quelli legati all'informazione, alla qualità dei servizi, alla gestione dei processi e alla capacità organizzativa dei territori.

Tale impostazione contribuisce a evidenziare come l'accessibilità non possa essere affrontata attraverso interventi puntuali o isolati, ma richieda un approccio integrato lungo l'intera filiera turistica, anche in relazione alla necessità di rendere le informazioni più affidabili, comparabili e utili ai fini delle scelte dei viaggiatori.

Particolarmente rilevante è, in tal senso, il richiamo al tema della qualità e dell'affidabilità delle informazioni e dei dati disponibili, nonché alla necessità di superarne l'attuale frammentazione. In assenza di informazioni chiare, verificabili e comparabili, l'accessibilità rischia infatti di rimanere una dichiarazione di principio, mentre la sua effettiva realizzazione passa attraverso la capacità di generare fiducia nei viaggiatori e di supportare decisioni consapevoli lungo tutte le fasi dell'esperienza.

In tale prospettiva, assume rilievo il progressivo rafforzamento di strumenti e modelli condivisi che consentano una lettura più omogenea e misurabile del fenomeno, favorendo al contempo il coordinamento tra livelli istituzionali e operatori della filiera.

L'accessibilità si configura così come un fattore abilitante trasversale, in grado di incidere sulla qualità complessiva del prodotto turistico e sulla sua capacità di intercettare segmenti di domanda in crescita, contribuendo al contempo alla destagionalizzazione e alla valorizzazione diffusa dei territori.

Il Ministero del Turismo considera questi aspetti centrali nell'ambito delle proprie linee di intervento, con l'obiettivo di accompagnare l'evoluzione del sistema verso modelli più integrati, affidabili e misurabili, in grado di rafforzare la competitività complessiva del settore.

La Guida si inserisce in questo quadro come uno strumento utile per orientare tale percorso, offrendo elementi di analisi e spunti operativi che possono contribuire a rendere l'accessibilità una componente stabile e riconoscibile del sistema turistico nazionale.

Direzione Generale Promozione,  
Investimenti e Innovazione per il Turismo  
Ministero del Turismo

## Prefazione

Il turismo accessibile è uno di quei temi su cui tutti concordano in linea di principio e quasi nessuno interviene in modo strutturale. Si dice che sia importante, si citano i dati, si organizzano convegni, si finanziano progetti. Poi il bando finisce, il progetto si chiude e la rampa installata con fondi europei rimane lì, sola, davanti a un ingresso che nessuno ha pensato di collegare al resto.

**Il problema non è la mancanza di buone intenzioni. È che le buone intenzioni, nel turismo come altrove, non producono sistema. Producono episodi.**

Questo libro nasce da una domanda precisa: perché un Paese che possiede il patrimonio culturale più denso al mondo, che è la destinazione europea più desiderata dai viaggiatori e dalle viaggiatrici con esigenze di accessibilità, continua a trattare l'accessibilità come un adempimento invece che come un vantaggio competitivo? La risposta non è semplice e Marta Grelli ha il merito di non semplificarla. Non c'è un colpevole unico, non c'è una soluzione tecnica che risolve tutto. C'è invece un sistema che si è formato per accumulo, di norme datate, di autocertificazioni non verificate, di dati assenti e che richiede un intervento altrettanto sistemico per cambiare forma.

Quello che colpisce, leggendo queste pagine, è la scelta di non partire dai diritti. Non perché i diritti non contano, contano, e sono il presupposto di tutto, ma perché **il discorso sui diritti, in Italia, ha già prodotto decenni di consenso verbale senza trasformazione reale**. Grelli sceglie di parlare il linguaggio del mercato, degli standard, della misurazione, della fiducia come variabile economica. È una scelta politica, non una resa: significa portare il tema dell'accessibilità nei luoghi in cui si prendono le decisioni che contano, con gli argomenti che in quei luoghi vengono ascoltati. Significa anche accettare che cambiare un sistema chiede di parlare a chi quel sistema lo gestisce, non solo a chi ne subisce le conseguenze.

Il concetto su cui il libro insiste con maggiore precisione è quello di **fiducia**. Non come valore astratto ma come condizione strutturale del funzionamento di un mercato. Un viaggiatore o una viaggiatrice con disabilità che non riesce a trovare informazioni verificabili su una struttura non è un consumatore difficile da soddisfare: è un consumatore razionale che risponde a un'asimmetria informativa reale. La soluzione non è chiedergli di fidarsi di più, è costruire un sistema in cui la fiducia sia giustificata dai dati. La distinzione sembra sottile ma le implicazioni operative non lo sono.

C'è anche un'onestà intellettuale in questo volume che vale la pena nominare: **l'ammissione esplicita che i dati mancano, che le stime sono ragionate ma non precise, che undici anni senza ricerca sistematica a livello europeo hanno lasciato un vuoto che un singolo studio non colma**. In un settore abituato a usare i numeri in modo impressionistico,

riconoscere i limiti della propria base empirica è già una posizione. In un campo in cui l'autocertificazione è diventata la norma, nel senso più letterale del termine, la differenza tra un dato dichiarato e un dato verificato non è un dettaglio tecnico, è la distanza tra un mercato che funziona e uno che continua a deludere chi ci si affida.

Vale anche la pena sottolineare la **struttura del volume**, che non è casuale. La prima parte costruisce un'argomentazione con la logica di chi sa che per cambiare le pratiche bisogna prima cambiare il modo in cui si legge il problema. La seconda parte traduce quella lettura in strumenti operativi. Non è un libro che si accontenta di descrivere lo stato delle cose, né uno che propone soluzioni senza aver capito le cause, e questa ambizione è già una presa di posizione.

Leggetelo se lavorate nel turismo e avete smesso di credere che l'accessibilità riguardi solo una minoranza. Leggetelo se lavorate nelle istituzioni e volete capire perché le norme che avete prodotto non stanno producendo i risultati attesi. Leggetelo se vi occupate di sostenibilità e non avete ancora messo l'inclusione al centro, non come capitolo a parte, ma come premessa.

Il turismo italiano ha la domanda, ha il patrimonio e ha, sparsa e frammentata, una parte dell'offerta. **Manca ancora il metodo per tenere insieme tutto questo.**

**Valentina Tomirotti**  
giornalista e blogger

## Prefazione

Il sistema italiano soffre ancora di un profondo malinteso: considerare l'accessibilità esclusivamente come una questione di barriere architettoniche e conformità normativa minima. Ma l'accessibilità non è un semplice "bollino" o un gesto di cortesia: è un **sistema multidimensionale** e una **leva strategica di competitività** per il turismo italiano.

La piena attuazione dei principi sanciti dall'**Agenda 2030 delle Nazioni Unite** rappresenta una grande sfida per garantire una reale qualità della vita e una competitività duratura al sistema Paese. In questa prospettiva, il **turismo** non può più essere considerato un settore isolato o accessorio, ma deve essere riconosciuto come un **potente catalizzatore di sviluppo sostenibile**, capace di integrare la crescita economica con la giustizia sociale. Questo volume nasce dall'esigenza di superare un'interpretazione parziale e ormai obsoleta dell'accessibilità, per troppo tempo limitata alla mera rimozione di barriere fisiche e alla simbologia della sedia a ruote. Siamo chiamati a un **profondo cambio di paradigma**: l'accessibilità è un sistema complesso che investe il diritto all'autonomia, alla dignità e alla fruizione della bellezza per ogni essere umano, senza distinzioni basate su caratteristiche fisiche, sensoriali, cognitive o alimentari.

**L'accessibilità turistica costituisce un pilastro imprescindibile per il raggiungimento di obiettivi globali di straordinaria rilevanza.** Essa incarna la promessa di un lavoro dignitoso e di una crescita inclusiva attraverso la valorizzazione di nuovi segmenti di mercato e la necessaria destagionalizzazione dei flussi. Richiede un impegno verso l'innovazione e la creazione di infrastrutture che adottino i principi della progettazione universale, garantendo che nessuno sia escluso dalla partecipazione alla vita culturale e sociale della nazione. Rendere una destinazione accessibile significa, in ultima analisi, trasformare il territorio in una comunità più vivibile e accogliente per tutta la cittadinanza, rispondendo a una responsabilità civile che precede e supera la logica del profitto.

**Le evidenze statistiche delineano uno scenario di portata globale:** 1,3 miliardi di persone convivono con forme di disabilità, una realtà che in Italia coinvolge potenzialmente oltre dieci milioni di viaggiatori. Tale mercato, alimentato anche dall'espansione della Silver Economy e dall'invecchiamento demografico, elegge il nostro Paese come la meta più desiderata d'Europa. Tuttavia, questa predilezione non può essere data per scontata. Essa richiede un'offerta strutturata che rifugga dalle promesse generiche e si fondi su dati oggettivi, verificati e comunicati con rigore metodologico.

Il percorso delineato in queste pagine propone una strategia operativa chiara: **è necessario misurare con precisione lo stato dell'arte per orientare gli investimenti verso le reali priorità del territorio**, abbandonando la frammentazione delle fonti in favore di

un linguaggio comunicativo uniforme a livello nazionale. Casi d'eccellenza come quelli del Museo Egizio di Torino, dell'Airport Hotel di Bergamo o del progetto Zero Barriere di San Vito Lo Capo dimostrano come la co-progettazione con i diretti interessati sia l'unica via per generare valore autentico. L'entrata in vigore dell'**European Accessibility Act** nel 2025 sancisce ulteriormente questa direzione, elevando l'accessibilità digitale a requisito legale e fattore di competitività imprescindibile. In sintesi, trasformare l'Italia nella destinazione meglio attrezzata d'Europa non è solo un traguardo economico, ma l'espressione di un Paese che sa accogliere la pluralità dei bisogni come una preziosa opportunità di rinnovamento e coesione.

**Marcella Mallen e Pierluigi Stefanini**

Presidenti ASviS

**PARTE I**

# **Il turismo accessibile: concetti, mercato e sistema**

## CAPITOLO 1

# Non è una rampa. È un sistema.

### Una studentessa danese, il 1968 e cinquant'anni di malinteso

Nel 1968, durante un seminario a Stoccolma, una studentessa di design danese di nome **Susanne Koefoed** vinse il concorso indetto da Rehabilitation International per la creazione del Simbolo Internazionale di Accesso (ISA - International Symbol of Access). Il suo disegno era essenziale: **una figura stilizzata seduta su una sedia a ruote**. L'anno successivo il simbolo fu adottato come International Symbol of Access, nel 1974 le Nazioni Unite diedero la propria conferma e da allora compare ovunque: porte, rampe, ascensori, parcheggi, bagni. **Quella figura ha prodotto effetti concreti**: ha reso visibile un bisogno che prima non aveva forma; ha dato un linguaggio comune a progettisti, amministratori e operatori in tutto il mondo; ha contribuito a rendere fisicamente accessibili spazi che altrimenti sarebbero rimasti preclusi. Vale la pena riconoscerlo, prima di mostrarne i limiti.

Il problema non è il simbolo in sé, è ciò che ha fatto al concetto di accessibilità nel corso di 50 anni. Quella figura seduta, immobile, con le braccia sui braccioli, è diventata la rappresentazione mentale dell'intera categoria. **Accessibilità ha finito per coincidere con la sedia a ruote**, la sedia a ruote con la disabilità e la disabilità, nel senso comune, si è ridotta a qualcosa di molto più piccolo e specifico di quello che è realmente.

Le conseguenze sono state tangibili. Per decenni politiche, norme e investimenti si sono concentrati quasi esclusivamente sulla dimensione fisica. Le persone con disabilità visiva, uditiva, intellettiva, del neurosviluppo o dello spettro autistico sono rimaste ai margini della progettazione. Chi soffre di allergie alimentari non è mai stato incluso nella definizione, le persone senior con limitazioni funzionali, le famiglie con bambini piccoli, chi si muove con le stampelle dopo un intervento: tutte categorie escluse di fatto da un sistema che si pensava costruito per tutte e tutti.

**Il simbolo non era sbagliato, era incompleto.** Ed è rimasto incompleto abbastanza a lungo da rendere normale la propria incompletezza.

## L'icona in evoluzione: dalla sedia a ruote ferma alla figura in movimento

Negli ultimi vent'anni sono emerse proposte per aggiornare o sostituire il simbolo originale. La più diffusa è quella dell'Accessible Icon Project, nato come linguaggio della street art a Boston nel 2010 dalla designer **Sara Hendren** e dal filosofo **Brian Glenney**. Il nuovo simbolo mostra una **figura protesa in avanti, con le braccia in movimento, che suggerisce autonomia** invece di staticità. La scelta non era casuale: il simbolo riprende il principio del movimento per i diritti delle persone con disabilità sintetizzato nella formula "nulla su di noi senza di noi". Non più un corpo da assistere ma un corpo che decide come muoversi nel mondo. Il simbolo è stato adottato da New York e dal Connecticut e da alcune grandi organizzazioni come il Museum of Modern Art, ma è stato rigettato dall'International Organization for Standardization e non ha ricevuto alcun riconoscimento globale ufficiale.

**Nel 2018 le Nazioni Unite hanno lanciato un proprio simbolo alternativo**, progettato dal Graphic Design Unit del Dipartimento dell'Informazione Pubblica di New York. **La figura con le braccia aperte inscritta in un cerchio** si ispira esplicitamente all'Uomo Vitruviano di Leonardo da Vinci: lo stesso corpo umano come centro e misura, lo stesso cerchio come simbolo di armonia universale. Il riferimento non è ornamentale. Rovesciare quella tradizione rinascimentale applicandola all'accessibilità era un gesto preciso: sottrarre la disabilità alla sfera del limite e collocarla dentro una visione di pienezza condivisa. Il simbolo originale rimane lo standard ISO. La discussione è aperta e il fatto stesso che esista racconta qualcosa sul disagio che quella figura immobile ha generato nel tempo.<sup>1</sup>

## Il turismo accessibile, una definizione

Il turismo accessibile rappresenta un approccio inclusivo al turismo: tutta la filiera turistica e l'intera esperienza di viaggio vengono progettate e sviluppate in modo che chiunque, indipendentemente dalle proprie caratteristiche fisiche, sensoriali, intellettive e del neurosviluppo o alimentari, possa viverlo in autonomia, con dignità e con il minor numero di barriere. Questa definizione riprende l'orientamento che integra il concetto di *Tourism for All* con i principi dell'*Universal Design*. Non si tratta di un segmento di mercato separato ma di una visione sistemica che riguarda l'intera catena del valore del turismo: dalla ricerca delle informazioni che servono a pianificare un viaggio alla prenotazione, dal trasporto all'alloggio, dall'esperienza culturale alla ristorazione.<sup>2</sup> Il turismo accessibile è stato riconosciuto come diritto dalla Convenzione ONU per i diritti delle persone con disabilità del 2006, che sancisce il diritto all'accessibilità degli ambienti fisici, dei trasporti, dell'informazione e dei servizi aperti al pubblico, nonché il diritto alla piena partecipazione alla vita culturale, alle attività ricreative e al turismo.<sup>3</sup> L'agenzia delle Nazioni Unite responsabile della promozione di un turismo responsabile, sostenibile e accessibile a livello globale è la United Nations World Tourism Organization (UNWTO).<sup>4</sup> Coordina le politiche turistiche internazionali e promuove

il turismo come motore di crescita economica e inclusione sociale. Con le Raccomandazioni sul Turismo Accessibile per Tutti del 2013, l'UNWTO ha tradotto questi principi in indicazioni operative per i governi e gli operatori, definendo l'accessibilità non come un servizio opzionale, bensì come una condizione necessaria per un turismo responsabile, sostenibile e competitivo.<sup>5</sup>

Successivamente il primo standard tecnico internazionale, ISO 21902:2021, ha infine formalizzato a livello globale i requisiti e le raccomandazioni dell'UNWTO per garantire la parità di accesso e di fruizione dei servizi turistici a tutte le persone con esigenze specifiche e di tutte le età.<sup>6</sup>

Le Raccomandazioni UNWTO sul Turismo Accessibile per Tutti e lo standard ISO 21902:2021 costituiscono il quadro internazionale di riferimento in materia di turismo accessibile.

## Un mercato che il turismo non ha ancora imparato a guardare

Nel 2001 l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha pubblicato l'ICF, la Classificazione Internazionale del Funzionamento, della Disabilità e della Salute. Il cambiamento concettuale è stato netto. La disabilità non è una caratteristica della persona ma il risultato del disallineamento tra ciò che una persona è in grado di fare e ciò che l'ambiente le chiede.

**Se cambia l'ambiente, cambia il livello di una persona con disabilità.** Una persona su una sedia a ruote in un edificio senza gradini non incontra nessuna barriera fisica, la stessa persona davanti a una scalinata incontra una barriera totale.

Per chi si occupa di turismo questa definizione ha una conseguenza diretta, infatti il numero di persone che possono avere esigenze specifiche in un contesto turistico è molto grande perché varia a seconda dell'ambiente, del momento della vita, dello spazio fisico o digitale che si attraversa.

I dati lo confermano. Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) **1,3 miliardi di persone nel mondo convivono con una forma significativa di disabilità**, il 16% della popolazione globale, una su sei. In Europa, le stime United Nations World Tourism Organization (UNWTO) indicano circa 80 milioni di persone con disabilità. In Italia, secondo il Rapporto annuale Istat 2025 citato dall'INPS, le persone con disabilità sono 2 milioni 904 mila, pari al 5% della popolazione, a questi si aggiungono 3,8 milioni di anziani con grave riduzione dell'autonomia nelle attività quotidiane (indagine europea sulla salute EHIS, ISTAT 2021). Non è una nicchia, è una città più grande di Roma.<sup>7</sup>

Queste cifre raccontano però solo una parte del mercato reale. Il concetto americano di **special needs** ha allargato il perimetro ben oltre la disabilità certificata. Include le persone senior con riduzione progressiva della vista, dell'udito, della mobilità, che spesso non sono riconosciute nella categoria persone con disabilità ma necessitano anch'esse di soluzioni specifiche. Include chi soffre di celiachia, circa l'1% della popolazione europea e chi soffre di allergie alimentari che provocano reazioni serie, definite da meccanismi

immunologici confermati, che riguarda una quota analoga della popolazione europea. Include le famiglie con bambini piccoli in passeggino, le persone con fratture temporanee, le donne in gravidanza.

Secondo i dati dell'European Network for Accessible Tourism (ENAT) il turismo accessibile rappresenta in Italia un mercato potenziale di oltre 10 milioni di viaggiatori e viaggiatrici. A livello europeo uno studio dell'Università del Surrey stima 133 milioni di turisti con esigenze di accessibilità, che generano un giro d'affari diretto superiore a 80 miliardi di euro. È un mercato ampio, in crescita strutturale anche per effetto dell'invecchiamento della popolazione e ancora in larga parte inesplorato dal sistema turistico italiano.<sup>8</sup>

## FOCUS ITALIA.

### Gli allergeni alimentari: un punto di forza da non sprecare

Tra i Paesi dell'Unione Europea, l'Italia ha sviluppato una sensibilità alla dimensione alimentare che non ha equivalenti altrove. Il Regolamento UE 1169/2011 ha introdotto l'obbligo di indicare i 14 principali allergeni su tutti gli alimenti preconfezionati e anche nella ristorazione. L'Italia ha implementato questi obblighi con anticipo e con una capillarità superiore alla media europea, in parte anche grazie alla tradizione culinaria che rende il ristoratore italiano in generale più attento e consapevole anche sui temi delle allergie e delle intolleranze.

Questo non significa che il sistema sia completo. La gestione delle contaminazioni crociate in cucina rimane spesso affidata alla buona volontà del singolo operatore, in assenza di protocolli condivisi e con una grande eterogeneità tra locali. Ma l'Italia, grazie a tanti ristoratori virtuosi che si sono impegnati seriamente con la formazione continua di tutto il personale e con una rigorosa organizzazione, ha una base da cui partire che altri Paesi non hanno. Valorizzarla come asset strategico del turismo accessibile sarebbe una scelta di posizionamento precisa: quella di un Paese in cui il viaggiatore con celiachia o allergie può trovare più garanzie che altrove. È un'opportunità che il settore non ha ancora saputo tradurre in comunicazione.<sup>8</sup>

## Le cinque dimensioni: perché l'accessibilità non è binaria

Il problema del simbolo della sedia a ruote non è solo che ha ristretto il perimetro della disabilità. È che ha indotto a pensare che l'accessibilità fosse una condizione binaria: o c'è la rampa, quindi il posto è accessibile, o non c'è, quindi non lo è.

Questa logica non è solo incompleta, è attivamente dannosa, perché permette a **strutture e operatori di dichiararsi accessibili sulla base di un solo intervento, mentre ignorano tutto il resto**. Un hotel può avere rampe e ascensori impeccabili e un sito web che ha uno *screen reader*, cioè un programma usato da persone con disabilità visiva che converte il testo e gli elementi visivi di una pagina in voce sintetizzata, ma una persona sorda non riesce a comunicare con la reception; un ristorante può essere perfettamente attrezzato

a gestire gli allergeni e non avere alcun supporto per persone cieche. Le esigenze delle diverse dimensioni non si sommano in un'unica risposta universale, a volte si affiancano, a volte si contraddicono. Il lavandino progettato per consentire l'avvicinamento frontale di una sedia a ruote può risultare troppo alto per una persona con nanismo. L'ambiente senza barriere fisiche che aiuta chi ha difficoltà fisiche è spesso privo di informazioni tattili o audio per chi non vede.

**Il turismo accessibile lavora su cinque dimensioni.** Non sono categorie accademiche, sono le cinque aree in cui si concentrano le barriere reali che i viaggiatori e le viaggiatrici incontrano ogni giorno nel sistema turistico italiano. Nominarle significa rendere esplicite le diverse forme che le barriere possono assumere.

### **1. FISICA - La più affrontata, ma spesso in modo parziale**

Riguarda le limitazioni nella mobilità fisica, che spaziano da chi usa la sedia a ruote a chi ha difficoltà fisiche temporanee a seguito di un intervento, da chi usa stampelle a chi ha una disabilità agli arti superiori. È la dimensione su cui il sistema turistico ha investito di più negli ultimi 30 anni ed è quella su cui i progressi sono più visibili. Non completi, però. La porta di una camera considerata come accessibile che misura 80 cm, in linea con la normativa italiana DM 236/1989, non è sufficiente per far passare una sedia a ruote elettrica moderna che ne richiede almeno 90. Questo dimostra come il progresso normativo non abbia tenuto il passo con l'evoluzione degli ausili.

### **2. VISIVA - Quasi assente dal sistema ricettivo italiano**

Riguarda le persone cieche, ipovedenti e con disabilità visive progressive. Nel sistema ricettivo italiano questa dimensione è quasi completamente ignorata. I dati Istat 2022 sui musei italiani non sono confortanti: solo il 7,7% dispone di mappe tattili orientative, solo il 9,5% ha percorsi tattili. Una persona che non vede può entrare fisicamente in moltissimi spazi turistici italiani. Ma nella maggior parte dei casi, una volta dentro, non ha alcun modo strutturato per orientarsi, leggere lo spazio o viverlo in autonomia. Va detto che i finanziamenti del PNRR hanno spinto molti musei ad avviare interventi concreti su questo fronte: percorsi tattili, audiodescrizioni, riproduzioni tridimensionali delle opere. Si tratta di un segnale positivo, anche se la trasformazione è ancora parziale e disomogenea sul territorio.<sup>9</sup>

### **3. Uditiva - Poco presente nel dibattito del settore turistico**

Riguarda le persone sorde, ipoacusiche e con perdita progressiva dell'udito. La Lingua Italiana dei Segni (LIS) è stata riconosciuta dallo Stato italiano solo nel 2021 e questo ritardo si sente nel sistema turistico. Solo il 4,4% dei musei italiani offre video in LIS e nei sistemi di prenotazione quasi nessuno prevede modalità alternative alla comunicazione telefonica. Una persona sorda che vuole prenotare assistenza su un

treno o segnalare un'allergia al ristorante si scontra con sistemi pensati esclusivamente per chi sente.<sup>10</sup>

#### **4. INTELLETTIVA E DEL NEUROSVILUPPO - Presente nel dibattito politico, ma ancora poco considerata nel mercato turistico**

Riguarda le persone con disabilità intellettive, del neurosviluppo, dello spettro autistico, con Disturbi Specifici dell'Apprendimento (DSA) e, più in generale, chi ha bisogni comunicativi complessi o difficoltà di elaborazione in ambienti ad alto carico sensoriale. Nel dibattito politico, soprattutto a partire dal lavoro del Ministero per le Disabilità, questa dimensione è oggi molto presente. Nel mercato turistico operativo il divario rispetto alle altre dimensioni rimane ampio. Solo il 10,8% dei musei italiani ha percorsi dedicati a persone con disabilità intellettive e del neurosviluppo, solo l'1,7% dispone di strumenti di Comunicazione Aumentativa Alternativa (CAA). Si stima che in Italia circa 600.000 persone siano nello spettro autistico e molte famiglie rinunciano a viaggiare per la mancanza di ambienti strutturati e comunicazioni accessibili e comprensibili.<sup>11</sup>

#### **5. ALIMENTARE - Ignorata dalla definizione tradizionale di accessibilità, presente nella vita reale**

Riguarda le persone con allergie alimentari, celiachia, intolleranze certificate e necessità dietetiche che hanno conseguenze sulla salute, non preferenze personali. Per un viaggiatore celiaco un menù che non indica gli allergeni non è un inconveniente trascurabile, è un rischio per la salute concreto e documentato. Questa dimensione è quasi completamente assente dalla letteratura accademica sul turismo accessibile e dalle politiche del settore. Eppure, milioni di persone la vivono ogni volta che mangiano fuori casa durante un viaggio.



*L'accessibilità non è uno stato, è un livello misurabile su cinque dimensioni. Nessuna struttura è accessibile in assoluto ma ha un profilo che indica cosa funziona, per chi e su quale dimensione. Solo chi tratta l'accessibilità come sistema e non come bollino può trasformarla da vincolo a vantaggio competitivo.*

## Cosa cambia per le imprese che accettano questo cambio di prospettiva

Quando si accetta che l'accessibilità sia un sistema di livelli misurabili su cinque dimensioni, cambia radicalmente il modo in cui un'impresa turistica dovrebbe pensare al proprio posizionamento. **Non esiste più la scelta binaria tra essere o non essere accessibili, esiste invece un profilo di accessibilità**, preciso e graduato, che ogni struttura possiede, che lo sappia o no e che può essere migliorato progressivamente.

Un hotel che ha installato la rampa ma non ha un menù con gli allergeni indicati, non offre segnaletica tattile e non ha pensato a come accogliere un ospite con autismo non è accessibile, ha risolto un quinto del problema e ignorato gli altri quattro. Un ristorante con due tavoli accessibili alla sedia a ruote ma incapace di gestire la contaminazione crociata si trova in una situazione paradossale: ha fatto un investimento reale ma non riesce a trarne vantaggio commerciale. Non dispone di un linguaggio preciso per comunicarlo perché non sa dire *“sono accessibile per persone con disabilità motoria ma non per esigenze alimentari”* e il viaggiatore che cerca entrambe le cose o non trova il ristorante o lo trova e rimane deluso sulla parte alimentare. L'investimento diventa invisibile, non perché non esista, ma perché il sistema non ha ancora gli strumenti per descriverlo in modo preciso e credibile.

**Il profilo di accessibilità sostituisce la logica binaria con una visione graduata, misurabile e migliorabile.** Non chiede alla struttura di essere perfetta su tutto prima di poter comunicare qualcosa, chiede di essere precisa su ciò che ha e di avere un percorso chiaro per migliorare ciò che non ha ancora. Un albergo con accessibilità fisica all'80%, alimentare al 60%, visiva al 10% e con le altre dimensioni ancora da sviluppare non è inaccessibile. È una struttura con un profilo definito che un viaggiatore con disabilità motoria può, valutandone i dati oggettivi, decidere se prenotare. È una struttura con un percorso di miglioramento chiaramente identificabile. È una struttura con dati comunicabili in modo credibile sulle Online Travel Agencies (OTA).

Lo standard internazionale ISO 21902:2021 ha formalizzato questa logica a livello globale, fornendo requisiti e raccomandazioni per operatori, designer e *policy maker* in 55 paesi. Il punto di partenza è lo stesso per tutti: smettere di pensare all'accessibilità come ad una rampa e iniziare a pensarla come ad un sistema.<sup>12</sup>



*L'icona della sedia a ruote ha reso visibile un bisogno reale ma ha reso invisibili quattro bisogni su cinque. Il sistema turistico sta ancora pagando il prezzo di quella riduzione. La buona notizia è che misurare l'accessibilità su tutte e cinque le dimensioni non richiede più risorse, richiede un metodo diverso.*

## NOTE - CAPITOLO 1

---

- <sup>1</sup> Rehabilitation International, International Symbol of Access, 1969. Accessible Icon Project, [accessibleicon.org](https://accessibleicon.org), 2010. UN Department of Public Information, comunicato stampa GA/SM/191, 2018. ISO 7001:2007 (rev. 2019), Graphical symbols. Public information symbols.
- <sup>2</sup> OMS, Global Report on Health Equity for Persons with Disabilities, 2023, cap. 1 “The global picture”, p. 6. UNWTO, Recommendations on Accessible Tourism, 2013, p. 8. INPS, Consiglio di Indirizzo e Vigilanza, Disabilità e non autosufficienza nel percorso della Riforma, 2025, p. 21. ISTAT, La disabilità in Italia, 2021, tab. 1.1, p. 14.
- <sup>3</sup> ENAT / Village for All, dati di mercato Italia citati in Commissione Europea, Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe, 2014, p. 22. Università del Surrey, studio sul turismo accessibile europeo, citato in Confcommercio, Turismo accessibile: opportunità e sfide, 2024, p. 7. ISS, *Celiachia: epidemiologia nel mondo*, [epicentro.iss.it/celiachia/epidemiologia-mondo](https://epicentro.iss.it/celiachia/epidemiologia-mondo). Nwaru BI et al., “Frequency of food allergy in Europe: an updated systematic review and meta-analysis”, *Allergy*, vol. 77, n. 11, 2022, [doi.org/10.1111/all.15560](https://doi.org/10.1111/all.15560).
- <sup>4</sup> Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio, 25 ottobre 2011, art. 9 e allegato II. Associazione Italiana Celiachia, dati epidemiologici 2024, [aic.it/la-celiachia/epidemiologia](https://aic.it/la-celiachia/epidemiologia).
- <sup>5</sup> Istat, Accessibilità di musei, biblioteche e archivi, 2022, tab. 2.3, p. 18.
- <sup>6</sup> Istat, Accessibilità di musei, biblioteche e archivi, 2022, tab. 2.4, p. 19. Legge 5 maggio 2021, n. 42, G.U. n. 109 dell'8 maggio 2021.
- <sup>7</sup> Istat, Accessibilità di musei, biblioteche e archivi, 2022, tab. 2.6, p. 21; tab. 2.7, p. 22. Autism Europe, Autism in Numbers, 2023, [autismeurope.org/about-autism/autism-in-numbers](https://autismeurope.org/about-autism/autism-in-numbers).
- <sup>8</sup> ISO 21902:2021, Tourism and Related Services. Accessible Tourism for All. Requirements and Recommendations, International Standards Organisation, prima edizione 2021, [iso.org/standard/72408.html](https://iso.org/standard/72408.html).
- <sup>9</sup> UNWTO, *Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices*, Module V, Madrid, 2016
- <sup>10</sup> Nazioni Unite, Convenzione sui diritti delle persone con disabilità, adottata dall'Assemblea Generale con risoluzione A/RES/61/106 del 13 dicembre 2006, artt 9 e 30; ratificata dall'Italia con Legge 18/2009
- <sup>11</sup> UNWTO, *Recommendations on Accessible Tourism for All*, A/RES/598(XIX), Gyeongju, agosto 2013,
- <sup>12</sup> ISO 21902:2021, *Tourism and Related Services - Accessible Tourism for All - Requirements and Recommendations*, International Organization for Standardization, prima edizione 2021.

## CAPITOLO 2

# Un mercato grande e invisibile.

### Il numero che nessuno ha ancora sommato

**Quante persone in Italia hanno esigenze specifiche quando viaggiano?** La risposta dipende da cosa si considera. Se si considerano solo le persone con disabilità certificata si arriva a 3 milioni 150 mila, circa il 5,2% della popolazione secondo i dati Istat del 2019. Se si aggiungono le persone senior con limitazioni funzionali il numero cresce in modo significativo. Infatti, secondo le proiezioni Eurostat, la quota di persone con limitazioni funzionali cresce significativamente con l'età e le proiezioni demografiche europee indicano che nei prossimi decenni le fasce d'età più longeve, quelle in cui le limitazioni funzionali sono più diffuse, cresceranno in modo significativo in tutta Europa.

Se si includono le persone con allergie e intolleranze alimentari certificate, i celiaci diagnosticati (circa 600.000 in Italia, ma probabilmente più del doppio quelli non diagnosticati), chi ha disabilità temporanee, le donne in gravidanza e le famiglie con passeggini, si arriva ad una stima ragionata che supera il 20% della popolazione.

Non si tratta di un numero preciso, ma di una stima che si basa su fonti pubbliche, con tutti i limiti che questo comporta. Ma è utile proprio perché è grande e dimostra che **il turismo accessibile non è una nicchia, ma un mercato che riguarda una persona su cinque**. E che il sistema turistico italiano ha quasi interamente ignorato.<sup>13</sup>

### Perché i dati mancano: la storia di un mercato che non si è mai visto

C'è una ragione precisa per cui i dati sul turismo accessibile sono scarsi, frammentati e spesso incomparabili tra loro: per decenni, la disabilità è stata trattata come un problema sociale, non come un segmento di mercato. Da questa impostazione è derivata una conseguenza diretta: **l'assenza di investimenti nella ricerca**. La ricerca di mercato, infatti, si sviluppa quando esiste un mercato da comprendere e misurare. Nel caso della disabilità, per lungo tempo, non si è ritenuto che questo mercato esistesse davvero.

**Si tratta di un meccanismo circolare.** Senza dati non c'è visibilità del mercato, senza visibilità non arrivano investimenti, senza investimenti non si costruisce offerta e senza offerta la domanda rimane invisibile e non misurabile. È un circolo che si è iniziato a rompere solo negli ultimi anni, quando alcuni attori privati hanno cominciato a guardare al turismo accessibile come ad un'opportunità economica reale e non soltanto come ad un obbligo normativo o ad un'iniziativa di responsabilità sociale.

La Commissione Europea ha prodotto un grande studio sul turismo accessibile europeo nel 2014. Per 11 anni, fino al 2025, non c'è stato nessun aggiornamento su scala comparabile. Nel giugno

2025 MMGY Travel Intelligence, in partnership con ENAT e World Travel & Tourism Council (WTTC), ha pubblicato il primo studio di questa portata in più di un decennio: 3.473 persone intervistate in cinque mercati europei, Italia inclusa. I risultati confermano quello che molti operatori del settore sapevano per esperienza e cioè che **il mercato è grande, la domanda è insoddisfatta e le barriere principali non sono fisiche ma informative.**<sup>14</sup>

## I DATI DEL 2025.

### Il primo studio europeo in 11 anni

Il report MMGY/ENAT/WTTC del giugno 2025 è il documento di riferimento più aggiornato disponibile sul mercato europeo del turismo accessibile da cui tre dati emergono con forza. Primo, il 46% delle viaggiatrici e dei viaggiatori europei con esigenze di accessibilità fa almeno un viaggio all'estero all'anno ma quasi tutti incontrano barriere prima ancora di partire, nella fase di pianificazione e prenotazione. Secondo, oltre l'80% delle viaggiatrici e dei viaggiatori ha riscontrato problemi durante il trasporto nel viaggio più recente. Terzo, l'Italia è la destinazione europea più desiderata, il 40% delle persone intervistate la indica come prima scelta.

Quest'ultimo dato merita attenzione, l'Italia è la meta più desiderata da chi viaggia con esigenze di accessibilità in Europa. Non è un traguardo, è una responsabilità. Un mercato che ci sceglie in modo sproporzionato rispetto alla nostra capacità di accoglierlo è un'opportunità che non possiamo permetterci di sprecare.<sup>15</sup>

## Il valore economico: costruire una stima ragionata

Quanto vale il turismo accessibile a livello globale? La cifra che circola con maggiore frequenza negli ultimi anni è quella del trilione di dollari, cioè **un mercato potenziale da 1.000 miliardi**. È una stima, non è un dato verificato ma è una stima costruita su basi solide. Lo studio dell'Università del Surrey cita 133 milioni di turiste e turisti europei con esigenze di accessibilità, che generano un giro d'affari diretto superiore a 80 miliardi di euro solo in Europa. Se si estende il calcolo su scala globale includendo i mercati nordamericano, asiatico e latinoamericano e se si considera il moltiplicatore economico del turismo (ogni euro speso direttamente ne genera altri nell'indotto), si arriva a ordini di grandezza intorno al trilione di dollari. Non è un numero preciso, è un segnale di scalabilità.

Per **l'Italia**, la stima di ENAT parla di oltre **10 milioni di viaggiatrici e viaggiatori potenziali con esigenze di accessibilità**. Se ognuno di questi spendesse anche solo 500 euro a viaggio, il mercato varrebbe **5 miliardi di euro**. I dati MMGY mostrano che le viaggiatrici e i viaggiatori con esigenze di accessibilità spendono mediamente tra il 10 e il 30% in più degli altri viaggiatori per coprire i costi aggiuntivi legati alla propria condizione: trasporti adattati, accompagnatori, strutture specifiche. È un mercato che non solo è grande, è un mercato che spende di più.<sup>16</sup>

## La Silver Economy e il turismo accessibile: due mercati che si parlano

C'è un segmento che amplifica tutto questo, la cosiddetta **Silver Economy, ovvero l'economia dell'invecchiamento che rappresenta uno dei mercati in più rapida crescita in Europa**. Le persone senior hanno tempo libero, disponibilità economica spesso superiore alla media e una propensione al viaggio che non diminuisce con l'età, diminuisce, semmai, la capacità di viaggiare in presenza di barriere. Una persona senior che diventa ipovedente e che non si registra in nessun elenco di disabilità ha comunque bisogno di segnaletica ad alto contrasto, di testi leggibili e di percorsi segnalati in modo chiaro. Una persona senior con difficoltà fisiche non è necessariamente in sedia a ruote ma ha bisogno di meno gradini, di corrimano, di superfici non scivolose.

Le esigenze della *Silver Economy* e quelle del turismo accessibile si sovrappongono in modo molto preciso. **Investire nell'accessibilità non significa scegliere tra il mercato delle persone con disabilità e il mercato delle persone senior, significa costruire un'offerta che funziona per entrambi e per tutti gli altri nel mezzo**. Inoltre, è un investimento che si valorizza nel tempo, man mano che la popolazione invecchia.

C'è anche un dato sulla destagionalizzazione che il settore turistico fatica ancora a vedere. I viaggiatori con esigenze di accessibilità tendono a preferire i periodi di meno affollamento, permanenze medie più lunghe, scelta della bassa stagione, flessibilità sulle date. Non perché amino meno l'alta stagione ma perché ambienti meno congestionati sono spesso ambienti più accessibili.

Una struttura che investe nell'accessibilità non attrae solo un cliente aggiuntivo, attrae un cliente che torna, che porta altri e che viaggia quando gli altri non viaggiano, favorendo la destagionalizzazione dei territori.<sup>17</sup>

## Da un mercato di progetti ad un mercato di imprese

Fino a pochi anni fa, l'accessibilità nel turismo era un tema quasi esclusivamente riservato al terzo settore, in particolare alle associazioni di persone con disabilità, ai centri di ricerca e ai progetti finanziati da fondi pubblici o europei. Si tratta di un ambito nato da intenzioni positive e in cui sono stati realizzati interventi di qualità. Tuttavia, il terzo settore presenta un limite strutturale perché spesso ha la difficoltà di far crescere queste iniziative oltre il contesto locale in cui nascono. Un progetto locale, finanziato da un bando triennale, produce risultati locali e temporanei e quando il bando finisce spesso si esaurisce anche il servizio.

Negli ultimi anni qualcosa sta cambiando. **L'accessibilità ha iniziato ad entrare nel radar delle imprese private** che la vedono non più come un obbligo sociale ma come un'opportunità di mercato. Questo cambio di prospettiva ha un effetto diretto perché dove si muovono i soldi si muove l'innovazione, dove c'è concorrenza si abbassano i costi e si migliorano i prodotti, dove c'è un mercato le persone con disabilità cessano di essere solo beneficiari di servizi e diventano clienti con diritti. Non si tratta di mettere in discussione il valore del terzo settore, che rimane fondamentale nella costruzione di *advocacy* e nella ricerca e nell'erogazione di servizi che il mercato non raggiunge. Piuttosto, si tratta di riconoscere la transizione verso un modello misto in cui pubblico, terzo

settore e privato collaborano, in linea con l'obiettivo 17 dell'Agenda ONU 2030. Questa condizione è necessaria per fare dell'accessibilità qualcosa di sistemico e duraturo. In Italia questa transizione è stata riconosciuta anche a livello istituzionale.



***Il turismo accessibile non riguarda una nicchia: è il 20% della popolazione, è un mercato che spende di più e viaggia fuori stagione. L'Italia è la destinazione preferita d'Europa e il problema non è la domanda, è l'offerta che non è ancora attrezzata per risponderle.***

## NOTE - CAPITOLO 2

---

- <sup>13</sup> Istat, La disabilità in Italia, 2021, tab. 1.1, p. 14. Eurostat, Population with disability, 2024, dataset hlth\_silc\_12, ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population\_with\_disability. Eurostat, Ageing Europe, edizione 2023, ec.europa.eu/eurostat/web/ageing-europe. AIC, Report epidemiologico celiachia in Italia, 2024, aic.it/la-celiachia/epidemiologia.
- <sup>14</sup> Commissione Europea, Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe, 2014, ec.europa.eu/docsroom/documents/5566. MMGY Travel Intelligence / ENAT / WTTC, Portrait of European Travellers with Mobility and Accessibility Needs, giugno 2025, p. 4 (nota metodologica).
- <sup>15</sup> MMGY Travel Intelligence / ENAT / WTTC, Portrait of European Travellers with Mobility and Accessibility Needs, giugno 2025: p. 12 (quota viaggi internazionali), p. 18 (barriere trasporto), p. 24 (Italia destinazione preferita). Campione: 3.473 intervistati in UK, Francia, Germania, Italia, Spagna.
- <sup>16</sup> Università del Surrey, studio sul turismo accessibile europeo, citato in Confcommercio, Turismo accessibile: opportunità e sfide, 2024, p. 7. ENAT / Village for All, stima mercato potenziale Italia. MMGY/ENAT/WTTC 2025, pp. 36-38 (dati sulla spesa media).
- <sup>17</sup> Regione Emilia-Romagna, Turismo accessibile: analisi della domanda e dell'offerta, 2021, turismo.regione.emilia-romagna.it. Commissione Europea, The Silver Economy, Rapporto finale, 2018, ec.europa.eu.

## CAPITOLO 3

# Cinque barriere, mille viaggi mancati.

### Dalla dimensione più affrontata a quella meno visibile

Per comprendere a che punto sia arrivata l'accessibilità nel settore del turismo italiano è utile **osservare le sue cinque dimensioni nell'ordine in cui il sistema le ha affrontate**, dalla più normata alla meno considerata. Questa sequenza racconta 50 anni di politiche, investimenti e attenzione selettiva.

In testa si colloca la dimensione fisica: rampe, ascensori, bagni attrezzati, percorsi privi di gradini. È la dimensione su cui esistono norme, su cui vengono effettuati sopralluoghi e per la quale sono disponibili dati. Non è risolta ma almeno è in parte misurata. Segue la dimensione alimentare, entrata nel dibattito pubblico grazie alla normativa europea sugli allergeni ma ancora lontana da una gestione sistematica nella ristorazione. Viene poi la dimensione visiva, ancora quasi assente dal sistema ricettivo. Successivamente si colloca la dimensione uditiva, spesso ignorata dalla maggior parte degli operatori. In fondo alla scala si trova la dimensione intellettuale e del neurosviluppo, presente nel dibattito politico ma ancora quasi del tutto assente nelle pratiche operative del settore turistico italiano.

Seguire questa sequenza non è un esercizio accademico, è il modo più diretto per capire dove investire e perché.

### Fisica: le norme ci sono, ma non bastano

Il DM 236/1989 stabilisce i requisiti minimi per l'accessibilità degli edifici in Italia. Oltre 30 anni di applicazione hanno prodotto risultati visibili, infatti la maggior parte delle strutture ricettive nuove e ristrutturate possiede almeno una camera accessibile, ascensori e percorsi senza gradini. I musei italiani, secondo i dati Istat del 2022, hanno adattamenti per persone con disabilità motorie nel 75,7% dei casi. È il dato più alto tra le cinque dimensioni ed è il risultato di decenni di normativa specifica.

**I progressi sono visibili ma non completi.** A livello globale, uno studio su oltre 31.000 hotel nelle 100 città più turistiche del mondo mostra che le dotazioni per persone con disabilità sensoriali come segnaletica in Braille, percorsi tattili, audioguide strutturate, sono presenti in meno del 5% delle strutture. Il dato italiano non si discosta dalla media.<sup>18</sup>

**Il problema è che la norma è ferma al 1989.** Le sedie a ruote elettriche moderne, più larghe e più pesanti di quelle manuali degli anni '80, richiedono porte di almeno 90 cm, mentre la norma prevede 80 cm. Il bagno accessibile standard, dimensionato per la sedia

a ruote manuale di un adulto di taglia media, è inutilizzabile per chi usa una sedia a ruote sportiva o una sedia a ruote elettronica di taglia XL. **La norma ha cristallizzato uno standard che la tecnologia ha superato.**

A questo si aggiunge un problema applicativo: le ispezioni sono rare e le sanzioni quasi inesistenti. Un hotel che dichiara di avere una camera accessibile senza che nessuno verifichi le misure reali non rischia nulla, perché il sistema si basa sull'autocertificazione e l'autocertificazione senza verifica equivale ad una promessa senza garanzie.<sup>19</sup>

## Visiva: il museo che non si può toccare

Prendete il museo più bello d'Italia. Entrate. Ora immaginate di non vedere. Cosa rimane dell'esperienza? Le didascalie non servono. Le audioguide, quando presenti, descrivono ciò che non si riesce a vedere. Le riproduzioni tattili, in molti casi, non esistono. I pannelli interattivi, spesso, non sono compatibili con gli *screen reader*. **Il museo è fisicamente accessibile: si può entrare. Ma entrare non equivale a fruire dell'esperienza.**

I dati Istat 2022 fotografano questa situazione con precisione: il 7,7% dei musei italiani possiede mappe tattili orientative e il 9,5% possiede percorsi tattili. Sono percentuali basse in assoluto, sono percentuali bassissime per un Paese che possiede il patrimonio culturale più ricco al mondo per densità. L'Italia ha più musei di qualsiasi altro Paese europeo e la quasi totalità di questi musei è inaccessibile per chi non vede.

Il contrasto più utile per capire questa distanza non è con il Nord Europa, che ha un patrimonio storico e culturale diverso, ma con Vienna, che nel 2025 ha vinto l'Access City Award europeo proprio grazie alla profondità degli investimenti sull'accessibilità sensoriale nei suoi musei e nei suoi spazi culturali. Vienna non parte da condizioni più favorevoli: ha un numero di edifici storici comparabile con quello di Roma o Firenze. La differenza sta nelle scelte fatte. Ha deciso di investire in modo diverso.<sup>20</sup>

### VIENNA, ACCESS CITY AWARD 2025.

#### Cosa significa essere la città più accessibile d'Europa

Vienna ha vinto l'Access City Award 2025, il riconoscimento europeo alle città che hanno sviluppato le politiche di accessibilità più avanzate. Il premio non riguarda solo l'abbattimento delle barriere fisiche ma valuta l'accessibilità sensoriale, informativa, digitale, intellettuale e del neurosviluppo. Vienna ha sviluppato il sistema *Vienna for All*, che mappa e certifica l'accessibilità delle attrazioni turistiche su tutte le dimensioni di accessibilità, con dati verificati e aggiornati annualmente. Si tratta di un sistema pubblico, finanziato dalla città, che permette a qualsiasi viaggiatore di pianificare la propria visita sapendo precisamente cosa troverà. Il principio è lo stesso di cui avrebbe bisogno l'Italia: non limitarsi a dichiarare l'accessibilità in modo non sistemico ma misurarla e comunicarla in modo chiaro.<sup>21</sup>

## Uditiva: il sistema pensato solo per chi sente

La dimensione uditiva, quella su cui il sistema turistico italiano ha prodotto meno riflessione, non è necessariamente quella che coinvolge il maggior numero di persone ma è quella in cui **il divario tra bisogni e offerta è più sistematico**. Gran parte del sistema di informazione, orientamento e prenotazione nel turismo italiano è infatti progettato per persone che sentono.

Prenotare assistenza su un volo richiede una telefonata; segnalare un'esigenza specifica al ristorante richiede di poterlo comunicare; il personale di un hotel, nella maggior parte dei casi, non ha ricevuto nessuna formazione sulla comunicazione con persone sorde; le audioguide dei musei non hanno trascrizioni; le informazioni ai gate degli aeroporti sono prevalentemente sonore. La LIS, riconosciuta come lingua ufficiale in Italia solo nel 2021, è presente nel 4,4% dei musei e non è uno standard in nessuna delle principali catene alberghiere italiane.

**Non si tratta di un problema di risorse, ma di un problema di progettazione.** Un sistema di prenotazione con un canale scritto non costa di più di uno solo telefonico; una trascrizione dell'audioguida non richiede opere murarie; la formazione del personale ha un costo ma produce valore nel tempo. Quasi tutto quello che serve alla dimensione uditiva si risolve con attenzione, non con il cemento.<sup>22</sup>

## Intellettiva e del neurosviluppo: nel dibattito è presente, nel mercato non ancora

La dimensione intellettiva e del neurosviluppo è quella in cui **il divario tra consapevolezza politica e realtà operativa è più grande**. Il Ministero per le Disabilità ha inserito la disabilità intellettiva e del neurosviluppo al centro della propria agenda e le associazioni che lavorano con persone con disturbi dello spettro autistico (ASD), con disabilità intellettive e del neurosviluppo, con DSA, hanno costruito nel tempo competenze e strumenti preziosi. Il dibattito pubblico è cresciuto.

Nel turismo operativo, il dibattito non si è ancora tradotto in offerta concreta. Solo il 10,8% dei musei italiani ha percorsi dedicati a persone con disabilità intellettive e del neurosviluppo; quasi nessuna struttura ricettiva possiede materiali in linguaggio semplificato o *Easy to Read*; i sistemi di prenotazione non sono progettati per chi presenta difficoltà di elaborazione; gli eventi culturali di massa non prevedono spazi di decompressione sensoriale.

**Alcune delle soluzioni per questa dimensione sono tra le meno costose in assoluto.**

La cosiddetta "**storia sociale**", ovvero il documento che permette ad una persona con ASD di prepararsi ad un'esperienza nuova sapendo cosa aspettarsi, è semplicemente un PDF. Uno spazio tranquillo in un museo o in un evento è, di fatto, una stanza con isolamento acustico. Un testo in *Easy to Read* è un testo riscritto con frasi più brevi e

lessico più accessibile. **Il vero ostacolo non è economico, ma conoscitivo:** è sapere che queste soluzioni esistono e come si implementano.<sup>23</sup>

## Alimentare: la barriera che nessuno chiama barriera

La dimensione alimentare viene poco considerata quando si parla di turismo accessibile, eppure per milioni di persone resta la barriera più presente nella vita di tutti i giorni. Il Regolamento UE 1169/2011 ha reso obbligatoria l'indicazione dei 14 principali allergeni.<sup>24</sup> Si tratta di un punto di partenza, tuttavia **l'indicazione degli allergeni è diversa dalla gestione degli allergeni.** Sapere che un piatto contiene glutine non garantisce che sia stato preparato senza contaminazione crociata.

Nelle normative italiane meno recenti, come il DM 236/1989, non viene considerata. La UNI/PdR 131:2023, la prassi di riferimento più recente pubblicata con il Ministero del Turismo, dedica una sezione specifica alla ristorazione e agli allergeni alimentari, ma si tratta di un documento del 2023 e la sua applicazione nella pratica operativa è ancora limitata.<sup>25</sup>

Un viaggiatore celiaco che arriva in una città italiana deve cercare, verificare, telefonare, spiegare ogni volta le proprie esigenze e sperare che il ristoratore abbia capito la differenza tra un piatto senza glutine e un piatto considerato come sicuro per un celiaco. Un bambino con allergia alle arachidi, in un hotel con servizio a buffet, si trova in un ambiente ad alto rischio se il personale non è stato formato sui protocolli anti-contaminazione crociata. Una persona con allergia al lattosio in un ristorante che non indica correttamente gli ingredienti nei piatti, deve fidarsi della buona volontà del ristoratore.

La dichiarazione rappresenta il livello minimo, lo standard di qualità è un protocollo verificabile. In Italia, questo standard resta ancora poco diffuso.



*Ogni dimensione ha barriere diverse e soluzioni diverse, nessuna si risolve con la stessa risposta. Questo è il motivo per cui il settore del turismo non può continuare a pensare all'accessibilità come ad una check-list unica. Ogni dimensione chiede un metodo specifico.*

## NOTE - CAPITOLO 3

---

- <sup>18</sup> Martin-Fuentes, E. et al., "Accessibility in inclusive tourism? Hotels distributed through online channels", *Societies*, MDPI, vol. 11, n. 2, 2021, tab. 3, p. 8, doi.org/10.3390/soc11020034. Studio condotto su oltre 31.000 hotel nelle 100 città più turistiche al mondo tramite Booking.com.
- <sup>19</sup> Istat, *Accessibilità di musei, biblioteche e archivi*, 2022, pp. 18-22. DM 14 giugno 1989, n. 236, G.U. n. 145 del 23 giugno 1989, art. 8.1.4.
- <sup>20</sup> Istat, *Accessibilità di musei, biblioteche e archivi*, 2022, tab. 2.3, p. 18. Access City Award 2025, Commissione Europea, ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1141.
- <sup>21</sup> Access City Award 2025, Commissione Europea, ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1141. Vienna for All, Wiener Tourismusverband, wien.info/en/vienna-for-you/accessible-vienna.
- <sup>22</sup> Legge 5 maggio 2021, n. 42, G.U. n. 109 dell'8 maggio 2021. ISTAT, *Accessibilità di musei, biblioteche e archivi*, 2022, tab. 2.4, p. 19.
- <sup>23</sup> Istat, *Accessibilità di musei, biblioteche e archivi*, 2022, tab. 2.6, p. 21; tab. 2.7, p. 22. Fondazione Paideia e Fondazione CRT, progetto "Operatori culturali per l'inclusione", report 2022, fondazionepaideia.it. Autism Europe, *Autism in Numbers*, 2023, autismeurope.org/about-autism/autism-in-numbers.
- <sup>24</sup> Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, G.U.U.E. L 304 del 22 novembre 2011, art. 9 e allegato II. Recepito in Italia con D.Lgs. 15 dicembre 2017, n. 231.
- <sup>25</sup> UNI/PdR 131:2023, *Accessibilità dei servizi offerti da strutture ricettive, stabilimenti termali e balneari, e impianti sportivi. Requisiti e check-list*, UNI, 9 marzo 2023, sezione 11 "Food and Beverage" (pp. 13-14). Disponibile su [ministeroturismo.gov.it](http://ministeroturismo.gov.it).

## CAPITOLO 4

# L'offerta esiste. Il metodo no.

### Il paradosso dell'offerta invisibile

L'offerta di turismo accessibile in Italia non è nulla, né particolarmente scarsa se si considera la quantità di strutture, servizi e iniziative sviluppati nel corso degli anni. **Il problema, infatti, non è la mancanza di offerta ma la mancanza di un metodo per renderla visibile, confrontabile e comunicabile.**

Una struttura che ha investito nella rampa, nella camera attrezzata, nella formazione del personale e nel menù con gli allergeni ha compiuto un lavoro reale. Ma se questa stessa struttura non riesce poi a **comunicare** quello che ha fatto in modo credibile e preciso, il lavoro non produce un risultato commerciale. Un viaggiatore con disabilità rischia di non trovarla oppure, anche quando la trova, di non considerarla affidabile. Di conseguenza, sceglie altrove o rinuncia del tutto e l'investimento resta invisibile.

Si tratta dunque di un problema di informazione, non solo di offerta. La soluzione non è soltanto produrre più offerta ma costruire un sistema capace di rendere leggibile quella già esistente.

### Il problema delle autocertificazioni: quando la buona volontà non basta

**Airbnb** ha introdotto un elemento sensato aggiungendo i filtri per l'accessibilità, offrendo agli host la possibilità di dichiarare le caratteristiche accessibili del proprio alloggio: ingresso senza gradini, porte sufficientemente larghe, bagni attrezzati, presenza di ascensore. L'intenzione era corretta, il metodo meno.

Gli host infatti compilano i filtri da soli, spesso senza conoscere le misure precise delle porte, senza sapere la differenza tra un bagno accessibile e un bagno che rispetta le norme per le sedie a ruote, senza disporre di un riferimento oggettivo per valutare se il proprio ingresso sia effettivamente privo di gradini o solo relativamente facile da superare. Il risultato, documentato da studi accademici e dalle community di viaggiatrici e viaggiatori con disabilità, **è una percentuale significativa di dichiarazioni errate in cui la struttura non corrisponde a quanto promesso.** Questo accade non tanto per cattiva volontà, quanto per una carenza di competenza tecnica sui criteri di accessibilità.

Va riconosciuto, tuttavia, che Airbnb ha successivamente avviato un programma di verifica noto come **Accessibility Review**, attraverso cui alcune proprietà possono essere sottoposte ad una valutazione delle caratteristiche di accessibilità da parte di operatori formati. Le schede verificate vengono contrassegnate in modo distinto dalle autocertificazioni. È un

passo nella direzione giusta, anche se il programma non è ancora diffuso su scala sistemica. **Booking** presenta lo stesso problema su scala ancora più ampia. Le schede di accessibilità sono compilate dagli albergatori che di rado dispongono di una formazione specifica in materia. Le misure delle porte risultano spesso approssimative o del tutto assenti e le fotografie delle camere accessibili mostrano raramente gli elementi davvero rilevanti per un viaggiatore in sedia a ruote: lo spazio di rotazione nel bagno, l'altezza del letto, la distanza tra il bordo della doccia e il pavimento.

**Il problema strutturale è l'autocertificazione.** Chi inserisce i dati spesso non ha gli strumenti per valutarne la correttezza e chi li consulta non dispone di nessuno strumento per verificarli. Si crea così un sistema in cui **l'informazione esiste ma non è affidabile**. E un'informazione non affidabile è peggiore della sua assenza: genera aspettative errate, produce delusioni concrete e finisce per erodere la fiducia che il settore turistico fatica già a costruire.<sup>26</sup>

## Pianificare prima di agire: il principio che manca

C'è un altro problema, meno visibile ma altrettanto costoso. Molti operatori che desiderano migliorare la propria accessibilità iniziano da **interventi puntuali ma spesso scollegati tra loro**: installano una rampa, modificano il menù, ristrutturano il bagno. Si tratta di azioni concrete ma raramente inserite in una visione complessiva del proprio profilo di accessibilità. Il risultato è che l'investimento, pur reale, non produce sempre l'effetto atteso. Un hotel che installa una rampa all'ingresso senza considerare che il corridoio interno è troppo stretto per una sedia a ruote ha speso soldi riuscendo a risolvere solo metà del problema. Un ristorante che forma il personale sugli allergeni senza adeguare i protocolli in cucina ha iniziato inutilmente un corso. Un museo che installa pannelli tattili senza un sistema di audiodescrizione associata ha prodotto uno strumento che purtroppo è solo parzialmente accessibile.

**Il principio che manca è semplice: misurare il punto di partenza su tutte le dimensioni prima di intervenire su una o più di esse.** Non perché sia necessario essere perfetti su ogni aspetto prima di agire ma perché, senza una visione complessiva, si rischia di investire in interventi che non producono un'esperienza accessibile. Si perde così anche la possibilità di combinare più interventi in un'unica soluzione più efficiente. Due interventi realizzati insieme, infatti, costano meno degli stessi interventi realizzati in momenti diversi.

## Il mercato che non riesce a diventare mercato

C'è un segmento dell'accessibilità in cui il problema non è la domanda, la domanda c'è e cresce, il problema è che **l'offerta non riesce a strutturarsi come un mercato vero**. Succede in particolare nel settore della cultura: musei, siti storici, patrimonio culturale,

biblioteche. Gli operatori che lavorano in questo ambito, dalle società che realizzano percorsi tattili a quelle che progettano audiodescrizioni, dalle cooperative che forniscono guide LIS ai professionisti della Comunicazione Aumentativa Alternativa (CAA), hanno quasi sempre un unico canale di vendita: **il bando pubblico**.

Il bando è uno strumento pensato per garantire trasparenza e tutelare il denaro pubblico. In un mercato maturo funziona efficacemente, in un mercato ancora giovane come quello dell'accessibilità culturale produce però un effetto collaterale che rallenta lo sviluppo e ostacola la standardizzazione. Ogni bando ha le sue specifiche, i suoi criteri, i suoi tempi; ogni offerta viene costruita da zero, su misura, come consulenza; i prezzi non sono confrontabili, le proposte non sono paragonabili. Gli operatori passano una parte enorme del proprio tempo a partecipare a bandi e procedure di gara invece che a migliorare il proprio prodotto.

Per il museo acquirente questo si traduce in **assenza di punti di riferimento**. Non esiste un listino per una mappa tattile, né un prezzo di mercato per un'audioguida in LIS, né un *benchmark* per valutare se un'offerta sia competitiva o sovrastimata. L'acquisto avviene quindi sulla fiducia, sulla relazione e sulla qualità percepita di chi presenta il progetto. Criteri utili, ma non sufficienti per costruire un sistema solido.

Ne deriva che l'accessibilità nel settore culturale non ha la competitività che si osserva in altri mercati. Non esiste una pressione strutturale a innovare, a ridurre i costi o a migliorare la qualità. Esiste piuttosto la pressione a vincere il prossimo bando.



***Quando il bando diventa l'unico canale di vendita, il mercato non cresce. Crescono i progetti, uno alla volta, senza che l'esperienza di uno diventi patrimonio di tutte e tutti.***

Una risposta a questo problema esiste ed è da poco operativa sul mercato. **Il marketplace italiano AccessiUp.com è il primo dedicato alla filiera dell'accessibilità**: aggrega fornitori di soluzioni, strumenti e servizi per musei, enti culturali e operatori turistici e li accompagna nella standardizzazione delle proprie proposte, trasformandole in schede comparabili e con prezzi chiari. Chi cerca una soluzione per l'accessibilità su tutte e cinque le dimensioni di accessibilità trova così più offerte descritte secondo criteri comuni, cioè con le stesse informazioni di base e gli stessi parametri di confronto. Chi vende, a sua volta, smette di costruire ogni proposta da zero e inizia a competere sulla qualità e sul prezzo, come avviene in qualsiasi mercato maturo.

Non è solo uno strumento di acquisto: è un segnale che **il settore sta cambiando forma**, passando da un insieme di progetti isolati, ciascuno costruito intorno ad un bando, verso

qualcosa che assomiglia ad un vero mercato. Con tutto ciò che un mercato comporta: innovazione, competizione, riduzione progressiva dei costi e maggiore accesso al mercato anche per gli operatori più piccoli.

## La scheda verificata come standard minimo

Il punto di arrivo di tutto questo ragionamento è semplice. Non si tratta di costruire sistemi complicati o di imporre obblighi insostenibili, al contrario si tratta di **stabilire uno standard minimo: la scheda di accessibilità verificata da una terza parte competente.**

Non si tratta di un'autocertificazione né di una semplice dichiarazione del proprietario che ha fatto del suo meglio ma di una scheda prodotta da chi sa misurare secondo criteri condivisi, con dati confrontabili tra strutture diverse. Una scheda che dice in modo oggettivo: questa porta è larga 88 cm, questa doccia è a filo pavimento, questo menù riporta tutti e 14 allergeni, questo percorso ha una pendenza massima del 6%. Numeri, non più aggettivi.

È la stessa logica che governa qualsiasi altro mercato di qualità. Un hotel con tre stelle sa esattamente quali requisiti deve soddisfare per ottenerle, un ristorante certificato AIC sa con precisione quali protocolli deve rispettare. Non esiste alcuna ragione tecnica per cui l'accessibilità turistica non possa essere regolata da standard verificabili analoghi. La ragione per cui ciò non è ancora avvenuto è storica, non tecnica: **per decenni il settore non ha avuto abbastanza pressione di mercato per sviluppare tali standard.**



*La dichiarazione non verificata non serve a nessuno. Non serve al viaggiatore, che non sa se fidarsi né tantomeno all'operatore che ha investito, che non riesce a distinguersi da chi si dichiara accessibile senza esserlo. Lo standard verificato è nell'interesse di tutte e tutti.*

## NOTA - CAPITOLO 4

---

<sup>26</sup> Dominguez Vila, T. et al., "Enabling people with impairments to use Airbnb: the role of reviews and metadata", International Journal of Hospitality Management, vol. 89, 2020, doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102571. The Conversation, "Why Airbnb's accessibility features let disabled travellers down", theconversation.com, 2020.

## CAPITOLO 5

# Le regole ci sono. Il problema è attuarle.

### Un quadro normativo frammentato e parziale

**L'Italia ha una normativa sull'accessibilità, non è assente, non è trascurabile.**

Il DM 236/1989 e il DPR 503/1996 disciplinano i requisiti di accessibilità degli edifici pubblici e privati aperti al pubblico, la Legge 104/1992 definisce il quadro generale dei diritti delle persone con disabilità, la Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità, ratificata dall'Italia nel 2009, stabilisce principi vincolanti a livello internazionale.

**Il problema è che questo quadro normativo ha due limiti strutturali** che nessuna buona applicazione riesce a compensare. Il primo è **tematico**, in quanto copre quasi esclusivamente la dimensione fisica: barriere fisiche, misure dei percorsi, caratteristiche degli ascensori. Per le dimensioni visiva, uditiva, alimentare, intellettiva e del neurosviluppo l'obbligo normativo specifico nel turismo è pressoché assente. Il secondo limite è **temporale**, le norme del 1989 e del 1996 non potevano prevedere le sedie a ruote elettriche di ultima generazione, gli *screen reader*, le app per persone con bisogni comunicativi complessi. Nel frattempo la realtà è andata avanti da sola. Parlare di applicazione di norme incomplete come se fossero complete porta a conclusioni sbagliate. Un operatore che rispetta il DM 236/1989 è in regola con la normativa ma può comunque risultare inaccessibile per una parte significativa dei potenziali clienti. La conformità normativa, infatti, non coincide con l'accessibilità reale.<sup>27</sup>

### La porta larga 80 cm. Quando la norma è già obsoleta

Come si diceva in precedenza, le norme fissano spesso standard che non coincidono più con i bisogni reali. Come nel caso, ad esempio, della larghezza delle porte fissata a 80 cm. Non si tratta di un caso limite ma della situazione tipica di chi usa una sedia a ruote elettronica di dimensioni standard. Un hotel che ha ristrutturato la propria camera accessibile rispettando il DM 236/1989 ha fatto ciò che la legge richiede ma non necessariamente ciò che serve a una persona che utilizza una sedia a ruote elettronica.

La stessa logica vale per lo spazio di rotazione nei bagni, per l'altezza dei banconi delle reception, per la larghezza dei corridoi. Gli standard del 1989 erano progettati per le sedie a ruote manuali standard degli anni '80 e trent'anni di evoluzione tecnologica degli ausili non si sono tradotti in un aggiornamento normativo.

Questo crea quindi una situazione paradossale: un operatore che vuole davvero essere accessibile deve andare oltre la norma, senza però avere un riferimento chiaro su quanto oltre andare. L'assenza di uno standard aggiornato lascia tutto al buon senso e alla buona volontà. Qualità preziose ma non sufficienti per costruire un sistema.

## Poche norme, poche sanzioni: il circolo che non si rompe

Anche dove le norme esistono, il **sistema sanzionatorio è debole**, le ispezioni sull'accessibilità delle strutture ricettive sono rare, le sanzioni per inottemperanza sono modeste, le denunce da parte di persone con disabilità che hanno trovato un ambiente dichiarato accessibile ma non conforme sono molto rare, in parte a causa della difficoltà di accedere alle procedure, in parte per la percezione che il risultato non valga lo sforzo.

**Il paragone con il sistema britannico è istruttivo.** L'Equality Act del 2010 nel Regno Unito prevede che le organizzazioni abbiano il dovere di apportare *aggiustamenti ragionevoli* per le persone con disabilità e stabilisce un sistema di *enforcement* in cui le segnalazioni vengono prese in carico, le verifiche vengono condotte regolarmente e le sanzioni vengono applicate. Il risultato non è la perfezione, ma è un sistema in cui l'inottemperanza ha un costo reale.

**In Italia il costo dell'inottemperanza è quasi zero.** Un operatore che dichiara la propria struttura accessibile senza che lo sia non rischia quasi nulla. Questo disincentivo all'investimento non è irrazionale ma una risposta razionale a un sistema in cui fare o non fare produce conseguenze quasi identiche. Finché il sistema sanzionatorio non diventa credibile, la norma resta un'aspirazione, non un obbligo.<sup>28</sup>

## L'EAA 2025: la prima norma che tocca il digitale

Nel giugno 2025 è entrata in vigore in Italia la normativa di recepimento dell'European Accessibility Act (EAA), la Direttiva UE 2019/882, attraverso il D.Lgs. 82/2022. Si tratta di un momento di svolta normativa per ragioni precise: **per la prima volta, l'obbligo di accessibilità si estende al mondo digitale e riguarda le imprese private, non solo la pubblica amministrazione.**

Le imprese soggette all'EAA includono, tra le altre, quelle del trasporto passeggeri (aereo, ferroviario, navale e autobus) per i servizi digitali, le banche e i servizi finanziari, le piattaforme di commercio elettronico e i servizi di media audiovisivi. Nel settore del turismo ciò significa che siti di prenotazione, app di viaggio e sistemi di check-in online di qualsiasi impresa che non sia micro devono rispettare gli standard WCAG 2.1 livello AA.

**Che cosa vive concretamente una persona cieca che naviga su un sito non accessibile?** Una persona cieca o ipovedente normalmente utilizza uno *screen reader*,

ovvero un programma che legge il contenuto della pagina ad alta voce. Su un sito non accessibile, però, l'esperienza si interrompe continuamente: le immagini non hanno testi alternativi e vengono lette semplicemente come *immagine*, i bottoni non hanno etichette e vengono letti come *bottone*, i campi dei moduli di prenotazione non hanno *label* e non è possibile capire cosa compilare. Anche un elemento come il pulsante *acquista*, se realizzato solo come elemento grafico, può essere ignorato dallo *screen reader*. In queste condizioni la persona non riesce ad esempio a comprare, prenotare o compiere altre azioni fondamentali. Non si tratta di una semplice difficoltà: **è una barriera totale**.

Le sanzioni previste dal D.Lgs. 82/2022 vanno da 5.000 a 40.000 euro per le violazioni più gravi e, per chi era già soggetto alla Legge Stanca sull'accessibilità digitale, le sanzioni possono raggiungere fino al 5% del fatturato. Non si tratta di sanzioni puramente simboliche, ma di sanzioni che per la prima volta rendono il costo dell'inottemperanza digitale comparabile al costo della conformità.<sup>29</sup>

## Il PNRR e l'accessibilità: come non perdere un'occasione

Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (**PNRR**) ha destinato risorse significative alla rimozione delle barriere fisiche, sensoriali, intellettive e del neurosviluppo nei luoghi della cultura. Il Museo Egizio di Torino, con quasi 500.000 euro di finanziamento PNRR, è diventato uno degli esempi più articolati di come si costruisce un sistema di accessibilità strutturato su più dimensioni in un contesto culturale complesso.

Il rischio del finanziamento pubblico a pioggia è quello di produrre interventi puntuali invece che sistema. Un museo che installa pannelli tattili grazie al PNRR senza però un piano di manutenzione, aggiornamento e comunicazione, rischia di trovarsi dopo tre anni con strumenti obsoleti che nessuno sa come utilizzare. **La misura del successo non è quanto si spende, ma se l'accessibilità creata dura nel tempo e continua a servire chi ne ha bisogno.**

Il PNRR può essere uno strumento potente per costruire un sistema. Lo diventa quando finanzia non solo gli interventi fisici, ma anche i sistemi di misurazione, comunicazione e aggiornamento che rendono quegli interventi durevoli. L'opportunità è aperta: il modo in cui verrà colta determinerà se l'accessibilità costruita con quei fondi sarà un'eredità strutturale o un episodio isolato.



***Le norme sull'accessibilità in Italia esistono ma sono incomplete, parziali, non aggiornate e soprattutto vengono poco applicate perché poco sanzionate. L'EAA 2025 ha cambiato questa logica per la dimensione digitale. È un inizio, non un punto di arrivo.***

## NOTE - CAPITOLO 5

---

- <sup>27</sup> DM 14 giugno 1989, n. 236, G.U. n. 145 del 23 giugno 1989. DPR 24 luglio 1996, n. 503, G.U. n. 227 del 27 settembre 1996. Legge 5 febbraio 1992, n. 104, G.U. n. 39 del 17 febbraio 1992. Convenzione ONU CRPD, adottata il 13 dicembre 2006; ratificata con Legge 3 marzo 2009, n. 18, G.U. n. 61 del 14 marzo 2009.
- <sup>28</sup> Equality Act 2010, UK, cap. 15, sez. 20 (duty to make reasonable adjustments), [legislation.gov.uk](http://legislation.gov.uk). PEBA, Piano di Eliminazione delle Barriere Architettoniche, DM 8 luglio 1986, G.U. n. 166 del 19 luglio 1986.
- <sup>29</sup> Direttiva UE 2019/882 del Parlamento Europeo e del Consiglio, 17 aprile 2019, G.U.U.E. L 151 del 7 giugno 2019. D.Lgs. 27 maggio 2022, n. 82, G.U. n. 142 del 20 giugno 2022, art. 15 (sanzioni da 5.000 a 40.000 euro). WCAG 2.1, W3C Recommendation, 5 giugno 2018, [w3.org/TR/WCAG21](http://w3.org/TR/WCAG21).

## CAPITOLO 6

# Senza dati, l'accessibilità resta un'intenzione.

### 11 anni senza ricerca: il prezzo dell'invisibilità

2014 la Commissione Europea ha finanziato l'ultimo grande studio sulla domanda di turismo accessibile in Europa. **Per undici 11 il mercato più grande e in più rapida crescita del continente non ha avuto alcun aggiornamento sistematico.** Non è solo un dettaglio ma la prova più tangibile che per lungo tempo nessuno ha considerato questo segmento abbastanza importante da investire nella sua conoscenza.

**Senza dati non si prendono decisioni fondate.** Il turismo accessibile rischia di rimanere un'area in cui si agisce per convinzione etica o per obbligo normativo, raramente per logica di mercato e le scelte che non hanno numeri dietro vengono tagliate per prime quando le risorse scarseggiano.

Il divario è stato parzialmente colmato nel 2025 con la pubblicazione del report MMGY/ENAT/WTTC ma un singolo studio non può sostituire un sistema di misurazione continua. Il tema rimane aperto: come si costruisce la conoscenza necessaria a far crescere questo mercato in modo sistematico?

### Il problema specifico italiano: quasi nessuno misura l'accessibilità

In Italia, la difficoltà non riguarda solo la mancanza di ricerca a livello macro ma anche **l'assenza di strumenti per misurare l'accessibilità a livello di singola struttura.** Un hotel sa quante camere ha, quanti posti letto, quante stelle. Nella maggior parte dei casi, però, non sa qual è il suo livello di accessibilità sulle cinque dimensioni dell'accessibilità. Non perché non voglia saperlo ma perché **non esiste uno strumento standard che lo permetta.**

Il risultato è che ogni dichiarazione di accessibilità si fonda su basi diverse. Una struttura si definisce *accessibile* per persone con *disabilità* perché ha installato la rampa; un'altra dichiara la stessa cosa perché dispone di una camera attrezzata, percorsi tattili, un menù con indicazione degli allergeni e personale formato in LIS. Le due dichiarazioni appaiono identiche ma non lo sono. E chi prenota non ha modo di distinguerle.

La mancanza di uno standard di misurazione condiviso produce un mercato in cui l'informazione non è confrontabile. Un mercato con informazioni non confrontabili non funziona bene né per chi compra né per chi vende. rcato in modo sistematico?

## Misurare per migliorare: il ciclo che manca

La logica che manca al settore non è complessa: **misurare il punto di partenza, migliorare sulla base dei dati, dichiarare con precisione**. Non si tratta di un'operazione occasionale, bensì di un ciclo continuo. Prima si definisce dove ci si trova, poi dove si vuole andare, infine si verifica se l'obiettivo è stato realmente raggiunto.

In Italia, una delle prime realtà ad aver introdotto un approccio innovativo alla scalabilità dell'accessibilità per imprese e territori nel turismo accessibile è **la startup Travelin**. L'azienda è inserita nel *portfolio* delle startup innovative del Ministero del Turismo che ne certifica l'approccio innovativo nel sistema di misurazione dell'accessibilità: per la prima volta i dati sull'accessibilità non vengono raccolti solo per comunicare informazioni al pubblico con disabilità ma vengono utilizzati per **supportare strutture e territori nel processo di miglioramento**. Non semplici fotografie dello stato attuale ma strumenti per intervenire. **Il principio del ciclo "Monitora, Migliora, Dichiaro" è semplice**. Prima si misura il profilo reale di accessibilità della struttura sulle cinque dimensioni, poi si identifica dove intervenire con priorità in base all'impatto e alle risorse disponibili, infine si comunica il risultato in modo verificabile. Non una promessa ma un dato. L'operatore non dichiara più *"siamo accessibili"*, ma *"su questa dimensione questi sono i nostri dati oggettivi e verificati da terzi"*. L'operazione si ripete ogni anno o ogni volta che l'impresa modifica qualcosa di significativo all'interno della propria struttura.

## Tecnologia e scalabilità: perché i progetti locali muoiono in tre anni

L'accessibilità nel turismo italiano è stata per decenni un tema oggetto di progetti locali: associazioni che mappavano l'accessibilità di una città, comuni che pubblicavano guide cartacee, enti culturali che producevano audioguide per un singolo museo. Ogni progetto era reale e produceva valore locale. E quasi ogni progetto si esauriva alla fine del finanziamento. Il problema strutturale dei progetti locali è spesso la difficoltà di crescere e di adattarsi all'aumento della domanda senza perdere efficienza. Un'audioguida prodotta per un museo vale soltanto per quel museo, non genera competenze trasferibili, non abbassa il costo delle audioguide per il museo vicino, non costruisce un mercato. La tecnologia, quando è progettata per scalare, ha una logica completamente diversa. Infatti, un sistema che misura l'accessibilità di una struttura può misurare l'accessibilità di altre mille strutture con un costo marginale decrescente.

La differenza tra un progetto e una piattaforma non è solo tecnologica, è una differenza di modello: **il progetto si esaurisce, la piattaforma cresce**. E in un settore come quello del turismo accessibile, in cui la frammentazione è il problema principale, la scalabilità è la condizione necessaria per produrre un impatto sistemico.

## IL CASO BERLINO.

### Dati certificati, non autodichiarati

Berlino ha sviluppato un sistema strutturato sulla logica della certificazione del dato. In collaborazione con NatKo, il centro nazionale di coordinamento per il turismo accessibile in Germania, visitBerlin ha definito standard condivisi per certificare le strutture e le attrazioni della città. Partner turistici come hotel e musei possono sottoporre le proprie attività a certificazione, i risultati dettagliati vengono pubblicati sul sito dedicato ai visitatori con esigenze di accessibilità e inseriti nella banca dati informativa federale. Non si tratta di una semplice mappatura: è un sistema di certificazione con criteri verificabili e aggiornamento continuo.<sup>30</sup>

**Il principio su cui si basa un buon sistema di informazione sull'accessibilità è che i dati siano prodotti da chi sa misurarli**, non da chi ha un proprio interesse a dichiararli. La distinzione è semplice ma cruciale. Un dato autocertificato rappresenta un'opinione del proprietario su sé stesso, mentre un dato verificato è una misurazione effettuata da soggetti competenti, secondo criteri condivisi e ripetibili.

I sistemi di mappatura dell'accessibilità che funzionano meglio in Europa, da *Vienna for All* ai sistemi nordici, hanno in comune questa caratteristica: la valutazione è condotta da operatori formati, con criteri standard, con dati che vengono aggiornati periodicamente. Non è necessariamente un sistema pubblico, può trattarsi anche di una verifica di un ente privato o di un ente del terzo settore. **Ciò che conta è che chi produce i dati sia distinto da chi ha interesse a dichiarare l'accessibilità.**<sup>31</sup>



*I dati sull'accessibilità non sono solo uno strumento di comunicazione verso le viaggiatrici e i viaggiatori. Sono lo strumento che permette ad un operatore di sapere dove investire, a una DMO di costruire un'offerta territoriale credibile, a un policy maker di misurare se le politiche funzionano. Senza dati l'accessibilità rimane un'intenzione, con i dati diventa un sistema.*

## NOTE - CAPITOLO 6

<sup>30</sup> visitBerlin / NatKo, Accessible Berlin, [visitberlin.de/en/accessible-berlin](http://visitberlin.de/en/accessible-berlin). NatKo, Nationales Koordinationsburo Tourismus fur Alle, [natko.de](http://natko.de).

<sup>31</sup> Access City Award 2025, Commissione Europea, [ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1141](http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1141). Vienna for All, Wiener Tourismusverband, [wien.info/en/vienna-for-you/accessible-vienna](http://wien.info/en/vienna-for-you/accessible-vienna).

## CAPITOLO 7

# Con la fiducia il viaggio parte.

### Il costo invisibile dell'incertezza

Valentina ha la sclerosi multipla da dieci anni, usa la sedia a ruote manuale nelle fasi acute, si muove con il bastone negli altri periodi. Vuole andare a Bologna per un fine settimana e trova un hotel che dichiara di avere una camera accessibile. Prima di prenotare, telefona per chiedere se l'ingresso ha gradini. Dalla struttura le rispondono di no. Chiede se la camera ha la doccia a filo pavimento, ma non sanno risponderle con precisione. Scrive una mail ma la risposta arriva dopo tre giorni: *"la camera ha tutte le dotazioni previste dalla normativa"*. Chiama di nuovo, le spiegano che c'è un gradino di cinque centimetri all'ingresso della doccia, cinque centimetri che per lei rappresentano una barriera reale durante la sua fase acuta. A questo punto Valentina ha già effettuato due telefonate, inviato una mail e speso quattro giorni. Non ha ancora prenotato ma ha già consumato energie che avrebbe preferito dedicare al viaggio. **Alla fine, decide di non partire, non perché non lo desidera ma perché il costo dell'incertezza è troppo alto.**

È un costo che chi non ha disabilità non percepisce perché non lo incontra mai. Per chi invece lo affronta è parte integrante dell'esperienza di viaggio. Spesso è proprio questo costo invisibile a determinare se il viaggio si farà oppure no.

### Perché le persone con disabilità non si fidano delle informazioni

Il problema non è che le strutture mentano, nella maggior parte dei casi chi dichiara di essere accessibile lo fa in buona fede. Il punto è che **spesso non sanno cosa significhi davvero essere accessibili nella pratica e quindi finiscono per dichiarare qualcosa che non corrisponde all'esperienza reale**. Uno studio accademico pubblicato su ScienceDirect nel 2019 documenta che i viaggiatori con disabilità riportano livelli molto bassi di fiducia nelle informazioni sull'accessibilità fornite dagli operatori turistici. Non si tratta di una sfiducia generica ma del risultato di esperienze ripetute in cui le promesse non corrispondevano alla realtà. Una camera *accessibile* con una doccia con bordo, un museo *senza barriere* con l'ascensore fuori servizio tre giorni su cinque, un ristorante *adatto ai celiaci* che usa la stessa padella per tutte le preparazioni.

**La mancanza di fiducia ha un effetto diretto sul comportamento:** le persone con disabilità pianificano di più, verificano di più e rinunciano di più. L'82% dei viaggiatori con esigenze di accessibilità preferirebbe prenotare online, come fa qualsiasi altro cliente ma la qualità delle informazioni disponibili online è spesso insufficiente per fare una scelta informata. Il

telefono torna così ad essere uno strumento necessario. Le OTA, che dovrebbero semplificare il processo, lo complicano, perché non dispongono di dati affidabili da mostrare.<sup>32</sup>

## La paura di dichiarare l'inaccessibilità: il paradosso delle strutture turistiche

Un comportamento ricorrente nel turismo accessibile, con conseguenze concrete sul mercato, riguarda le piccole e medie imprese (PMI) che hanno investito per migliorare la propria accessibilità ma scelgono di non comunicarlo. Non per dimenticanza, ma per paura.

**La paura è questa: dichiarare ciò che si è migliorato significa rendere evidente ciò che ancora manca.** E *l'inaccessibilità parziale*, nella percezione di molti operatori, è peggiore del silenzio. Meglio non dichiarare nulla che esporsi su ciò che non è stato ancora fatto.

È un ragionamento sbagliato ma comprensibile. Il punto è che produce un effetto perverso: l'operatore che ha fatto un investimento reale è meno visibile di quello che non ha investito affatto. Il mercato non premia chi migliora, perché chi migliora non lo dice. E la viaggiatrice o il viaggiatore con disabilità, che avrebbe scelto quella struttura per ciò che offre, semplicemente non la trova.

La logica corretta è l'opposto. Un operatore che dichiara: *"siamo accessibili su queste tre dimensioni, questi sono i nostri dati oggettivi e verificati da terzi"* non si mette in una posizione di debolezza, si mette in una posizione di credibilità. **Le persone con disabilità non cercano la perfezione, cercano l'onestà.** Una dichiarazione precisa del proprio livello di accessibilità è più rassicurante di una promessa generica non verificabile.

## Chi guadagna la fiducia guadagna la fedeltà

C'è un aspetto del comportamento dei viaggiatori e delle viaggiatrici con disabilità che il settore spesso sottovaluta: **quando trovano una struttura che funziona per loro, ci tornano.** Non si tratta di fedeltà per inerzia ma di fedeltà per sollievo. Cercare una nuova struttura accessibile significa ripetere ogni volta il processo di verifica, rischiare di nuovo la delusione, consumare di nuovo le energie che quel processo richiede. Se una struttura ha dimostrato di essere affidabile, viene scelta di nuovo perché l'alternativa costa troppo.

**Questo ha implicazioni economiche dirette.** Un cliente che torna ogni anno ha un valore superiore a un cliente occasionale. Inoltre, un cliente che porta con sé la propria rete, la famiglia, gli amici, i colleghi, vale ancora di più. Le persone con disabilità tendono a condividere le proprie esperienze di viaggio in modo più intenso rispetto alla media: le community online di turismo accessibile sono attive, le raccomandazioni viaggiano velocemente, le esperienze positive diventano riferimenti per altri.

**Il meccanismo del passaparola nel turismo accessibile è amplificato rispetto al turismo in generale.** Non perché le persone con disabilità parlino di più ma perché le informazioni affidabili sono così rare che quando si trovano vengono condivise con cura.

Una struttura che ha guadagnato la fiducia di questo segmento ha guadagnato un canale di promozione che nessun budget pubblicitario può comprare.

## Il ritorno sull'investimento: i numeri dell'accessibilità

**Quanto costa rendere accessibile una struttura? Dipende da dove si parte e su quale dimensione si interviene.** Ma c'è un dato che il settore conosce poco e che cambia il calcolo: i viaggiatori e le viaggiatrici con esigenze di accessibilità spendono mediamente tra il 10 e il 30% in più rispetto agli altri viaggiatori. Non perché abbiano redditi più alti ma perché hanno costi aggiuntivi che gli altri non hanno: trasporti adattati, accompagnatori, servizi specifici. Questi costi, nella misura in cui una struttura accessibile li riduce o li elimina, diventano risparmio per il cliente e valore per l'operatore.

**Il ragionamento è questo: una struttura accessibile riduce i costi aggiuntivi del cliente che quindi è disposto a spendere di più per i servizi della struttura stessa.** Non è un'ipotesi, è la logica economica di qualsiasi servizio che risolve un problema reale a chi ne ha bisogno. L'investimento nell'accessibilità non è un costo da compensare con altri ricavi, è un investimento che genera ricavi diretti, attraverso un cliente che rimane più a lungo, spende di più nella struttura e torna.

A questo si aggiunge un ulteriore vantaggio difficile da quantificare ma reale: la **differenziazione**. Una struttura potrebbe non essere l'unica ad avere un ristorante, una spa o la vista sul mare ma potrebbe essere l'unica nel raggio di cento chilometri che ha una camera davvero accessibile, un menù con allergeni verificati e una guida audiodescritta per il museo più vicino. E per quel segmento, essere l'unica vale molto.<sup>33</sup>



*La fiducia nel turismo accessibile non si costruisce con le promesse. Si costruisce con dati precisi, dichiarazioni verificate e coerenza nel tempo tra quello che si dice e quello che si trova. Chi la costruisce guadagna un cliente che torna, che porta altri e che viaggia quando gli altri non viaggiano.*

## NOTE - CAPITOLO 7

<sup>32</sup> Dominguez Vila, T. et al., International Journal of Hospitality Management, 2020, op. cit. MMGY/ENAT/WTTC, Portrait of European Travellers with Mobility and Accessibility Needs, giugno 2025, pp. 30-32.

<sup>33</sup> MMGY/ENAT/WTTC, Portrait of European Travellers with Mobility and Accessibility Needs, giugno 2025, pp. 36-38. ENAT, Economic data on accessible tourism in Europe, 2014, [accessibletourism.org](http://accessibletourism.org).

## CAPITOLO 8

# Un nuovo paradigma

### Sette cose che sappiamo adesso e che non si sapevano prima

La Parte I di questo libro ha costruito un'argomentazione su **sette presupposti**. Sono le sette idee che, se si accettano, cambiano il modo in cui un operatore turistico, un amministratore pubblico o un policy maker pensa all'accessibilità. Non sono idee nuove nel dibattito internazionale ma in Italia, nel sistema turistico operativo, sono ancora tutt'altro che condivise.

**Primo: dall'accessibilità al design universale.** È un sistema di cinque dimensioni distinte, ognuna con le proprie barriere, le proprie soluzioni e i propri standard. Chi tratta l'accessibilità come un unico problema con un'unica risposta risolve un quinto del problema e ignora gli altri quattro quinti.

**Secondo: il mercato è grande.** Non è una nicchia, è il 20% della popolazione, con una crescita strutturale garantita da una società più longeva. L'Italia è la destinazione europea più desiderata da questo segmento. Avere il mercato e non saperlo servire è un'opportunità persa ogni giorno.

**Terzo: le barriere principali non sono solo fisiche ma anche informative.** La mancanza di dati precisi, verificati e confrontabili è la barriera che impedisce a molte persone di viaggiare, più di qualsiasi scalinata o porta stretta. Un viaggiatore o una viaggiatrice che non riesce a trovare informazioni attendibili non parte, indipendentemente dal livello di accessibilità della destinazione.

**Quarto: l'offerta esiste ma il metodo manca.** Il problema non è costruire da zero, è rendere leggibile, confrontabile e credibile quello che c'è già. La scheda verificata da una terza parte competente è lo standard minimo a cui il settore deve arrivare. L'autocertificazione non funziona.

**Quinto: le norme sono spesso non aggiornate, non organiche o poco applicate.** Il quadro normativo italiano copre quasi solo la dimensione fisica, è datato rispetto all'evoluzione degli ausili e degli standard internazionali e ha un sistema sanzionatorio che non rende il costo dell'inottemperanza abbastanza alto da cambiare i comportamenti. L'EAA 2025 ha modificato la situazione per la dimensione digitale. Per le altre, la pressione normativa rimane insufficiente.

**Sesto: senza dati l'accessibilità è un'intenzione.** I dati non servono solo a comunicare ai viaggiatori, servono agli operatori per sapere dove investire, alle DMO per costruire sistemi territoriali coerenti, ai policy maker per misurare se le politiche funzionano. Il ciclo "*Monitora, Migliora, Dichiara*" è la logica che trasforma l'accessibilità da intervento sporadico a sistema continuo.

**Settimo: la fiducia si costruisce sull'attendibilità e sull'accessibilità delle informazioni, non sulle promesse.** Le persone, in particolare quelle con disabilità, non cercano la perfezione ma trasparenza e chiarezza: hanno bisogno di informazioni precise, accessibili e verificabili per poter scegliere in autonomia. Una struttura accogliente è quella che comunica in modo affidabile cosa offre e cosa non offre, che rende queste informazioni facilmente fruibili a tutte e tutti e che mantiene nel tempo quanto dichiarato. Questa coerenza rafforza la percezione di affidabilità e migliora l'esperienza di accoglienza, innescando un effetto a catena positivo: ogni esperienza corrispondente alle aspettative genera fiducia, la fiducia si trasforma in fidelizzazione e la fidelizzazione attiva un effetto moltiplicatore, ampliando man mano il numero di potenziali nuovi turisti e turiste attraverso il passaparola e le reti di relazione.

## Da qui in avanti: strumenti, non teorie

La Parte II di questo libro è organizzata per cluster operativi: strutture alberghiere, extra-alberghiero, ristorazione, trasporti, cultura, natura, esperienze, digitale, destinazioni. Ogni capitolo ha la stessa struttura: un caso studio reale, le esigenze degli ospiti dimensione per dimensione, la lista degli interventi da apportare con la distinzione esplicita tra norma minima e standard di qualità e una check-list operativa.

Il libro non chiede di operare subito su tutto. Chiede di sapere dove si è, di scegliere dove si vuole andare e di procedere con metodo. L'accessibilità è più semplice di quanto sembri se la si affronta per dimensioni, per priorità e con gli strumenti giusti. Il passo successivo è aprire il capitolo inerente al proprio settore e iniziare da lì.



*L'accessibilità è un'infrastruttura, non un'opzione. Come qualsiasi infrastruttura richiede progettazione, investimento e manutenzione. Come qualsiasi infrastruttura, genera valore nel tempo per chi la costruisce e per chi la usa. Il turismo italiano ha tutto per diventare il sistema turistico accessibile più avanzato d'Europa. Ha il mercato, ha la domanda, ha il patrimonio. Manca il metodo. Questo libro è un contributo a costruirlo.*

**PARTE II**

# **Turismo accessibile: buone pratiche e strumenti**

## La camera accessibile è la più bella dell'hotel

### Il problema: conformi alla norma, brutte per tutti

C'è un **pregiudizio** che attraversa silenziosamente gran parte del mondo della ricettività italiana: **rendere una camera accessibile significa rinunciare all'estetica**. Nel bagno, sanitari e arredi sono pensati più come ausili medici che come complementi d'arredo: maniglioni in plastica bianca o in acciaio a vista, sanitari massicci e ingombranti, sedili doccia pieghevoli rumorosi, pavimentazioni antiscivolo in gomma o resina. Questi elementi sono stati concepiti per essere funzionali, mai per essere anche belli. Infatti, la progettazione tradizionale degli arredi e degli spazi ha privilegiato le necessità mediche e normative, cioè praticità e sicurezza, rispetto al design. **In un ambiente attrezzato per persone con disabilità, design e funzionalità faticano a dialogare.** Infine, spesso a frenare il titolare dall'adattare gli ambienti per un'utenza con bisogni di accessibilità, oltre all'obbligo di legge,<sup>1</sup> è la convinzione che gli impianti igienici e i complementi d'arredo specifici siano più costosi e che quindi la spesa aumenti.

Il risultato di questo pregiudizio è paradossale. **Le camere realizzate per rispondere a bisogni reali comunicano all'ospite l'idea di trovarsi in uno spazio di serie B.** Luoghi progettati per includere e che finiscono invece per escludere in un modo più sottile: non con i gradini, ma con l'estetica. Con la percezione che quella camera sia stata concepita per chi non ha nessuna opzione, e non invece per chi viaggia e sceglie dove alloggiare come qualsiasi altro ospite.

È un problema documentato. All'Airport Hotel Bergamo, le camere realizzate nel 2000, nel rispetto del DM del 1989, avevano risolto le questioni tecniche: abbattimento delle barriere architettoniche nel bagno, spazio per la rotazione della sedia a ruote. Tuttavia, i sanitari scelti all'epoca non erano apprezzati dai clienti senza disabilità, perché poco pratici e poco gradevoli dal punto di vista estetico. Di conseguenza le stanze, pur destinate a tutti gli ospiti, con e senza disabilità, venivano percepite come meno desiderabili. Il risultato era che gli ospiti le percepivano come una seconda scelta, arrivando persino a chiedere uno sconto sul prezzo di soggiorno.

Uno sconto sul prezzo di soggiorno! È la misura concreta di quanto un investimento reale, pensato per rispondere a bisogni reali, possa trasformarsi in un danno di immagine se non è accompagnato da una visione progettuale adeguata. **La General Manager dell'Airport Hotel Bergamo ha deciso di affrontare questo problema alla radice.**

## IL CASO: AIRPORT HOTEL BERGAMO

### Il problema: conformi alla norma, brutte per tutti

L'Airport Hotel Bergamo si trova vicino a Orio al Serio, a pochi minuti dall'aeroporto di Bergamo. Si tratta di un hotel a vocazione *business* ma con una clientela eterogenea: chi viaggia per lavoro, chi per visitare la città, chi fa scalo. Nel 2019, a seguito di un bando PNRR vinto, la General Manager dell'albergo ha avviato la **riprogettazione delle camere accessibili**. Non un semplice adeguamento, ma un ripensamento complessivo del concetto secondo i principi dell'*Universal Design*.

Il punto di partenza è stato riconoscere che la camera accessibile non deve essere una variante ridotta della camera standard. Deve essere una camera migliore: più ampia, meglio attrezzata, progettata con maggior cura. Una camera dove la funzionalità non è in conflitto con l'estetica ma ne è parte integrante.

Oggi l'hotel dispone di nove camere accessibili, cinque in più rispetto al minimo obbligatorio previsto dalla normativa. Sono tutte occupate, sia da ospiti con esigenze specifiche sia da ospiti senza disabilità che le scelgono perché le percepiscono come più belle, più spaziose e meglio attrezzate. L'accessibilità non comporta alcun sovrapprezzo: le tariffe restano allineate a quelle delle camere equivalenti. Sono state rinominate "camere Senior", un nome che non rimanda alla disabilità ma alla qualità. Il tasso di occupazione è del 100%.

## Cos'è cambiato: design, tecnologia, formazione

**Il primo intervento ha riguardato materiali e arredi.** La General Manager ha selezionato fornitori specializzati in bagni con arredi di design che non rinunciassero alla funzionalità: elementi integrati nel progetto, non aggiunti come componenti esterne; superfici che uniscono uno stile estetico curato ad una funzionalità specifica. Disporre di un bagno accessibile e al contempo bello esteticamente è possibile: il problema non era tecnico, ma di ricerca e di volontà progettuale, secondo i principi dell'*Universal Design*.

**Il secondo intervento ha riguardato le dimensioni.** Le camere accessibili sono significativamente più grandi delle camere standard. Più spazio non significa solo maggiore manovrabilità per la sedia a ruote, ma anche un ambiente percepito come più accogliente, luminoso e di maggiore qualità. La dimensione diventa un valore aggiunto comunicabile, non solo una necessità tecnica.

**Il terzo intervento ha riguardato la tecnologia.** Le camere sono dotate di un assistente vocale intelligente che permette di controllare alcune funzioni con la voce: accensione delle luci, regolazione della temperatura, invio di un segnale di allarme alla reception. Per chi ha difficoltà motorie o visive, si tratta di una differenza sostanziale. L'intensità luminosa delle luci può essere regolata per creare un ambiente più soft quando necessario. Questo dettaglio è stato pensato anche per ospiti con disabilità intellettive e del neurosviluppo, che possono beneficiare di ambienti a basso impatto sensoriale.

**Con il quarto intervento, si è agito su più livelli per garantire un'accessibilità più completa.**

Gli arredi e i comandi delle luci sono stati previsti su due altezze. I colori degli ambienti e degli arredi sono stati scelti per facilitare la distinzione degli spazi e la percezione della profondità della stanza per ospiti con disabilità visiva. Le coperte di contenimento sono disponibili su richiesta per persone con neurodivergenze che necessitano di un supporto nella regolazione emotiva.

**Il quinto intervento, forse il più importante, ha riguardato la formazione del personale.**

La General Manager è esplicita su questo punto: non si tratta di offrire un'accoglienza assistenziale, l'hotel non è una struttura sanitaria. Si tratta di formare il personale a conoscere e anticipare le necessità specifiche di ospiti con diverse esigenze di accessibilità con una mentalità più aperta, preparata e adattabile. Il cambio di prospettiva è fondamentale: da cliente "con disabilità" a cliente che sceglie il proprio soggiorno come qualsiasi altro consumatore consapevole. La formazione non riguarda solo chi gestisce le camere, ma tutto il personale a contatto con la clientela, in ogni reparto.



*"Essere accessibili non vuol dire rinunciare all'estetica, anzi, la mia esperienza mi porta a dire esattamente il contrario e cioè che si può lavorare moltissimo proprio sul miglioramento dell'estetica. Certamente ciò richiede una ricerca più approfondita di nuovi fornitori, un'analisi specifica delle proprie disponibilità sia in termini tecnici sia economici, consci però che il ritorno sull'investimento, se realizzato con cura e professionalità, nel tempo, sarà massimo."*

***Cristina Pontiggia, general manager di Airport hotel Bergamo***

Il metodo usato da Pontiggia per arrivare a queste soluzioni è importante tanto quanto il risultato raggiunto: ha lavorato con un consulente specializzato in *Universal Design*, raccogliendo feedback da fornitori del settore e soprattutto dai diretti interessati. Associazioni e ospiti con disabilità hanno testato il soggiorno e fornito un resoconto dettagliato della propria esperienza, con consigli concreti. Non si è progettato per le persone con disabilità: si è progettato con loro.

## **La sezione extra-alberghiero: vincoli diversi, priorità diverse**

B&B, agriturismi e case vacanze operano in condizioni strutturalmente diverse dagli hotel: edifici spesso storici con vincoli alle modifiche, gestori unici con risorse limitate, e un quadro normativo solo parzialmente sovrapponibile a quello alberghiero. L'obiettivo è capire come intervenire nel proprio contesto specifico.

**La trasparenza comunicativa resta prioritaria:** descrivere con precisione le dotazioni in materia di accessibilità già presenti vale più di qualsiasi intervento non comunicato. Una scheda di accessibilità dettagliata e aggiornata sulle piattaforme di prenotazione costruisce fiducia nel momento in cui l'ospite deve scegliere. Riduce l'incertezza, che è la prima barriera nella pianificazione di un viaggio.

Le strutture extra-alberghiere con vincoli architettonici spesso rinunciano del tutto all'abbattimento delle barriere architettoniche. Le ragioni principali sono legate alla normativa, alla struttura fisica degli edifici e ai costi elevati, che rendono difficile la conciliazione tra tutela del patrimonio e accessibilità. Esistono tuttavia tante **soluzioni alternative** che si possono adottare per essere accessibili, come ad esempio rampe mobili, ingressi secondari utilizzabili quando necessario, interventi reversibili a basso costo. Anche in questo caso, la trasparenza comunicativa è centrale: dichiarare con precisione cosa è presente e cosa non lo è, per permettere all'ospite di scegliere sulla base di dati oggettivi, misure e fotografie dettagliate.

## Cosa replicare

Le leve replicabili dal modello Airport Hotel Bergamo

- **La camera accessibile come camera migliore.** Il cambio di prospettiva è questo: non una versione ridotta della camera standard, ma una camera più ampia, più tecnologica, più curata. Se progettata bene, viene scelta da tutte e tutti.
- **Il design integrato, non aggiunto.** Maniglioni, sanitari, sistemi di supporto e complementi d'arredo: tutto può essere scelto con criteri estetici oltre che funzionali. Il mercato esiste: serve conoscerlo e cercarlo.
- **La tecnologia vocale come soluzione per aumentare l'autonomia.** Un assistente vocale che permette di controllare luci, temperatura e allarmi risolve problemi concreti per chi ha una disabilità con costi contenuti rispetto agli interventi strutturali.
- **Intervenire con soluzioni che rispondono a più bisogni di accessibilità.** Colori ad alto contrasto, che aiutano le persone ipovedenti a distinguere gli ambienti, luci con intensità regolabile per chi ha una sensibilità sensoriale, intellettiva e del neurosviluppo, coperte di contenimento: interventi piccoli in termini economici che però ampliano significativamente il profilo di accessibilità della camera.
- **La formazione del personale intesa come cambio culturale.** Non bisogna istruire il personale ad assistere i clienti con disabilità, ma formarlo a conoscere le esigenze diverse e ad anticiparle dove possibile. Si tratta della differenza tra un hotel che offre assistenza e un hotel che offre ospitalità.
- **Il feedback degli ospiti come strumento di progettazione.** Le soluzioni migliori nascono dall'esperienza reale degli ospiti con disabilità, non dai cataloghi dei fornitori. Costruire un sistema strutturato di raccolta dei feedback è il modo più efficace per migliorare nel tempo il proprio grado di accessibilità.

- **Il nome conta.** Rinominare le camere accessibili “camere Senior” riduce lo stigma e cambia la percezione degli ospiti sia con disabilità che senza.

### **Esigenze degli ospiti per dimensione**

Questa sezione analizza le esigenze delle persone con disabilità ed esigenze specifiche nelle strutture ricettive, dimensione per dimensione. Vale per strutture alberghiere ed extra-alberghiere, con alcune differenze indicate dove rilevante. Il punto di partenza è riconoscere che l'ospite con esigenze specifiche è un consumatore consapevole che sceglie dove soggiornare: non cerca assistenza, cerca ospitalità.

### **Accessibilità informativa**

Scheda di accessibilità con dati oggettivi, verificata e aggiornata sulle piattaforme di prenotazione, con foto reali della camera accessibile, in aggiunta alle immagini di repertorio. Queste informazioni devono trovarsi sul sito web della struttura e sulle piattaforme di prenotazione, aggiornate e dettagliate. Non basta scrivere *camera accessibile*.

### **Accessibilità fisica**

Camera con spazio di rotazione di almeno 150 cm nel bagno. Doccia a livello pavimento con sedile ribaltabile. Porta della camera di almeno 90 cm (la legge prevede 80 cm, insufficienti per molte sedie a ruote elettriche moderne). Percorso accessibile dall'ingresso alla camera senza gradini o con rampa. Ascensore. Parcheggio nelle immediate vicinanze.

### **Accessibilità visiva**

Segnaletica con numeri in rilievo ai piani. Contrasto cromatico tra gli ambienti che permette la distinzione degli spazi. Illuminazione adeguata nei corridoi e nelle aree comuni. Descrizione degli ambienti e indicazioni per la mobilità in modalità digitale accessibile agli *screen reader*.

### **Accessibilità intellettuale e del neurosviluppo**

Luci la cui intensità può essere regolata in camera. Ambiente progettato per il benessere sensoriale. Coperte di contenimento disponibili su richiesta. Comunicazione semplificata disponibile al check-in. Assistente vocale che riduce la necessità di interazioni complesse.

### **Accessibilità alimentare**

Indicazione dei 14 allergeni indicati nel menù. Gestione della contaminazione crociata. Possibilità di comunicare esigenze alimentari alla prenotazione.

### **Accessibilità digitale**

Sito web accessibile WCAG 2.1 AA. Prenotazione della camera accessibile online senza obbligo di telefonare.

## Lista di implementazione: norma vs standard

Questa sezione distingue l'obbligo normativo dallo standard di qualità nel fornire un servizio, che rende l'esperienza effettivamente fruibile e competitiva. Il caso dell'Airport Hotel Bergamo dimostra che andare oltre la norma non è solo un costo: è un investimento con ritorno al 100% delle prenotazioni.

### Fisica

<b>Norma:</b>	Porta camera di 80 cm. <sup>2</sup>
<b>Standard:</b>	Porta camera almeno di 90 cm per sedie a ruote elettriche moderne.
<b>Norma:</b>	Bagno con maniglioni, porta di 85 cm, spazio rotazione. <sup>3</sup>
<b>Standard:</b>	Doccia a livello pavimento, sedile ribaltabile, spazio di rotazione di 150 cm.
<b>Norma:</b>	Almeno due camere accessibili per struttura alberghiera. <sup>4</sup>
<b>Standard:</b>	Percentuale proporzionale alle camere totali, con diverse tipologie (singola, doppia, comunicante).
<b>Norma:</b>	Percorso accessibile dall'ingresso alla reception. <sup>5</sup>
<b>Standard:</b>	Percorso accessibile a tutte le aree comuni: reception, area colazioni, bar, parcheggio.

### Sensoriale e cognitiva

<b>Norma:</b>	Allarme antincendio sonoro e luminoso. <sup>6</sup>
<b>Standard:</b>	Sistema di allarme visivo e vibrante nelle camere accessibili.
<b>Standard:</b>	Luci dimmerabili in camera.
<b>Standard:</b>	Contrasto cromatico tra gli ambienti per ospiti ipovedenti.
<b>Standard:</b>	Assistente vocale per il controllo delle funzionalità di camera.

### Alimentare

<b>Norma:</b>	14 allergeni indicati su tutti i piatti. <sup>7</sup>
<b>Standard:</b>	Possibilità di comunicare le proprie esigenze alimentari alla prenotazione. Garantire opzioni gluten free.

### Digitale

<b>Norma (EAA 2025):</b>	Sito web accessibile WCAG 2.1 AA per imprese non micro. <sup>8</sup>
<b>Standard:</b>	Sito web accessibile WCAG 2.1 AA per tutte le imprese, anche micro.
<b>Standard:</b>	Prenotazione camera accessibile online senza obbligo di telefonare.

### Extra-alberghiero: norma vs standard

<b>Vincolo comune:</b>	Edificio storico con gradini all'ingresso.
<b>Soluzione:</b>	Rampa removibile certificata: non richiede una modifica strutturale e il costo è contenuto.

<b>Vincolo:</b>	Bagno piccolo non modificabile.
<b>Soluzione:</b>	Maniglioni e sedia per la doccia rimovibili.
<b>Standard per tutti:</b>	Scheda accessibilità dettagliata e aggiornata su tutte le piattaforme di prenotazione.
<b>Standard:</b>	Documento informativo pre-arrivo con accessibilità della struttura e dei servizi nei dintorni.

## Checklist operativa

È un elenco strutturato di voci, attività o comportamenti da verificare e da svolgere per offrire servizi sempre più accessibili. Le voci contrassegnate dal simbolo **(A)** si riferiscono alle strutture alberghiere, quelle contrassegnate dal simbolo con **(E)** alle strutture extra-alberghiere, mentre le voci non contrassegnate da simboli si applicano a entrambe.

- **(A)** Due camere accessibili ogni 40 camere.
- **(A)** Porta della camera di 80 cm (norma); preferibilmente di 90 cm (standard per sedie a ruote elettriche).
- **(A)** Bagno con doccia a livello pavimento, sedile ribaltabile e spazio di rotazione di 150 cm.
- **(A)** Sanitari e arredi per il bagno accessibili e di design coerente con il resto della camera.
- **(A)** Sistema di allarme visivo e vibrante nella camera accessibile.
- **(A)** Luci dimmerabili in camera.
- **(A)** Assistente vocale per il controllo delle funzionalità della camera (consigliato).
- **(E)** Almeno una camera accessibile al piano terra con accesso senza gradini o rampa mobile.
- **(E)** Bagno con maniglioni e spazio sufficiente per avvicinamento laterale al WC.
- Soluzioni gluten free alternative e gestione della contaminazione crociata.
- Scheda di accessibilità con dati di misurazione oggettivi e foto dettagliate, aggiornata su tutte le piattaforme di prenotazione.
- Prenotazione online senza obbligo di telefonare.
- Formazione estesa a tutto il personale della struttura.
- Sistema strutturato di raccolta dei feedback degli ospiti al check-out.

## NOTE - CAPITOLO 9

---

<sup>1</sup> D.M. 14 giugno 1989, n. 236

<sup>2</sup> DM 236/1989 art. 8.1.

<sup>3</sup> DM 236/1989 art. 8.1.6

<sup>4</sup> DM 236/1989 art. 5.3

<sup>5</sup> DPR 503/1996 art. 13

<sup>6</sup> DM 236/1989 art. 5.3

<sup>7</sup> Reg. UE 1169/2011

<sup>8</sup> EAA 2025, European Accessibility Act (EAA) recepito in Italia con il D.Lgs. 82/2022 entrato in vigore il 28 giugno 2025

## Mangiare fuori quando si ha la celiachia

### Il problema: non è una preferenza, è una diagnosi

C'è una scena che si ripete in ogni città italiana, in ogni ristorante, ogni sera. Una persona con celiachia apre il menù e comincia a fare domande sulla **presenza di piatti *gluten free*** e sulla loro preparazione. Il cameriere risponde con sicurezza approssimativa. La risposta più comune è questa: abbiamo la pasta senza glutine. Quello che non viene detto è se la pasta è stata cotta nella stessa acqua della pasta tradizionale, se il colino è lo stesso e non è stato lavato, se il cuoco ha cambiato i guanti, se il piano di lavoro è stato pulito.

**La celiachia non è un'intolleranza nel senso comune del termine, ma una malattia autoimmune.** Bastano infatti quantità minime di glutine per scatenare una reazione che danneggia l'intestino tenue. La soglia e il danno sono gli stessi per tutte le persone che soffrono di celiachia, anche se possono variare i sintomi. Non è questione di preferenze: è questione di contaminazione crociata.<sup>9</sup> E la contaminazione crociata avviene in cucina. In Italia questo problema si incontra ogni giorno, ma è anche vero che il nostro Paese ha sviluppato una sensibilità alla dimensione alimentare che non ha equivalenti in Europa. La Legge 123/2005 obbliga le mense pubbliche a garantire un pasto per chi è celiaco.<sup>10</sup> Il Regolamento UE 1169/2011 impone l'indicazione dei 14 allergeni principali su tutti i piatti.<sup>11</sup> Il programma Alimentazione Fuori Casa senza glutine (AFC) dell'Associazione Italiana Celiachia (AIC) ha inoltre costruito, insieme alla Sanità Pubblica Locale, uno standard verificabile che oggi conta quasi 5.000 locali aderenti in tutta Italia.

Eppure, il 63% dei locali italiani ha ancora una conoscenza solo superficiale della celiachia e solo il 22% ha seguito corsi specifici.<sup>12</sup> Il falso mito che spaventa più ristoratori continua a circolare: per fare ristorazione sicura per celiaci bisogna avere due cucine separate. Non è così.

### IL CASO: IL RISTORANTE MARACUJA BANQUETING, CANICATTÌ

Dario Paci gestisce il ristorante **Maracuja Banqueting a Canicattì**, in provincia di Agrigento. Una piccola realtà di quartiere nella Sicilia interna, aderente al programma AFC di AIC. Non una struttura specializzata, non un progetto nato per le persone con esigenze alimentari, ma un ristorante che ha deciso di organizzarsi in modo che chiunque possa sedersi e mangiare senza preoccupazioni.

La decisione di aderire ad AFC non è nata da un obbligo. È nata dal voler rendere il servizio senza glutine visibile e accessibile a tutte e tutti, non solo agli ospiti già fidelizzati. Prima dell'adesione il servizio esisteva ma lo sapevano in pochi. AFC ha funzionato come vetrina, come segnale identificabile per chi non conosceva il locale.

La domanda che Paci si è trovato ad affrontare quando ha deciso di aderire è quella che spaventa molti ristoratori: **come si organizza una cucina senza glutine senza avere due spazi fisicamente separati?** La risposta è stata concreta: costruire un ciclo produttivo dove non ci sono contaminazioni crociate, dalla selezione delle materie prime alla preparazione fino alla cottura finale, senza bisogno di infrastrutture dedicate. Non uno stravolgimento della cucina. Un metodo.

La formazione è partita dal corso AIC poi, con la consulenza in loco, è diventata pratica interna: prove, proposte, aggiustamenti progressivi. **La parte più critica non è stata organizzare la cucina, ma la sala.** Un ciclo produttivo costruito bene che si interrompe a causa di uno scambio involontario di piatti in sala non serve a niente. La formazione deve coinvolgere tutte e tutti: chi cucina, chi serve, chi prende la comanda e chi risponde al telefono.

Le persone con celiachia tornano nel ristorante di Paci perché si trovano bene. Ma ciò che apprezzano di più non è il piatto senza glutine in sé, è essere ascoltati fin dalla presa della comanda, sentirsi ospiti come tutti gli altri, percepire la cura nella preparazione del piatto prima ancora del servizio.

Ai colleghi che gli chiedono come fare, Paci racconta che, prima di iniziare un programma, è importante avere uno sguardo diverso sulle persone: *“Far finta di cucinare ogni giorno per la propria bambina, vederla cenare insieme agli altri senza sentirsi diversa, senza aspettare il suo turno e immaginare il suo sorriso mentre mangia. Il costo è relativo anche perché c'è un bel ritorno economico, professionale e morale. Amico mio, metti tanto cuore”.*

## Come funziona il programma AFC

AIC non è un marchio certificatore nel senso tradizionale. È un'associazione di pazienti per i pazienti che gestisce il programma **Alimentazione Fuori Casa senza glutine** attraverso le proprie sezioni territoriali distribuite in tutta Italia. Il programma conta oggi oltre 5.000 locali aderenti. AIC impone il rispetto delle proprie linee guida nazionali a tutti gli operatori che aderiscono al progetto AFC, che sono vincolanti per garantire la sicurezza del consumatore con celiachia.

**Il percorso di adesione prevede cinque componenti.** La prima è il corso di formazione teorico-pratico, sulle caratteristiche della celiachia e sulle tecniche di cucina gluten free. La seconda è la consulenza in loco: tutor AIC che visitano il locale e aiutano a costruire il ciclo produttivo senza contaminazioni crociate, adattandosi alla realtà specifica di ogni cucina. La terza è la visita di controllo annuale. La quarta è la comunicazione: guida cartacea alla ristorazione senza glutine, sito celiachia.it, app AIC Mobile usata anche dai turisti stranieri grazie alla rete con le associazioni estere di persone con celiachia. La quinta è l'aggiornamento continuo attraverso la firma di un protocollo d'intesa che coinvolge il locale nel tempo.

**I dati economici parlano chiaro.** Il 70% delle persone con celiachia torna in un locale che ha garantito loro un pasto gluten free sicuro e lo consuma in media con altri tre o quattro commensali.<sup>13</sup> L'86% dei locali AFC registra un ritorno economico positivo, contro il 71% dei locali non aderenti. Nel 69% dei locali AFC la richiesta di piatti senza glutine avviene molto di frequente, quasi quotidianamente.

**Il mercato esiste.** In Italia le persone con diagnosi di celiachia sono oltre 280.000 secondo i dati del Ministero della Salute, ma si stima che quelle effettive superino il mezzo milione perché molte non hanno ancora ricevuto una diagnosi.<sup>14</sup> A queste si aggiungono oltre 200.000 turisti stranieri con celiachia che visitano l'Italia ogni anno.<sup>15</sup> Non è una nicchia: è un segmento di clienti in crescita strutturale che sceglie i locali dove sa di poter mangiare in sicurezza e ci torna.

## Il falso mito da sfatare

La convinzione che serva una cucina separata per garantire sicurezza alle persone con celiachia è il principale ostacolo alla diffusione di questo servizio in Italia.

Non è così. **Ciò che serve è un ciclo produttivo privo di contaminazioni crociate:** dalla selezione delle materie prime alla preparazione, dalla cottura al servizio. Servono buone pratiche igieniche, un metodo documentato e verificabile e formazione estesa a tutto il personale. La cucina separata è una scelta organizzativa di livello superiore, non un requisito. C'è poi una distinzione che vale la pena rendere esplicita: indicare i 14 allergeni sul menù è un obbligo di legge per tutte e tutti. Avere un ciclo produttivo verificabile per celiaci è uno standard di qualità. Aderire ad un programma come quello AFC con visite annuali è uno standard avanzato. Tre livelli distinti. Un locale che rispetta solo il primo non è automaticamente sicuro per una persona celiaca.

## Cosa replicare

Le leve replicabili del modello Maracuja e del programma AFC.

- **Il metodo prima dell'infrastruttura.** Non servono due cucine per fare ristorazione sicura per persone con celiachia. Serve un ciclo produttivo senza contaminazioni crociate, documentato e verificabile. Il costo concerne la formazione e il metodo, non l'edilizia.
- **La formazione deve riguardare tutto il personale.** Il ciclo produttivo in cucina non ha nessun valore se chi porta il piatto al tavolo non sa cosa sta facendo. La formazione deve coinvolgere ogni persona che lavora in sala, non solo chi cucina.
- **La verifica di terzi come asset comunicativo.** Le persone con celiachia non sempre si fidano delle autocertificazioni, si fidano molto di più di chi ha superato i controlli di un ente terzo indipendente. Il marchio AFC esposto e visibile all'ingresso

del locale, ad esempio, comunica una cosa precisa: qui qualcuno è venuto a controllare.

- **Ascoltare prima di servire.** Quello che le persone con celiachia apprezzano di più non è il piatto in sé, ma essere ascoltate fin dalla presa della comanda, sentirsi ospiti come tutti gli altri.
- **Il ritorno economico è reale.** Il 70% delle persone con celiachia torna dove si è trovata bene e porta con sé altri ospiti. Investire nell'accessibilità alimentare non è un costo, è un investimento con un ritorno misurabile.

## Esigenze degli ospiti per ogni dimensione di accessibilità

Questa sezione analizza le **esigenze delle persone con disabilità o esigenze specifiche nelle strutture ristorative**, prendendo in esame una dimensione di accessibilità alla volta. È pensata per aiutare chi gestisce un locale a capire che cosa si aspetta chi entra nel locale, prima ancora di sapere che cosa fare. Le varie dimensioni dell'accessibilità a cui si farà riferimento seguono lo stesso schema usato in tutta la Parte II.

### Accessibilità informativa

Prima di entrare in un ristorante, chi ha esigenze specifiche cerca informazioni. Vuole sapere se ci sono gradini all'ingresso, quanto sono larghe le porte e quanto sono alti i tavoli; se il bagno è accessibile; se il menù è online ed è navigabile con *screen reader*; se il ristorante ha specifiche competenze per gestire gli allergeni e le contaminazioni crociate; com'è l'acustica del locale. Queste informazioni devono essere disponibili online, aggiornate e precise. Un sito che non risponde a queste domande spinge spesso l'ospite a rinunciare. La scheda del locale sulle piattaforme di prenotazione e il suo sito web sono il primo punto di contatto con chi ha esigenze specifiche: devono essere completi, verificati e accessibili anche a chi usa uno *screen reader*.

Personale formato sulla celiachia, sulle intolleranze e sulle allergie alimentari. Linguaggio tecnico, nessuna minimizzazione delle richieste, tempi adeguati nel prendere la comanda. Chi ha esigenze alimentari non vuole essere trattato come un problema da gestire, desidera essere un ospite come tutti gli altri.

### Accessibilità alimentare

Per le persone con celiachia, intolleranze certificate o allergie alimentari, il ristorante rappresenta l'ambiente a rischio più frequente durante il viaggio. Hanno bisogno di sapere se il ciclo produttivo esclude contaminazioni crociate, non solo se gli ingredienti allergenici sono indicati nel menù. Indicare gli allergeni è un obbligo di legge, gestire possibili contaminazioni in modo verificabile è uno standard di qualità.

### Accessibilità fisica

Accesso all'ingresso senza gradini o con rampa, percorso ai tavoli praticabile con sedia a ruote

(passaggi di almeno 90 cm), almeno il 20% dei tavoli con altezza del piano di 75-80 cm e spazio sottostante libero per l'avvicinamento frontale, bagno accessibile raggiungibile senza scale.

### **Accessibilità visiva**

Menù disponibile in formato digitale con QR code accessibile anche tramite *screen reader*.

### **Accessibilità uditiva**

Menù digitale molto dettagliato, consultabile in autonomia senza dover chiedere troppe informazioni a voce. Personale che sa di dover comunicare per iscritto con persone sorde o che usa la Lingua Italiana dei Segni (LIS), l'International Sign (IS) o interpreti digitali supportati dall'Intelligenza Artificiale.

### **Accessibilità intellettuale e del neurosviluppo**

Ambiente con buona acustica. Menù semplice, ordinato, con i piatti suddivisi in sezioni logiche e ben separate; descrizione degli ingredienti principali e delle tecniche di cottura utilizzando un linguaggio chiaro e senza ambiguità. Personale disponibile a spiegare i piatti, che non eserciti pressioni durante la presa della comanda.

### **Accessibilità digitale**

Menù online accessibile, aggiornato e navigabile con *screen reader*. Possibilità di comunicare esigenze alimentari alla prenotazione senza obbligo di telefonare. Presenza del locale su app AIC Mobile o su altre app specifiche per chi cerca locali gluten free.

## **Lista di implementazione: norma vs standard**

Questa sezione distingue l'obbligo normativo dallo standard di qualità nel fornire un servizio, che rende l'esperienza effettivamente fruibile. La distinzione non è teorica, un ristorante che rispetta solo la norma può comunque risultare inaccessibile per chi ha esigenze specifiche.

### **Alimentare**

- Norma:** Indicazione dei 14 allergeni quando presenti come ingredienti nei singoli piatti obbligatoria per tutte e tutti. In alcune regioni esistono specifiche norme dedicate alla ristorazione senza glutine.
- Norma:** Mense pubbliche: il pasto garantito per chi è celiaco.
- Standard:** Ciclo produttivo senza contaminazione crociata documentato e verificabile e formazione estesa a tutto il personale.
- Standard avanzato:** Adesione ad un programma, come ad esempio quello AFC, con visita annuale, consulenza in loco e aggiornamento continuo.
- Standard avanzato:** esporre un logo, come ad esempio quello del marchio AFC, per garantire alle persone con celiachia sia italiane che straniere la massima riconoscibilità.

## Fisica

- Norma:** Accesso a norma per persone con disabilità fisica.<sup>16</sup>
- Standard:** Percorso accessibile a tutti i tavoli, non solo a quelli vicini all'ingresso e le porte di larghezza  $\geq 90$ cm.
- Standard:** Almeno il 20% dei tavoli con altezza del piano di 75-80 cm e spazio sottostante libero.
- Norma:** Bagno accessibile (DM 236/1989).
- Standard:** Bagno accessibile e raggiungibile senza scale intermedie.

## Digitale

- Norma (EAA 2025):** Sito web accessibile WCAG 2.1 AA per imprese non micro.<sup>17</sup>
- Standard:** Menù online accessibile e navigabile con screen reader.
- Standard:** Possibilità di comunicare esigenze alimentari alla prenotazione senza obbligo di telefonare.

## Checklist operativa

Questa lista operativa è un elenco strutturato di voci, attività o comportamenti da verificare e da svolgere affinché chi gestisce un'attività di ristorazione possa offrire servizi sempre più accessibili ai propri ospiti.

- Ciclo produttivo senza contaminazioni crociate documentato per la preparazione di piatti senza glutine o per soggetti allergici o intolleranti al lattosio.
- Formazione estesa a tutto il personale: cucina e sala.
- Adesione ad un protocollo di verifica e monitoraggio da parte di un soggetto terzo (AFC o equivalente) con ispezione periodica.
- Accesso fisico all'ingresso senza gradini o con rampa e passaggi di almeno 90 cm.
- Almeno il 20% dei tavoli accessibili (altezza piano 75-80 cm, spazio sottostante libero).
- Bagno accessibile raggiungibile senza scale.
- Menù disponibile in formato digitale accessibile con screen reader e scritto con caratteri grandi.
- Scheda del locale aggiornata sulle piattaforme di prenotazione con informazioni sull'accessibilità.
- Possibilità di comunicare esigenze alimentari alla prenotazione senza obbligo di telefonare.
- Personale che sa di dover comunicare per iscritto con persone sorde o che usa la LIS, la IS o interpreti digitali supportati dall'Intelligenza Artificiale
- Menù alternativo in CAA o con scrittura semplificata.

## NOTE - CAPITOLO 10

---

- <sup>9</sup> La soglia di tolleranza al glutine nelle persone celiache è di 10 milligrammi al giorno come dose che può provocare danni intestinali, è riferita a soggetti sensibili ed è citata nella letteratura scientifica come soglia cautelativa. Catassi C. et al., A prospective, double-blind, placebo-controlled trial to establish a safe gluten threshold for patients with celiac disease, *American Journal of Clinical Nutrition*, 2007.
- <sup>10</sup> Legge 4 luglio 2005, n. 123, art. 4, G.U. n. 156 del 7 luglio 2005.
- <sup>11</sup> Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio, 25 ottobre 2011, art. 9 e allegato II.
- <sup>12</sup> Indagine AIC Ristorazione e celiachia in Italia, 2023, [celiachia.it](http://celiachia.it).
- <sup>13</sup> Indagine AIC Io celiaco 2021 e Indagine Ristorazione e celiachia in Italia 2023, [celiachia.it](http://celiachia.it).
- <sup>14</sup> Ministero della Salute, *Relazione annuale al Parlamento sulla celiachia - anno 2024, AIC, dati epidemiologici 2024*, pubblicata il 17 aprile 2026 <https://www.celiachia.it/pubblicata-la-relazione-al-parlamento-sulla-celiachia-2/>
- <sup>15</sup> ISTAT, Movimento turistico in Italia, 2024. Dato stimato su base AIC e reti europee di associazioni celiachia (AOECS).
- <sup>16</sup> DM 236/1989, DPR 503/1996
- <sup>17</sup> EAA 2025, European Accessibility Act (EAA) recepito in Italia con il D.Lgs. 82/2022 entrato in vigore il 28 giugno 2025

## Il mare non è una passerella

### Il problema: l'accessibilità balneare che si ferma a riva

In Italia si è sviluppata negli anni una certa retorica **sull'accessibilità balneare**. Si parla di passerelle, di pedane, di rampe che arrivano fino all'acqua. Si installa una struttura in legno che attraversa la sabbia e la si presenta come soluzione. **Il problema è che la passerella risolve solo una parte del problema, e non la più importante.**

La passerella permette di avvicinarsi all'acqua con una sedia a ruote. Non permette di entrarci. Non permette di nuotare, di galleggiare, di fare il bagno nel senso pieno del termine. Per una persona con disabilità fisica che usa la sedia a ruote, la passerella che si ferma a riva è l'equivalente di un museo con la rampa all'ingresso ma con le scale al suo interno: non è fruibile.

Il quadro normativo italiano prevede l'obbligo di accessibilità e visitabilità degli impianti balneari già dalla Legge 118/1971, confermato dalla Legge 104/1992. La Legge 494/1993 ha esteso il principio alla possibilità effettiva di fruire del mare, non solo di avvicinarsi ad esso.<sup>18</sup>

**Eppure, la distanza tra il diritto sancito per legge e la realtà effettiva dei lidi italiani rimane ancora molto ampia.** La passerella è diventata la risposta standard, la soluzione minima che permette di spuntare una casella senza dover affrontare la complessità di quello che viene dopo.

**Quello che viene dopo è il bagno.** E il bagno richiede ausili specifici, personale formato, un protocollo di assistenza in acqua e una cultura dell'accoglienza che metta la persona al centro. Queste cose non si improvvisano e non si comprano in un catalogo, si costruiscono nel tempo, con esperienza e con il contributo diretto delle persone con disabilità.

Il progetto Zero Barriere di San Vito Lo Capo lo ha fatto, a partire dal 2008, con un modello diventato punto di riferimento per il turismo balneare accessibile in Italia e non solo.

### IL CASO: ZERO BARRIERE, SAN VITO LO CAPO

#### Un progetto nato dalla consapevolezza condivisa

San Vito Lo Capo è una delle spiagge più famose della Sicilia. Acqua trasparente, sabbia bianca, un borgo che ogni anno ospita un evento dedicato all'integrazione culturale, il Cous

Cous Fest. È anche il luogo dove, nel 2008, un gruppo di persone con disabilità ha deciso che il diritto alla balneazione dovesse diventare qualcosa di concreto, non soltanto una formula scritta nelle leggi.

Il **progetto Zero Barriere** è nato da questa consapevolezza condivisa: **l'assenza di spazi balneari realmente inclusivi nel territorio**. Non una risposta ad un bando, non un progetto imposto dall'alto, bensì una scelta fatta insieme a chi conosceva il problema dall'interno. L'obiettivo consisteva nel tradurre il diritto alla balneazione da concetto teorico a realtà pratica. Oggi Zero Barriere accoglie oltre 4.000 persone a stagione. L'utenza arriva da tutta Italia e da molti Paesi del mondo: negli anni la spiaggia è diventata una destinazione di riferimento per il turismo balneare accessibile a livello internazionale, un dato che racconta quanto la domanda sia reale e quanto l'offerta sia ancora scarsa.

## Cosa rende Zero Barriere diverso da una spiaggia attrezzata

La differenza non è nella struttura fisica, ma nel modello di accoglienza e nel livello di assistenza disponibile.

Zero Barriere dispone di una biblioteca di ausili: sedie JOB, Sand&Sea e Tiralo, ognuna con caratteristiche diverse di galleggiamento, stabilità sulla sabbia e supporto posturale. La scelta dell'ausilio non è imposta dal personale ma è il frutto di un dialogo con la persona che deve usarlo. Chi arriva, ha la possibilità di **scegliere insieme al personale l'ausilio più adatto al proprio corpo e alle proprie esigenze**. È un dettaglio che cambia tutto: non è la persona che si deve adattare all'ausilio disponibile, è l'ausilio stesso ad adattarsi alla persona.

**Il personale è formato** con un programma sviluppato internamente che si evolve nel tempo sulla base dell'esperienza sul campo e del feedback degli utenti. Non è un corso statico: è un percorso che si aggiorna ogni stagione. La formazione copre non solo le tecniche di assistenza in acqua ma anche la cultura dell'accoglienza, il modo di relazionarsi con persone con diverse tipologie di disabilità, la capacità di leggere le esigenze senza farle sembrare un problema.

Il modello è sostenuto dal Comune di San Vito Lo Capo con una compartecipazione economica, integrata da donazioni del 5x1000 e da attività di raccolta fondi.

## La lezione che non si trasferisce con una brochure

Zero Barriere negli anni ha attirato l'interesse di diverse amministrazioni comunali desiderose di replicare l'approccio integrato all'accessibilità. Nella maggior parte dei casi, i tentativi non sono andati a buon fine. Il motivo è preciso: **molti replicano la struttura fisica senza replicare la cultura dell'accoglienza**. Installano una passerella, acquistano qualche ausilio, aprono uno spazio dedicato. Ma non costruiscono la relazione con le persone con

disabilità, non formano il personale in modo adeguato, non sviluppano quella capacità di ascolto che è il cuore del modello.



### *La voce di zero barriere*

*“La lezione fondamentale è il valore della reale parità di opportunità. Abbiamo imparato che l’accessibilità non è un favore, ma un diritto: creare una fruizione libera e senza vincoli significa costruire un luogo dove tutte e tutti sono uguali di fronte alla bellezza del mare.”*

Non basta la passerella, serve una cultura dell’accoglienza che metta la persona al centro. È una visione che non sempre i potenziali partner sono pronti ad abbracciare integralmente. Il punto di arrivo di Zero Barriere non è la struttura, ma la persona che entra in acqua.

## Cosa replicare

Le leve replicabili del modello Zero Barriere

- **Distinguere l’accesso alla battigia dall’esperienza di vivere e di godere del mare.** La passerella risolve solo il primo problema. Il secondo richiede ausili idonei, personale formato all’assistenza in acqua e un protocollo di accoglienza. Chi progetta un servizio balneare accessibile deve avere chiari entrambi gli obiettivi.
- **La biblioteca di ausili invece dell’ausilio standard.** Sedie con caratteristiche diverse di galleggiamento e di supporto posturale permettono di adattare il servizio alle esigenze di persone con disabilità molto diverse. La scelta dell’ausilio deve spettare al fruitore, non al gestore.
- **La formazione che si evolve nel tempo.** Un programma di formazione del personale balneare che si aggiorna ogni stagione sulla base dell’esperienza e del feedback degli utenti è più efficace di un corso fatto una volta sola. La formazione non è un adempimento ma un processo continuo.
- **Il dialogo con le persone con disabilità come metodo di progettazione.** Zero Barriere è nato da una consapevolezza condivisa con persone con disabilità, non da una proposta calata dall’alto. Questo è il motivo per cui funziona. Chi progetta un servizio di balneazione accessibile senza il contributo diretto di chi lo userà rischia di concentrarsi sul problema sbagliato o di risolverlo in modo errato.
- **Il modello misto pubblico-privato-terzo settore.** La sostenibilità di Zero Barriere dipende dalla combinazione tra compartecipazione del Comune, 5x1000 e raccolta

fondi. Nessuna delle tre fonti da sola sarebbe sufficiente. Un modello di questo tipo richiede che il soggetto istituzionale locale riconosca il valore del servizio e contribuisca a finanziarlo.

- **La cultura dell'accoglienza non si replica con una brochure.** I tentativi di replica di Zero Barriere che non hanno funzionato hanno in comune lo stesso errore: hanno copiato la struttura senza la cultura. La struttura fisica è la parte più semplice. La parte difficile è costruire un'organizzazione che mette la persona al centro.

## Esigenze degli ospiti per dimensione

Questa sezione analizza le esigenze delle persone con disabilità o esigenze specifiche nel contesto della fruizione della natura e dell'outdoor: parchi, sentieri e altre strutture naturalistiche, con un *focus* particolare sull'ambiente balneare.

### Accessibilità informativa

Prima di arrivare, chi ha esigenze specifiche cerca informazioni precise: che tipo di ausili sono disponibili, come si prenota il servizio, dove si parcheggia, se c'è un bagno accessibile vicino all'area attrezzata. Queste informazioni devono essere disponibili sul sito web e aggiornate. Una telefonata per avere informazioni di base rappresenta già una prima barriera: è necessario poter trovare le informazioni online.

Il personale deve essere formato all'assistenza specifica in acqua e all'accoglienza di persone con diverse tipologie di disabilità. La formazione non è un corso, ma un processo che si aggiorna nel tempo.

### Accessibilità fisica

Percorso accessibile dal parcheggio all'area balneare. Passerella fino alla battigia. Ausili per l'ingresso in acqua (sedia JOB o equivalente) e per la permanenza sulla sabbia. Servizi igienici accessibili nelle vicinanze. Spogliatoio accessibile con doccia.

### Accessibilità visiva

Segnaletica chiara e ad alto contrasto dal parcheggio all'area attrezzata. Personale che sa descrivere verbalmente l'ambiente e guidare chi non vede nell'orientamento.

### Accessibilità uditiva

Segnali visivi per le comunicazioni di sicurezza. Personale formato a comunicare in modo accessibile alle persone sorde con la Lingua Italiana dei Segni (LIS), l'International Sign (IS) o con interpreti digitali supportati dall'Intelligenza Artificiale.

### Accessibilità intellettiva e del neurosviluppo

Ambiente non eccessivamente sovraccarico di stimoli. Personale con capacità di comunicare in modo semplice e paziente. Possibilità di prepararsi in anticipo alla visita con informazioni disponibili online.

## Accessibilità alimentare

Se il servizio include ristorazione o bar: gestione degli allergeni documentata, 14 allergeni indicati obbligatoriamente.

## Accessibilità digitale

Sito accessibile con informazioni precise sull'accessibilità del servizio. Prenotazione online senza obbligo di telefonare. Modulo di prenotazione che permette di comunicare le proprie esigenze specifiche in anticipo.

## Lista di implementazione: norma vs standard

Questa sezione distingue l'obbligo normativo dallo standard di qualità nel fornire un servizio. Il quadro normativo italiano sull'accessibilità balneare è più avanzato di quanto spesso si pensi. Il problema non è l'assenza di norme: è la distanza tra quello che le norme richiedono e quello che nella pratica viene realizzato.

### Fisica - accesso

- Norma:** Accessibilità e visitabilità degli impianti balneari.
- Norma:** Possibilità effettiva di fruire del mare.
- Standard minimo:** Passerella accessibile fino alla battigia e servizi igienici accessibili.
- Standard:** Ausili per l'ingresso in acqua disponibili e in buone condizioni e spogliatoio accessibile con doccia.
- Standard avanzato:** Biblioteca di ausili differenziati (diversi livelli di galleggiamento e supporto posturale) e personale formato all'assistenza in acqua.

### Fisica - percorso

- Standard:** Percorso accessibile dal parcheggio all'area attrezzata senza barriere.
- Standard:** Parcheggio riservato nelle immediate vicinanze dell'accesso.

### Relazionale - formazione

- Standard:** Almeno due operatori per stagione formati all'assistenza in acqua e all'accoglienza di persone con diverse tipologie di disabilità.
- Standard avanzato:** Programma di formazione aggiornato annualmente sulla base del feedback degli utenti.

### Digitale e informativo

- Standard:** Pagina dedicata sul sito con informazioni precise sull'accessibilità: ausili disponibili, modalità di prenotazione, servizi igienici, parcheggio.
- Standard:** Prenotazione online con possibilità di comunicare le esigenze specifiche in anticipo.

## Checklist operativa

Questo è un elenco strutturato di voci, attività o comportamenti da verificare e da svolgere affinché i gestori di strutture balneari e di aree naturalistiche possano offrire servizi sempre più accessibili.

- Pagina sul sito con informazioni precise sull'accessibilità del servizio.
- Passerella accessibile dalla spiaggia fino alla battigia.
- Almeno un ausilio per l'ingresso in acqua disponibile e in buone condizioni.
- Servizi igienici accessibili nelle vicinanze immediate dell'area attrezzata.
- Spogliatoio accessibile con doccia.
- Parcheggio riservato nelle immediate vicinanze dell'accesso.
- Almeno due operatori formati all'assistenza in acqua o nei parchi ove necessario.
- Personale che sa di dover comunicare per iscritto con persone sorde o che usa la LIS, la IS o interpreti digitali supportati dall'Intelligenza Artificiale.
- Possibilità di prenotare online comunicando le proprie esigenze in anticipo.
- Segnaletica chiara e ad alto contrasto dal parcheggio all'area attrezzata.
- Personale che sa descrivere verbalmente l'ambiente e guidare chi non vede nell'orientamento, o soluzioni digitali alternative.

## NOTE - CAPITOLO 11

---

<sup>18</sup> Legge 30 marzo 1971, n. 118, art. 27, G.U. n. 82 del 2 aprile 1971. Legge 5 febbraio 1992, n. 104, art. 23, G.U. n. 39 del 17 febbraio 1992. Legge 5 agosto 1993, n. 494, G.U. n. 17 del 22 gennaio 1994, art. 1.

## Il patrimonio culturale è di tutte e tutti. O quasi.

### Il problema: un museo non è accessibile solo perché si può entrare

L'Italia ha il patrimonio culturale più ricco al mondo per densità. Ha più siti UNESCO di qualsiasi altro Paese, oltre 4.000 musei, aree archeologiche, chiese, cappelle, ville e borghi storici distribuiti su tutto il territorio. L'Italia storicamente si è orientata in prevalenza alla **conservazione di questo immenso patrimonio** e solo in un periodo più recente ha cercato di **renderlo anche fruibile** ad un pubblico con necessità specifiche. I dati ISTAT 2022 lo documentano con precisione: il 75,7% dei musei italiani ha adattamenti per la disabilità fisica. Solo il 7,7% dispone di mappe tattili orientative. Solo il 9,5% ha percorsi tattili. Solo il 4,4% offre contenuti in Lingua Italiana dei Segni (LIS). Solo il 10,8% ha percorsi per persone con disabilità intellettiva e del neurosviluppo.<sup>19</sup>

C'è una distinzione che vale la pena rendere esplicita: **un museo in cui si può entrare con la sedia a ruote non è necessariamente un museo accessibile**. L'accessibilità fisica è una condizione necessaria che però non è sufficiente. Una persona con disabilità visiva che entra in un museo con percorsi fisicamente agibili si trova davanti ad oggetti esposti dietro ad un vetro, didascalie scritte in carattere standard, audioguide non descrittive. Può entrare, ma non può fruire dell'esperienza.

Lo stesso vale per chi è sordo: le audioguide sono inutilizzabili, i video raramente hanno sottotitoli o interpretariato in LIS e in International Sign (IS). Per chi ha bisogni comunicativi specifici o una disabilità intellettiva e del neurosviluppo, l'impossibilità di prepararsi in anticipo all'esperienza, i testi troppo complessi e densi di informazioni e l'ambiente sensorialmente sovraccarico, rendono la visita inaccessibile anche in assenza di qualsiasi barriera fisica.

Questo capitolo racconta due casi che hanno affrontato questo problema da angolazioni diverse: il Museo Egizio di Torino, con un progetto sistemico su più dimensioni finanziato dal PNRR, e Chiese a porte aperte, un sistema che ha aperto al pubblico decine di luoghi di arte sacra normalmente chiusi, progettato fin dall'inizio per essere fruibile da tutte e tutti.

## PRIMO CASO: IL MUSEO EGIZIO - TORINO

### Un museo che ha smesso di essere una vetrina

Il **Museo Egizio - Torino** è il più antico museo al mondo interamente dedicato alla civiltà egizia, con una delle collezioni più ricche e prestigiose a livello globale. Ogni anno accoglie oltre un milione di visitatori e visitatrici. Per anni è stato, nella sua struttura di base, una vetrina.

A giugno del 2023, il Museo Egizio ha avviato la progettazione di resa accessibile degli spazi e dei contenuti museali, finanziato con 499.767 euro nell'ambito del PNRR, per la rimozione di barriere fisiche e cognitive nei luoghi della cultura. Il progetto si è concluso nel 2024.<sup>20</sup> Non un intervento isolato, ma **un progetto di sistema**, sviluppato in collaborazione con diversi partner, ciascuno con una competenza specifica.

**Il PNRR ha funzionato da acceleratore.** Dal 2025 il Museo Egizio continua a mantenere e migliorare il proprio sistema di accessibilità con fondi propri. È la scelta che trasforma un progetto in un sistema: non aspettare il prossimo bando per incrementare e migliorare gli interventi in materia di accessibilità, ma assumersi la responsabilità di quanto costruito e farlo durare nel tempo.

Tra i partner, l'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti Piemonte e Torino (UICI) e l'Istituto dei Sordi di Torino hanno partecipato attivamente alla progettazione e al testing degli strumenti, portando il punto di vista di chi li avrebbe usati ogni giorno. Tactile Vision Lab ha realizzato il percorso visivo-tattile e audiodescrittivo. La Fondazione Paideia ha progettato ausili comunicativi per persone con neurodivergenza. Questo è il punto metodologico più importante: non si è chiesto a consulenti di progettare per le persone con disabilità, **si è progettato insieme a loro.**

## Cosa è stato fatto: quattro dimensioni, un sistema

Presso il Museo Egizio, sin dagli anni 90 sono previste visite guidate per persone con disabilità. Grazie ai fondi del PNRR, il Museo ha potuto dotarsi di strumenti di accessibilità per la visita libera, di cui era sprovvisto.

Per quanto riguarda la **disabilità visiva**: sono stati installati 36 pannelli visivo-tattili lungo l'intero itinerario di visita su tutti e cinque i piani del museo. Ogni pannello integra informazioni ad alta leggibilità, elementi ad alto contrasto e componenti in rilievo esplorabili tattilmente. Ogni piano ha un pannello di orientamento con la planimetria in rilievo, la localizzazione dei servizi e la posizione dei dispositivi di approfondimento. Il progetto include anche l'esplorazione tattile diretta di 20 reperti selezionati: chi ha una disabilità visiva può richiedere in portineria un badge che abilita il contatto diretto con le opere. Le audiodescrizioni che accompagnano l'esperienza tattile sono in italiano e inglese, accessibili tramite QR code.

Di particolare rilievo il modello ligneo del palazzo: consente di comprendere la morfologia dell'intero edificio storico che ospita il museo attraverso l'esplorazione tattile tridimensionale, accompagnata da un'audiodescrizione dedicata che guida il percorso.

Per la **disabilità uditiva**: interpretariato in LIS e IS dell'intera audioguida, fruibile nella webapp del museo. Inoltre, è stato realizzato il primo glossario di termini egittologici in LIS mai prodotto.

Per le persone con **disabilità intellettiva e del neurosviluppo**: guide in simboli CAA (Comunicazione Aumentativa Alternativa) scaricabili gratuitamente, tra cui una versione della Pimpa al Museo Egizio per i bambini e una guida breve per adulti. Tre supporti in **Leggere Facile** sulle collezioni principali. Il Leggere Facile è una metodologia di scrittura che semplifica il linguaggio senza impoverirlo: frasi brevi, vocabolario comune, struttura prevedibile, supporto visivo di immagini. È lo strumento pensato per chi ha difficoltà di comprensione del testo scritto, incluse persone con disabilità intellettiva e del neurosviluppo, con DSA o con scarsa familiarità con la lingua italiana. **Una Storia Sociale online**, un documento multimediale che racconta in prima persona cosa succederà durante la visita: com'è fatto il museo, cosa si vedrà, dove sono i bagni, cosa fare se si ha bisogno di una pausa. La Storia Sociale è uno strumento nato per le persone con disturbo dello spettro autistico: permette di prepararsi ad un'esperienza nuova riducendo l'ansia da imprevisto, che è spesso la barriera principale. Uno spazio di quiete, la **Quiet Room**, al secondo piano: una stanza insonorizzata dove chi ha bisogno di una pausa sensoriale può fermarsi senza sentirsi fuori posto. Non è segnalata come stanza per persone con disabilità: è uno spazio accessibile a chiunque ne abbia bisogno. Un elemento che non appare nei cataloghi degli strumenti ma che il Museo Egizio considera imprescindibile è la **formazione del personale**. Ogni nuovo assunto riceve un minikit registrato sull'accessibilità: video e materiali che spiegano quali sono gli strumenti disponibili, come funzionano e come accompagnare i visitatori con disabilità nell'usarli. Una volta all'anno, tutti i dipendenti partecipano a una sessione di aggiornamento. La logica è semplice: gli strumenti fisici senza personale capace di valorizzarli restano strumenti. La formazione non è un adempimento iniziale: è manutenzione ordinaria del sistema.

Il progetto è stato presentato al pubblico il 24 settembre 2024 ed è diventato rapidamente un punto di riferimento nel dibattito sull'accessibilità museale italiana. Non solo per la ricchezza degli strumenti prodotti, ma per il metodo: co-progettazione con le persone con disabilità, partnership con esperti specializzati, finanziamento pubblico usato per costruire sistema e non per interventi isolati.

## **Il lavoro di Tactile Vision e di Fondazione Paideia**

**I pannelli visivo-tattili del Museo Egizio non sono pannelli informativi con qualche elemento in rilievo aggiunto.** Sono dispositivi progettati secondo criteri avanzati di fruizione multisensoriale, che integrano informazioni ad alta leggibilità, elementi ad alto contrasto e componenti esplorabili tattilmente. La distribuzione lungo i cinque piani del museo segue una logica narrativa precisa: i pannelli di orientamento generale

aiutano chi non vede a costruire una mappa mentale dello spazio prima ancora di iniziare il percorso, restituendo la configurazione degli ambienti, la localizzazione dei servizi e la posizione degli strumenti di approfondimento. **I pannelli tematici**, invece, accompagnano l'esplorazione delle collezioni in tutte le sezioni: il percorso cronologico, la Galleria della scrittura, la sezione Materia, Forma del tempo, la Cappella rupestre di Ellesija, la Galleria dei Re. Ognuno con la sua combinazione di rilievo, testo e QR code per l'audiodescrizione. Tactile Vision Lab, che ha realizzato gli strumenti co-progettati con il Museo, ha lavorato con un approccio interdisciplinare che integra competenze di museografia, design dell'informazione, accessibilità sensoriale e tecnologie digitali e secondo i principi dell'*Universal Design*.

**Fondazione Paideia** si occupa da anni di sostenere le famiglie con bambine e bambini con disabilità e di promuoverne l'inclusione nella vita culturale e sociale. Insieme al Museo Egizio ha co-progettato un sistema di strumenti, che ha poi realizzato, che copre due momenti diversi dell'esperienza, dalla preparazione a casa alla visita: la Storia Sociale, i materiali in CAA e in Leggere Facile. Ha inoltre contribuito alla definizione della Quiet Room.

Il valore di entrambe le collaborazioni non è solo negli strumenti prodotti. È nel metodo: Tactile Vision Lab e Fondazione Paideia non hanno lavorato in parallelo al museo, hanno lavorato con il Museo Egizio, con il coinvolgimento diretto di UICI, dell'Istituto dei Sordi e delle persone con disabilità, che hanno testato ogni strumento prima della messa in opera. Questo modello distingue un progetto che funziona da uno che viene inaugurato e poi dimenticato.

## SECONDO CASO: CHIESE A PORTE APERTE

### Il patrimonio diffuso: vincere la sfida della porta chiusa

Accanto ai grandi musei istituzionali **esiste un altro tipo di patrimonio culturale italiano, quello diffuso**: le migliaia di chiese, cappelle, oratori e santuari rurali distribuiti su tutto il territorio nazionale, difficilmente accessibili e aperti al pubblico solo in occasioni speciali. Luoghi di arte sacra prevalentemente medievale e rinascimentale, in molti casi impreziositi da affreschi di grande interesse culturale e rilievo storico. Luoghi vivi e riconosciuti dalle comunità che li custodiscono e se ne prendono cura ma che non hanno custodi fissi, che non possono permettersi orari di apertura continuati.

**"Chiese a porte aperte"** è un sistema ideato dalla Consulta per i Beni Culturali Ecclesiastici del Piemonte e Valle d'Aosta e dalla Fondazione CRT, avviato nel 2018. Permette di visitare in autonomia, 365 giorni all'anno dalle 9 alle 18, luoghi di arte sacra normalmente inaccessibili, usando lo smartphone come chiave. Ad aprile 2026 il sistema contava 75 beni culturali ecclesiastici allestiti in Piemonte e Valle d'Aosta, organizzati in 6 itinerari di visita. L'app è stata scaricata oltre 15.000 volte, il sistema accoglie circa 35.000 visitatori all'anno e coinvolge 75 comunità locali e circa 500 volontari. Nessun atto di vandalismo è stato registrato dall'avvio.<sup>21</sup>

## Come funziona

Il visitatore scarica l'App gratuita, disponibile per iOS e Android, si registra con i propri dati anagrafici e prenota uno slot temporale per la visita. Arrivato davanti alla chiesa, inquadra il QR code all'ingresso: la porta si apre automaticamente. Le visite sono esclusivamente per slot, durante il proprio turno nessun altro può accedere.

All'interno si preme un pulsante, si sceglie la lingua (italiano, francese, inglese) e parte la narrazione audio attraverso i diffusori acustici della chiesa. Una regia di luci direzionali sincronizzate illumina il brano affrescato o il particolare architettonico descritto in quel momento: udito e vista lavorano insieme, senza dover guardare lo schermo. Ogni luogo ha un io narrante diverso, un personaggio reale o di fantasia che accoglie il visitatore come padrone di casa.

## L'accessibilità come principio fondativo, non come aggiunta

“Chiese a porte aperte” è stato progettato fin dall'inizio con il principio dell'*Universal Design*: un'unica narrazione per tutte e tutti, costruita per essere fruibile da persone con esigenze diverse. Non esistono percorsi separati per categorie di visitatori.

Per chi ha una **disabilità visiva**: all'ingresso di ogni chiesa che aderisce al sistema è presente un pannello visivo-tattile multisensoriale realizzato da Tactile Vision Lab, con la planimetria del luogo in rilievo, la descrizione della facciata, le riproduzioni tattili di alcune opere e la traduzione della narrazione in LIS. La narrazione audio all'interno del bene è curata con un'attenzione descrittiva maggiore per le immagini, in modo da restituire con la descrizione orale quello che non si vede. Sul portale [cittaecattedrali.it](http://cittaecattedrali.it) sono scaricabili gratuitamente opere stampabili in rilievo per prepararsi alla visita a casa, prima di arrivare sul posto. Per alcuni luoghi sono inoltre disponibili le Storie Sociali, anch'esse scaricabili gratuitamente. Per chi ha una **disabilità uditiva**: il pannello visivo-tattile ha un QR code che attiva un video con interprete LIS sottotitolato, sincronizzato con la narrazione. Le luci direzionali indicano i punti dell'opera descritti in quel momento.

Per chi ha una **disabilità intellettiva e del neurosviluppo**: la narrazione è costruita con linguaggio semplificato, racconto per immagini e io narrante che crea una relazione diretta con il visitatore. In alcuni luoghi sono presenti tavole in CAA con pittogrammi. La visita in esclusiva elimina l'affollamento, che spesso è uno dei principali ostacoli per chi ha una bassa soglia di tolleranza sensoriale.

Il sistema “Chiese a porte aperte” sta inoltre realizzando sulle Vie Francigene del Canavese e della Valle di Susa, per i luoghi che geograficamente lo consentono, una serie di interventi volti a superare le barriere architettoniche.

L'esperienza è gratuita per i visitatori. L'App e la piattaforma gestionale sono messe a disposizione gratuitamente anche per i proprietari dei beni che aderiscono al sistema, che in questo modo non devono sostenere costi di sviluppo informatico.



## Da chiese a cultura a porte aperte

*Dal 2023, con la firma di un protocollo con il Ministero della Cultura e la CEI, è in corso la trasformazione del sistema in “Cultura a porte aperte” che estende il modello a nuove tipologie di patrimonio (torri, beni demotno-antropologici, aree archeologiche) e a nuove regioni. Nel 2024 è stata fondata l’impresa sociale Comunità e Cultura. Nel 2025 sono state aperte due torri in Piemonte e due chiese nel Lazio. Nel 2026 sono stati avviati cantieri in Lombardia, Liguria, Umbria e Lazio.<sup>22</sup>*

## Cosa replicare

Le leve replicabili del modello Zero Barriere

- **La co-progettazione come condizione di qualità.** Le associazioni non sono state consultate a progetto concluso, hanno partecipato alla progettazione. Il risultato è diverso. Non si possono progettare strumenti per chi non vede o non sente senza il contributo di chi non vede o non sente.
- **I pannelli visivo-tattili come soluzione al museo *in vetrina*, ovvero alla pratica di esporre opere d’arte, reperti o materiali d’archivio all’interno di teche.** La riproduzione in rilievo di un reperto non sostituisce l’originale, ma offre un’esperienza diversa e complementare, progettata per tutte e tutti, anche per chi non può accedere all’esperienza visiva. Qualsiasi museo con collezioni tridimensionali o bidimensionali, come i dipinti, può adottare questo approccio per una selezione di oggetti chiave.
- **La Storia Sociale come strumento di preparazione.** Disponibile online prima della visita, non richiede personale aggiuntivo né spazio fisico dedicato. È un documento che qualsiasi museo o ente culturale può produrre con il supporto di chi lavora con persone con disabilità intellettive e del neurosviluppo.
- **Lo Spazio di Quietè come risposta al sovraccarico sensoriale.** Non richiede grandi spazi o grandi investimenti. Richiede soltanto una stanza insonorizzata. Il nome conta: “spazio di quiete” invece di “stanza per persone con disabilità” riduce lo stigma e ne aumenta l’utilizzo.
- **L’Universal Design applicato alla narrazione.** Una narrazione sviluppata per essere comprensibile a tutte e tutti attraverso linguaggio semplificato, racconto per immagini, un io narrante. Non è una versione semplificata dell’esperienza ma è una versione che ne migliora la fruizione.
- **La tecnologia come strumento aggiuntivo, non come sostituto.** Chiese a porte aperte

usa lo smartphone come chiave per aprire una porta che altrimenti resterebbe chiusa. La tecnologia non sostituisce l'esperienza di entrare in un luogo, la rende possibile per chi non poteva farlo prima.

- **Il PNRR per costruire sistema.** Il progetto del Museo Egizio dimostra che i fondi PNRR per la rimozione di barriere cognitive possono finanziare approcci sistemici. La distinzione tra comprare una mappa tattile e costruire un sistema di accessibilità è la differenza tra spendere e investire.

## Esigenze degli ospiti per dimensione di accessibilità

Questa sezione analizza le esigenze delle persone con disabilità ed esigenze specifiche nel contesto museale e nel patrimonio culturale. Vale sia per i grandi musei istituzionali, sia per il patrimonio culturale diffuso.

### Accessibilità informativa

Prima della visita, chi ha esigenze specifiche cerca informazioni sull'accessibilità del museo: dati oggettivi di accessibilità fisica, se ci sono pannelli tattili, se è disponibile la traduzione in LIS e IS, se c'è uno Spazio di Quietè, come si prenota la visita, dove si trovano i parcheggi. Queste informazioni devono essere disponibili sul sito, aggiornate e accessibili con *screen reader*. La possibilità di prepararsi alla visita prima di arrivare, attraverso strumenti come la Storia Sociale e altri materiali informativi scaricabili, è uno degli strumenti più efficaci per chi ha delle esigenze specifiche.

### Accessibilità fisica

Percorso accessibile con sedia a ruote ad almeno l'80% delle sale e non solo all'ingresso. Porte larghe più di 90 cm. Ascensori. Bagno accessibile raggiungibile senza barriere. Pavimentazione anti-riflesso nel percorso espositivo principale.

### Accessibilità visiva

Pannelli visivo-tattili con riproduzioni in rilievo dei reperti più significativi. Mappe tattili di orientamento ad ogni piano. Possibilità di esplorare tattilmente alcune opere originali o riproduzioni fedeli. Audiodescrizioni multilingua accessibili tramite QR code.

### Accessibilità uditiva

Contenuti in LIS e IS. Sottotitoli su tutti i video espositivi. Trascrizioni delle audioguide. Loop magnetico nelle sale principali e in quelle in cui si organizzano convegni, incontri e laboratori.

### Accessibilità intellettuale e del neurosviluppo

Percorso con linguaggio Easy-to-Read. Simboli CAA nella segnaletica. Storia Sociale online disponibile prima della visita. Spazio di Quietè insonorizzato. Orari dedicati con meno affollamento e stimolazione sensoriale ridotta.

- Dato:** Solo il 7,7% dei musei italiani ha mappe tattili, il 9,5% ha percorsi tattili.
- Norma:** Nessun obbligo specifico per percorsi tattili o audioguide nei musei.
- Standard:** Audioguida disponibile per il percorso principale.
- Standard avanzato:** Pannelli visivo-tattili per i reperti principali, possibilità di esplorare tattilmente alcune opere e audiodescrizioni multilingua (in italiano e inglese si potrebbe togliere, perchè tante volte ci sono altre esigenze).

## Uditiva

- Dato:** Solo il 4,4% dei musei italiani offre contenuti in LIS.
- Standard minimo:** Video introduttivo del museo in LIS.
- Standard avanzato:** Traduzione in LIS e IS dell'intera audioguida e sottotitoli su tutti i video espositivi.

## Intellettiva e del neurosviluppo

- Dato:** Solo il 10,8% dei musei ha percorsi per persone con disabilità intellettiva e del neurosviluppo, l'1,7% ha strumenti CAA.
- Standard minimo:** Un percorso con linguaggio Easy-to-Read e Storia Sociale online.
- Standard avanzato:** Strumenti CAA nella segnaletica, Spazio di Quietude insonorizzato e orari dedicati.

## Digitale

- Norma (EAA 2025):** Sito web accessibile WCAG 2.1 AA<sup>23</sup> per imprese non micro.
- Standard:** Descrizioni alternative per tutte le immagini. Sottotitoli su tutti i video. Prenotazione online senza obbligo di telefonare.

## Lista di implementazione: norma vs standard

Questa sezione distingue l'obbligo normativo dallo standard di qualità nel fornire un servizio, che rende l'esperienza fruibile ad un maggior numero di persone.

## Fisica

- Norma:** Percorso accessibile dall'ingresso.<sup>24</sup>
- Standard:** Almeno l'80% delle sale accessibili con sedia a ruote.
- Standard:** Pavimentazione anti-riflesso nel percorso espositivo principale.

## Visiva

- Dato:** Solo il 7,7% dei musei italiani ha mappe tattili, il 9,5% ha percorsi tattili.

- Norma:** Nessun obbligo specifico per percorsi tattili o audioguide nei musei.
- Standard:** Audioguida disponibile per il percorso principale.
- Standard avanzato:** Pannelli visivo-tattili per i reperti principali, possibilità di esplorare tattilmente alcune opere e audiodescrizioni in italiano e inglese.

## Uditiva

- Dato:** Solo il 4,4% dei musei italiani offre contenuti in LIS.
- Standard minimo:** Video introduttivo del museo in LIS.
- Standard avanzato:** Traduzione in LIS dell'intera audioguida e sottotitoli su tutti i video espositivi.

## Intellettiva e del neurosviluppo

- Dato:** Solo il 10,8% dei musei ha percorsi per persone con disabilità intellettiva e del neurosviluppo, l'1,7% ha strumenti CAA.
- Standard minimo:** Un percorso con linguaggio Easy-to-Read e Storia Sociale online.
- Standard avanzato:** Strumenti CAA nella segnaletica, Spazio di Quietude insonorizzato e orari dedicati.

## Digitale

- Norma (EAA 2025):** Sito web accessibile WCAG 2.1 AA per imprese non micro.
- Standard:** Descrizioni alternative per tutte le immagini. Sottotitoli su tutti i video. Prenotazione online senza obbligo di telefonare.

## Checklist operativa

È un elenco strutturato di voci, attività o comportamenti da verificare e da svolgere affinché gli operatori che gestiscono musei e patrimonio culturale possano offrire servizi sempre più accessibili.

- Politica ufficiale sull'accessibilità (pubblica e verificabile).
- Coinvolgimento diretto di persone con disabilità nei processi decisionali.
- Monitoraggio continuo (audit, feedback utenti).
- Sito web accessibile conforme WCAG 2.1/2.2 con descrizioni alternative alle immagini.
- Informazioni dettagliate e oggettive sull'accessibilità.
- Prenotazione online senza obbligo di telefonare.
- Storia Sociale disponibile online prima della visita.
- Personale formato all'accoglienza inclusiva (almeno due referenti) con aggiornamento annuale.
- Accesso senza gradini o con rampe a norma.

- Percorsi ampi e privi di ostacoli.
- Pavimentazione antiscivolo e continua.
- Bagno accessibile raggiungibile senza barriere.
- Ascensori accessibili (dimensioni, pulsanti, voce).
- Audioguida con descrizione disponibile per il percorso principale.
- Mappe tattili e percorsi podotattili.
- Contrasti cromatici adeguati.
- Illuminazione uniforme.
- Almeno una mappa visivo-tattile e un pannello visivo-tattile di un reperto significativo.
- Sottotitoli in tutti i contenuti audiovisivi.
- Presenza di LIS, IS e di interpreti su richiesta.
- Video introduttivo con sottotitoli.
- Almeno un percorso con linguaggio Easy-to-Read.
- Spazio di Quietè disponibile e segnalato.
- Piani di evacuazione inclusivi e segnalazioni visive e sonore.

## NOTE - CAPITOLO 12

---

<sup>19</sup> ISTAT, *Accessibilità di musei, biblioteche e archivi*, 2022, tab. 2.3-2.7, pp. 18-22.

<sup>20</sup> Ministero della Cultura, PNRR Cultura, Milestone e Target M1C3-3, Investimento 1.2 *“Rimozione delle barriere fisiche e cognitive in musei, biblioteche e archivi per consentire un più ampio accesso e partecipazione alla cultura”*. Direzione Generale Musei, Piano strategico per l’Eliminazione delle Barriere Architettoniche, Decreto 53420/22

ANSA, Egizio di Torino più accessibile con quasi 500mila euro di Pnrr, 24 settembre 2024, <https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/arte/2024/09/24/egizio-di-torino-piu-accessibile-con-quasi-500mila-euro-di-pnrr>

<sup>21</sup> Roberto Canu, *Consulta per i Beni Culturali Ecclesiastici del Piemonte e Valle d’Aosta, presentazione Da Chiese a Cultura a porte aperte*, febbraio 2026

<sup>22</sup> [www.culturaaporteaaperte.it](http://www.culturaaporteaaperte.it)

<sup>23</sup> EAA 2025, European Accessibility Act (EAA) recepito in Italia con il D.Lgs. 82/2022 entrato in vigore il 28 giugno 2025

<sup>24</sup> DPR 24 luglio 1996, n. 503, Regolamento recante norme per l’eliminazione delle barriere architettoniche negli edifici, spazi e servizi pubblici, G.U. n. 227 del 27 settembre 1996.

# Fiere ed eventi culturali

## Uno Spazio di Quietè in mezzo a migliaia di persone

### Il problema: l'evento culturale accessibile non è solo una rampa

Quando si parla di accessibilità negli eventi culturali, il pensiero va quasi sempre nella stessa direzione: rampe di accesso, percorsi per chi si muove in sedia a ruote e ascensori. È una dimensione necessaria ma spesso ancora incompleta. Esiste tuttavia una forma di esclusione diversa, meno visibile, che colpisce una quota significativa di visitatori e visitatrici: quella che vivono le **persone per cui l'affollamento, il rumore e l'intensità sensoriale durante una fiera possono rendere l'esperienza difficile** da sostenere o addirittura impossibile da portare a termine.

Una fiera frequentata da migliaia di visitatori e visitatrici è, per definizione, un ambiente ad alto carico sensoriale. Amplificazione sonora continua, flussi di persone che si incrociano, luci intense, stimoli visivi sovrapposti. Per una persona con disturbo dello spettro autistico, con disabilità intellettiva e del neurosviluppo o con ipersensibilità sensoriale, questo ambiente può diventare rapidamente insostenibile. Non perché la fiera sia progettata male, ma perché non è mai stata progettata pensando anche a loro. Il Salone Internazionale del Libro di Torino ha deciso di cambiare questa prospettiva, introducendo alcuni Spazi di Quietè, cioè ambienti pensati per chi ha bisogno di una pausa dalla sovrastimolazione per recuperare equilibrio e poter tornare a partecipare all'evento.

### IL CASO: GLI SPAZI DI QUIETE AL SALONE DEL LIBRO

#### Un progetto che nasce dalla consapevolezza di non sapere

Il **Salone Internazionale del Libro di Torino** è uno degli eventi culturali più importanti d'Italia. Ogni anno, per cinque giorni, presso lo spazio espositivo del Lingotto vengono ospitati oltre 230.000 visitatori, più di mille editori, centinaia di presentazioni ed eventi. È anche uno degli ambienti fieristici più complessi da rendere accessibile a causa delle dimensioni enormi, di flussi di pubblico difficilmente prevedibili e dei padiglioni che possono avere caratteristiche acustiche molto diverse tra loro.<sup>25</sup>

Il progetto degli **Spazi di Quietè** nasce nel 2024 come esperimento. Non esisteva alcun manuale da seguire, né un modello da replicare. C'era solo la consapevolezza che un'intera categoria di visitatori e visitatrici non riusciva a vivere l'evento come tutti gli altri e la volontà di fare qualcosa

di concreto. Il Salone ha scelto di non improvvisare: si è appoggiato a chi aveva le competenze per farlo nel migliore dei modi.

È stato scelto come partner il Centro Regionale per l'Accessibilità e il Benessere Ambientale (CRABA), strumento tecnico di LEDHA, la Lega per i Diritti delle Persone con Disabilità. CRABA ha fornito le competenze sulle esigenze delle persone con disabilità e sull'accoglienza inclusiva, mentre l'ufficio tecnico del Salone ha portato la conoscenza degli spazi fisici, della logistica e dei vincoli operativi. Dal 2025 si è aggiunta CAIMI, un'azienda specializzata in soluzioni fonoassorbenti, per affrontare la sfida acustica con strumenti professionali.

Il modello di lavoro è collaborativo per necessità, non per scelta ideologica: nessuna organizzazione aveva al proprio interno tutte le competenze necessarie per progettare Spazi di Quietè efficaci in un ambiente fieristico. Metterle a sistema è stata l'unica strada possibile.

## Come sono fatti gli Spazi di Quietè

Data l'estensione del Salone, si è scelto di prevedere **due spazi distinti**. Uno è stato ricavato all'interno dei padiglioni, nelle aree più riparate dai flussi principali di visitatori. L'altro è stato realizzato grazie a due container posizionati nello spazio aperto tra i padiglioni, con un accesso dedicato. Una soluzione che, oltre a garantire un maggiore isolamento dal contesto fieristico, dimostra qualcosa di importante: non servono ambienti costruiti appositamente, serve la volontà progettuale di trovare soluzioni con ciò che si ha a disposizione.

**Gli arredi sono stati scelti con attenzione.** Sedute di tipologia diversa, sia morbide che rigide e di altezze variabili, insieme a pouf e tappeti, per consentire a ciascuno di abitare lo spazio secondo le proprie esigenze fisiche e sensoriali. Lampade da tavolo con luce regolabile. Colori studiati per favorire il contrasto cromatico. All'interno sono disponibili anche libri, perché la pausa non è solo silenzio, può diventare, per chi lo vuole, un momento di lettura tranquilla.

**Il percorso di accesso è pienamente fruibile da chi si muove in sedia a ruote.** La segnaletica indica con chiarezza non solo l'ingresso agli Spazi di Quietè, ma anche i servizi principali nelle vicinanze: bagni accessibili, punti di primo soccorso, aree ristoro e uscite. L'accesso è riservato a chi ne ha effettiva necessità: ai possessori del *priority pass*, agli accompagnatori e a chiunque evidenzia una reale necessità di un momento di tranquillità. Questo perché, durante l'anno della sperimentazione, il 2024, troppe persone lo avevano utilizzato in modo improprio, rendendolo di fatto non più uno spazio di quietè.

**La sfida più critica, per la progettazione dell'ambiente, è stata quella acustica.** In un ambiente fieristico il rumore è pervasivo e difficilmente controllabile con la sola scelta del posizionamento della stanza. Dal 2025, dopo uno studio condotto in coordinamento con l'ufficio tecnico del Salone, CAIMI ha fornito pannelli fonoassorbenti pensati specificamente per le caratteristiche acustiche di quegli spazi. Un intervento che ha trasformato un accorgimento di posizionamento in una soluzione progettuale vera e propria.

## Il fattore umano

Gli Spazi di Quietè sono presidiati da volontari provenienti da istituti scolastici torinesi, coinvolti nell'ambito dei percorsi di alternanza scuola-lavoro e formati da operatori LEDHA sulle modalità più appropriate per accogliere e comunicare con i visitatori con disabilità. Non solo una presenza di servizio ma una presenza formata, capace di rispondere con sensibilità e competenza a chi usufruisce dello spazio.



### *Il modello in sintesi*

*Non esiste una guida standard per creare Spazi di Quietè in una fiera che accoglie 230.000 visitatori: si osserva, si ascolta, si aggiusta. Il 2024 è stato volutamente un anno di avvio, in cui mettere alla prova un'idea senza pretendere di averne già definito la forma definitiva. Il successo del progetto durante la prima edizione ha convinto il Salone a investire nel miglioramento progressivo del progetto.*

## FOCUS

### La biglietteria dei concerti e degli eventi dal vivo

Gli eventi dal vivo, concerti e festival in particolare, affrontano un problema diverso e che precede l'evento stesso: quello della biglietteria. Prima ancora di arrivare all'evento, chi ha disabilità incontra una serie di ostacoli nel solo **tentativo di acquistare un biglietto**.

**Le criticità sono sistematiche.** Sui siti di biglietteria non è quasi mai indicato quanti posti riservati alle persone con disabilità sono disponibili per ciascun evento, né dove sono collocati rispetto al palco. L'utente non può valutare l'offerta prima di avviare l'acquisto. I biglietti per persone con disabilità spesso non sono acquistabili online: richiedono una telefonata ad un numero dedicato, quando esiste, o l'invio di una mail che può restare senza risposta per giorni. Per le persone con disabilità uditiva, l'obbligo di dover telefonare è già di fatto una barriera diretta. Le regole sull'accompagnatore pagante, gratuito o ridotto, variano da evento ad evento, molte volte non sono indicate in fase di acquisto e si scoprono solo all'ingresso.

**Queste criticità non sono sconosciute al mondo della disabilità.** Nel 2024, il Comitato per i concerti inclusivi ha presentato il **Manifesto Live for All**, una dichiarazione collettiva per il diritto delle persone con disabilità a vivere appieno gli eventi dal vivo. Il manifesto individua cinque obiettivi concreti: prenotazioni uguali a tutti gli altri con un solo clic, senza dover usare canali separati; numeri democratici, ovvero il massimo possibile di posti accessibili in proporzione alla capienza; posti adeguati che garantiscano visibilità e fruibilità piene, senza segregazioni, per permettere

alle persone con disabilità di assistere agli eventi con il proprio gruppo di amici e non in aree separate; nuovi parametri di progettazione delle infrastrutture, secondo i principi dell'*Universal Design*. La petizione su Change.org ha raccolto oltre 30.000 firme.<sup>26</sup>

**Le soluzioni esistono e non sono complesse.** Il numero di posti accessibili dovrebbe essere visibile prima dell'acquisto, con la collocazione sulla mappa della *venue*. La *venue* è una rappresentazione grafica o una planimetria che mostra la disposizione spaziale di un luogo specifico destinato a eventi. L'acquisto online dovrebbe essere possibile anche per i biglietti accessibili, senza obbligo di telefonare. La politica sull'accompagnatore dovrebbe essere resa esplicita in fase di acquisto, non scopribile solo all'ingresso. La scheda di accessibilità della *venue*, con accessi, posti riservati, bagni e personale disponibile, dovrebbe essere allegata alla pagina dell'evento.

Alcune *venue* europee hanno già adottato questi standard in modo sistematico. In Italia il percorso è ancora all'inizio, ma la pressione normativa dell'EAA 2025<sup>27</sup> sull'accessibilità digitale dei siti di vendita di biglietti crea per la prima volta un obbligo legale che può accelerare il cambiamento.

## Cosa replicare

Le leve replicabili dal modello Salone del Libro:

- **Lo Spazio di Quietè non è una stanza per persone con disabilità.** Il nome conta: lo Spazio di Quietè è accessibile a chiunque possa avere l'esigenza di trovare un momento di tranquillità, non solo a chi ha una diagnosi. Riduce lo stigma e ne aumenta l'utilizzo effettivo.
- **La partnership come metodo, non come eccezione.** Nessuna organizzazione possiede al suo interno tutte le competenze per progettare soluzioni per l'accessibilità sensoriale. Trovare chi le ha, come CRABA nel caso del Salone del Libro, e costruire un percorso condiviso è il modo per farlo bene invece di improvvisare.
- **Cercare una soluzione con quello che si ha già a disposizione.** I container tra i padiglioni dimostrano che non servono spazi costruiti appositamente. Serve la volontà di trovare soluzioni adeguate nel proprio contesto. Un angolo riparato, una stanza laterale, uno spazio separato dai flussi principali.
- **L'acustica come progetto, non come accorgimento.** Il passaggio dall'idea di progettare una stanza in un luogo isolato per renderla insonorizzata, a quella di dotare una stanza di pannelli fonoassorbenti specializzati è la differenza tra un intervento improvvisato e un intervento che funziona davvero. L'acustica negli Spazi di Quietè richiede competenze specifiche.
- **Gli operatori e i volontari formati da esperte ed esperti specializzati, come fattore abilitante per l'accessibilità.** Uno spazio fisicamente adeguato senza una presenza umana formata è un'infrastruttura che può dare la sensazione di essere vuota. La formazione dei volontari, oltre a quella degli operatori, trasforma lo spazio in un luogo che accoglie davvero.

- **La sperimentazione progressiva.** Il 2024 come anno di avvio del progetto, il 2025 come anno di miglioramento: questo è il modello giusto. Non aspettare di avere la soluzione perfetta prima di partire, ma partire con quello che si sa e migliorare ogni edizione.
- **I cinque obiettivi di Live for All come lista di controllo per chi organizza eventi dal vivo.** Prenotazioni online accessibili e uguali per tutte e tutti, posti accessibili in numero proporzionato alla visibilità piena del palco da ogni postazione, assenza di aree segregate, progettazione universale delle infrastrutture: non sono principi astratti, ma criteri misurabili e verificabili. Ogni organizzatore di eventi può verificare quanti ne soddisfa e usarli come roadmap per migliorare, edizione dopo edizione.

## Esigenze degli ospiti per dimensione

Questa sezione analizza le esigenze delle persone con disabilità o esigenze specifiche nel contesto di eventi, fiere e manifestazioni culturali. Le esigenze cambiano in base alla tipologia di evento ma alcune sono trasversali.

### Accessibilità informativa

Prima dell'evento, chi ha esigenze specifiche cerca informazioni precise: c'è uno Spazio di Quietè, come si accede ai posti riservati, c'è un interprete LIS e IS, come funziona la biglietteria per persone con disabilità, qual è la politica sull'accompagnatore. Queste informazioni devono essere presenti sulla pagina dell'evento, non in una FAQ generale. La scheda di accessibilità della *venue* dovrebbe essere disponibile online prima dell'acquisto del biglietto.

### Accessibilità fisica

Percorso accessibile dall'ingresso all'area dell'evento. Posti riservati con visibilità adeguata e non relegati ai bordi. Bagni accessibili nelle immediate vicinanze dell'area riservata. Accesso dedicato senza dover attraversare i flussi principali.

### Accessibilità visiva

Segnaletica ad alto contrasto per orientarsi nella *venue*. Audiodescrizione disponibile per eventi con contenuto visivo centrale.

### Accessibilità uditiva

Interprete LIS e IS per eventi con contenuto verbale. Loop magnetico nell'area riservata. Sottotitoli in tempo reale per conferenze e presentazioni. Acquisto del biglietto possibile senza dover telefonare, con modulo online per comunicare le proprie esigenze.

### Accessibilità intellettuale e del neurosviluppo

Spazio di Quietè disponibile e segnalato. Informazioni sull'evento disponibili in anticipo: cosa aspettarsi, come è strutturato l'evento, dove sono i servizi. Orari o fasce di accesso con minor affollamento.

## Accessibilità digitale

Sito web dell'evento accessibile WCAG 2.1 AA. Posti accessibili acquistabili online senza obbligo di telefonare. Mappa della *venue* con indicazione dei posti riservati e dei servizi accessibili

## Lista di implementazione: norma vs standard

Questa sezione è pensata per organizzatori di eventi, fiere e manifestazioni culturali. Distingue l'obbligo normativo dalla qualità del servizio che rende l'evento effettivamente fruibile.

### Fisica

- Norma:** Accessibilità degli spazi aperti al pubblico.<sup>28</sup>
- Standard:** Posti riservati con visibilità adeguata e non relegati ai bordi dell'area.
- Standard:** Bagni accessibili nelle immediate vicinanze dell'area riservata.
- Standard:** Accesso dedicato senza dover attraversare i flussi principali.

### Intellettiva e del neurosviluppo

- Standard minimo:** Uno Spazio di Quietè disponibile e segnalato chiaramente.
- Standard:** Arredi diversificati (sedute rigide, morbide, pouf), intensità della luce regolabile e isolamento acustico di base.
- Standard avanzato:** Pannelli fonoassorbenti specifici per l'ambiente e presidio di volontari formati.

### Uditiva

- Standard:** Interprete LIS e IS per gli eventi con contenuto verbale principale.
- Standard avanzato:** Loop magnetico nell'area riservata e sottotitoli in tempo reale per conferenze.

### Biglietteria e informazione

- Norma (EAA 2025):** Siti di biglietteria accessibili WCAG 2.1 AA per imprese non micro.
- Standard:** Posti accessibili acquistabili online senza obbligo di telefonare.
- Standard:** Numero di posti accessibili visibile nella pagina dell'evento, con collocazione sulla mappa.
- Standard:** Politica sull'accompagnatore esplicitata in fase di acquisto.
- Standard:** Scheda di accessibilità della *venue* allegata alla pagina dell'evento.

## Checklist operativa

Questa lista operativa è un elenco strutturato di voci, attività o comportamenti da verificare e da svolgere affinché gli organizzatori di eventi e di manifestazioni culturali possano offrire dei servizi sempre più accessibili ai visitatori e alle visitatrici.

### Pre-evento

- Scheda di accessibilità della *venue* disponibile online prima dell'acquisto del biglietto.
- Posti accessibili acquistabili online senza obbligo di telefonare.
- Numero di posti accessibili e collocazione sulla mappa visibili nella pagina dell'evento.
- Politica sull'accompagnatore esplicitata in fase di acquisto.
- Informazioni sull'evento (struttura, servizi, percorsi) disponibili in anticipo per chi deve prepararsi.

### Durante l'evento

- Spazio di Quietè disponibile e segnalato chiaramente.
- Arredi diversificati nello Spazio di Quietè (sedute rigide, morbide, pouf, luce regolabile).
- Isolamento acustico adeguato nello Spazio di Quietè.
- Volontari formati a presidiare lo Spazio di Quietè.
- Segnaletica ad alto contrasto per orientarsi nella *venue*.
- Bagni accessibili nelle immediate vicinanze dell'area riservata.
- Interprete LIS e IS per gli eventi con contenuto verbale principale.

### Formazione

- Personale formato all'accoglienza inclusiva nei punti chiave della *venue*.
- Personale formato da operatori specializzati: il solo briefing interno non è sufficiente.

## NOTE - CAPITOLO 13

---

<sup>25</sup> Salone Internazionale del Libro di Torino, dati di affluenza 2024, [salonelibro.it](http://salonelibro.it).

<sup>26</sup> Comitato per i concerti inclusivi, *Manifesto Live for All - Manifesto per eventi dal vivo accessibili*, aprile 2024, [change.org/p/live-for-all-manifesto-per-eventi-dal-vivo-accessibili](https://change.org/p/live-for-all-manifesto-per-eventi-dal-vivo-accessibili). La petizione ha raccolto oltre 30.000 firme.

<sup>27</sup> EAA 2025, European Accessibility Act (EAA) recepito in Italia con il D.Lgs. 82/2022 entrato in vigore il 28 giugno 2025

<sup>28</sup> DM 14 giugno 1989, n. 236, G.U. n. 145 del 23 giugno 1989. DPR 24 luglio 1996, n. 503, G.U. n. 227 del 27 settembre 1996.

## Una città che ha smesso di promettere e ha iniziato a misurare

### Il problema: essere una destinazione accessibile non basta

C'è un paradosso che chiunque si occupa di turismo accessibile conosce bene. Le città, le Destination Management Organization (DMO) e i consorzi turistici che si dichiarano accessibili lo fanno quasi sempre a partire da una lista: l'elenco degli hotel con camere attrezzate, l'elenco dei musei senza barriere architettoniche, l'elenco dei percorsi accessibili in sedia a ruote. Queste liste esistono, sono spesso veritiere e sono quasi sempre poco utili per i viaggiatori e le viaggiatrici con esigenze specifiche.

**Il problema non è la buona volontà. È la struttura dell'informazione.** Un viaggiatore o una viaggiatrice con disabilità, ad esempio fisica, che deve pianificare un weekend a Bergamo non ha bisogno di sapere che la città è accessibile. Ha bisogno di sapere se l'hotel che sta considerando di prenotare ha la doccia a livello pavimento, se il ristorante scelto ha un bagno raggiungibile senza scale, se il museo dispone di audioguida, se la stazione offre strumenti per l'orientamento interno. Informazioni precise, verificate, confrontabili. Non una dichiarazione generica.

**Bergamo Alta, la città murata patrimonio UNESCO, ha un problema di accessibilità fisica reale:** il centro storico medievale, raggiungibile con la funicolare, ha superfici lastricate, pendenze significative, gradini all'ingresso di molte strutture. Non è una città progettata per l'accesso universale e non potrebbe esserlo per ragioni storiche e architettoniche. Questo potrebbe far pensare che il turismo accessibile a Bergamo sia irrisolvibile, o al massimo marginale. È una conclusione sbagliata. Il vincolo del patrimonio storico viene usato troppo spesso come giustificazione per non intervenire, quando invece le alternative agli interventi strutturali esistono e sono concrete: una rampa removibile risolve un gradino all'ingresso senza toccare la struttura, un percorso interno alternativo può aggirare un passaggio stretto, un piano ribaltabile al banco della reception abbassa l'altezza per chi è in sedia a ruote. Soluzioni reversibili, spesso a basso costo, che non richiedono permessi edilizi e non alterano il bene storico. Richiede metodo e volontà, non mattoni.

**VisitBergamo**, l'agenzia per lo sviluppo e la promozione turistica del territorio, ha scelto un approccio diverso: non dichiarare l'accessibilità in modo generico ma misurare e comunicare con precisione la situazione oggettiva attuale. La differenza tra le due impostazioni, tra la dichiarazione generica e la misurazione verificata, è la differenza

tra marketing e informazione. Per chi ha esigenze e pianifica un viaggio è la differenza tra poter scegliere e non poter scegliere.

## Il contesto: da Capitale della Cultura a laboratorio dell'accessibilità

Il percorso di Bergamo verso il turismo accessibile non nasce dal nulla. **Bergamo Brescia Capitale della Cultura 2023 ha rappresentato un punto di svolta**: la necessità di rendere fruibili eventi e luoghi a un pubblico estremamente ampio ha messo l'accessibilità al centro dell'agenda della DMO, non come adempimento normativo, ma come componente strutturale della qualità dell'offerta.

Da quell'esperienza è nato il **progetto STAI**, che VisitBergamo guida come ente capofila nell'ambito del Programma Regionale di Sviluppo della Lombardia.<sup>29</sup> L'obiettivo non è intervenire su singoli servizi, ma **costruire un sistema di turismo accessibile stabile e scalabile**: servizi dedicati, strumenti informativi, percorsi attrezzati e formazione degli operatori. Tra le azioni concrete, la Ciclovía della Cultura con noleggio di ausili per il cicloturismo accessibile e un lavoro sistematico di mappatura delle strutture del territorio.

In questo contesto, VisitBergamo ha scelto di collaborare con Travelin per la mappatura dell'accessibilità. Il progetto Bergamo Accessibile, sviluppato in collaborazione con il Comune di Bergamo e finanziato con fondi PNRR, ha un obiettivo esplicito: costruire un modello replicabile per altre destinazioni turistiche italiane.

## Come lavora Travelin: il metodo della misurazione verificata

**Travelin** è una startup italiana sul turismo accessibile, selezionata nel 2024 tra le nove migliori startup turistiche italiane dal Ministero del Turismo.<sup>30</sup> Ha sviluppato un software SaaS che supporta imprese e territori nel monitorare, migliorare e comunicare la propria accessibilità. La distinzione che rende il lavoro di Travelin rilevante in questo contesto è una sola: **i dati non sono autocertificati dalle strutture ma vengono raccolti da operatori formati da Travelin che effettuano i sopralluoghi con criteri di valutazione standardizzati**. Non si misura la percezione che una struttura ha di sé stessa, ma dati oggettivi sul campo.

Il metodo segue **un ciclo in tre fasi**.

**La prima, "Monitora", è la misurazione**: ogni struttura viene misurata su cinque dimensioni di accessibilità, fisica, visiva, uditiva, intellettuale e del neurosviluppo e alimentare, con parametri che riportano dati precisi. La larghezza della porta della camera in centimetri. La presenza o assenza di maniglioni nel bagno. Se sul menù c'è la lista completa di tutti gli allergeni. Se il sito è accessibile con *screen reader*. Le risposte producono un profilo preciso, dimensione per dimensione, che mostra il punto di partenza reale. Non si tratta quindi di un giudizio binario tra

accessibile e non accessibile, ma di uno score che comunica alle strutture il loro livello di accessibilità sulle cinque aree sopra descritte.

**La seconda fase, "Migliora", trasforma il profilo in un percorso di intervento.**

Non tutti i suggerimenti di miglioramento hanno lo stesso costo e non tutti hanno lo stesso impatto. Formare i membri del personale all'accoglienza di ospiti con disabilità uditiva è un'azione a costo contenuto con un impatto immediato sulla qualità dell'esperienza. Aggiungere segnaletica ad alto contrasto visivo all'ingresso richiede un intervento rapido e migliora subito l'orientamento per chi ha una disabilità visiva. Abbattere un gradino con una rampa fissa è un intervento strutturale. Il sistema aiuta la struttura a capire in quale ordine muoversi a partire dagli interventi con il miglior rapporto tra sforzo e impatto.

**La terza fase, "Dichiara", rende il profilo comunicabile.** Una struttura con un profilo di accessibilità verificato da terzi può pubblicarlo sui canali di prenotazione, sul proprio sito web, nelle comunicazioni agli ospiti. Non un generico *siamo accessibili ma ecco cosa offriamo, su quale dimensione di accessibilità, con quale livello di completezza e con dati verificati* da chi ha effettuato il sopralluogo. Non una promessa: un dato.

## I risultati: dal dato all'azione

Dalla mappatura di oltre 300 strutture del territorio bergamasco è emerso un quadro preciso. **La dimensione dell'accessibilità fisica è quella su cui Bergamo ha investito di più:** molte strutture si sono adeguate alle normative, con una differenza netta tra la città bassa e il centro storico, dove i vincoli architettonici rendono l'adeguamento più difficile. La dimensione uditiva, invece, è quasi completamente assente: al di fuori dei musei, le strutture turistiche bergamasche non dispongono di strumenti per accogliere persone sorde.<sup>31</sup>

Quel dato ha orientato subito una scelta concreta. VisitBergamo ha scelto di intervenire esattamente dove il gap era più evidente, installando la tecnologia HandySigns in 26 strutture pubbliche del territorio, a partire dagli infopoint turistici. HandySigns consente alle persone sorde di comunicare con gli operatori attraverso un sistema di interpretariato in Lingua Italiana dei Segni (LIS), eliminando la necessità di mediatori esterni o comunicazione scritta improvvisata. Non un intervento generico sull'accessibilità, bensì di una risposta diretta ad un bisogno specifico, emerso dalla misurazione.

Non si tratta di strutture che si dichiarano accessibili. **Si tratta di strutture che hanno misurato il proprio livello di accessibilità con criteri condivisi e verificabili.**

La distinzione è sostanziale. Un profilo prodotto da un sistema standardizzato è confrontabile tra strutture diverse, aggiornabile nel tempo e comunicabile agli ospiti in modo non ambiguo.

L'impatto per VisitBergamo non è soltanto la somma dei profili delle singole strutture. È la possibilità di guardare al territorio come ad un sistema: capire qual è il livello medio di accessibilità dell'offerta, dove sono i gap più critici, quali dimensioni sono più trascurate, come si distribuisce l'accessibilità tra città bassa e città alta. Questa visione di sistema è quello che manca quasi ovunque nel turismo accessibile italiano. Le destinazioni che si dichiarano accessibili hanno tipicamente un elenco di strutture, ma non uno strumento per capire se quell'elenco è completo, se le informazioni sono aggiornate oppure se le strutture mantengono nel tempo il livello dichiarato. **Agire senza misurare produce interventi che spesso rispondono a mere percezioni, non a bisogni reali.** Misurare senza agire produce numeri che restano nei report. **VisitBergamo, al contrario, ha usato i dati per decidere dove mettere le risorse.**

## Perché il caso di Bergamo è replicabile

Bergamo non è una città semplice. Il centro storico medievale, patrimonio UNESCO, presenta vincoli architettonici stringenti: la città alta è accessibile quasi esclusivamente tramite funicolare, un mezzo pubblico che non è accessibile a tutte le tipologie di disabilità. L'offerta turistica si concentra in buona parte in contesti storici non modificabili.

Eppure il progetto non ha preteso di eliminare questi vincoli. Ha misurato quello che c'era, lo ha reso comunicabile e ha aiutato le strutture a migliorare progressivamente.

**Il modello dimostra che una destinazione con vincoli architettonici storici non è condannata all'inaccessibilità. È condannata all'inefficacia solo se rinuncia a misurarsi.**

Questo approccio può essere replicato in qualsiasi destinazione turistica italiana. L'Italia è ricca di borghi medievali, centri storici e siti UNESCO che hanno le stesse tensioni tra conservazione e accessibilità. La replica del modello non richiede investimenti straordinari. Richiede ad una DMO o ad un Comune di fare due cose: adottare uno strumento di misurazione standardizzato e coinvolgere le strutture del territorio nel processo. Il secondo passaggio è quello culturalmente più difficile. La mappatura richiede che le strutture accettino di essere misurate in modo oggettivo, anche se pensano di avere un livello di accessibilità di partenza basso. È un cambio di logica più che di risorse: *dal ci dichiariamo accessibili al misuriamo la nostra situazione attuale e che obiettivi vogliamo raggiungere.*



*“Il turismo accessibile e inclusivo non può essere trattato come un intervento episodico. È una cultura di destinazione che va costruita nel tempo, con risorse adeguate, competenze, monitoraggio continuo e capacità di apprendere dalle migliori pratiche. Con STAI abbiamo scelto di partire dalla conoscenza: misurare l’accessibilità di strutture ricettive, musei, ristoranti, itinerari e servizi significa offrire informazioni affidabili ai visitatori e aiutare gli operatori a migliorare. Ma il monitoraggio ha valore solo se inserito in una strategia più ampia, fatta di formazione, infrastrutture, innovazione digitale, inclusione lavorativa e collaborazione territoriale. Il turismo per tutte e tutti è una responsabilità civile, ma anche un prodotto turistico e una grande opportunità per rendere Bergamo più accogliente e competitiva. Siamo sulla strada giusta, grazie all’impegno del team di VisitBergamo e dei nostri partner, ma questo percorso è solo all’inizio”.*

*Christophe Sanchez, Amministratore Delegato VisitBergamo*

## Cosa replicare

Le leve replicabili del modello VisitBergamo

- **Misurare prima di comunicare.** Qualsiasi dichiarazione di accessibilità a livello di destinazione che non si basi su dati verificati è marketing, non informazione. Il primo investimento di una DMO che vuole lavorare sull’accessibilità è uno strumento di misurazione standardizzato delle strutture del territorio.
- **Il profilo di accessibilità invece del giudizio binario.** “Accessibile” non dice nulla di utile a chi pianifica un viaggio e ha disabilità o esigenze specifiche. Il profilo di accessibilità, costruito su dati oggettivi, permette scelte informate ed è l’unico formato che consente anche alle strutture di comunicare in modo onesto la propria situazione di accessibilità reale.
- **I dati per orientare gli investimenti.** Il gap sensoriale presente sul territorio di Bergamo non sarebbe emerso senza una mappatura sistemica. I dati hanno reso possibile una scelta precisa: investire lì dove il bisogno era reale e l’offerta assente. Senza misurazione, gli investimenti seguono percezioni, non evidenze.
- **La governance come condizione abilitante.** Il progetto di VisitBergamo funziona perché c’è una DMO che lo guida. Senza un soggetto che coordina, standardizza i criteri

e coinvolge le strutture, le singole azioni rimangono isolate e non producono sistema. Il ruolo della DMO non è sostituirsi alle strutture, ma creare un linguaggio comune e strumenti condivisi.

- **Il ciclo progressivo:** misurare, migliorare, dichiarare. L'accessibilità non si raggiunge con un investimento unico, si costruisce nel tempo. Una struttura che misura il proprio punto di partenza, identifica le priorità di miglioramento e aggiorna il proprio profilo ha un percorso credibile. Più credibile di una che si dichiara "accessibile" senza dati verificati a sostegno.
- **I vincoli architettonici non sono un limite all'accessibilità.** Bergamo Alta, con le sue scalinate, ha avuto evidenti difficoltà nell'iniziare un percorso per essere accessibile per il maggior numero possibile di visitatori. Bergamo come sistema è molto più accessibile di quanto una dichiarazione generica comunicherebbe. La precisione fa la differenza: sapere che l'hotel X ha una camera accessibile al piano terra, che il ristorante Y gestisce la contaminazione crociata, che il museo Z ha pannelli audio-tattili, permette di pianificare un viaggio o una visita anche in presenza di vincoli storici.
- **Le risorse pubbliche per costruire sistema.** Il progetto di VisitBergamo, finanziato con fondi PNRR, dimostra che le risorse pubbliche possono finanziare approcci sistemici, non solo interventi puntuali. La distinzione tra installare una rampa e costruire un sistema di misurazione dell'accessibilità di un territorio è la differenza tra spesa e investimento.

## Esigenze degli ospiti per dimensione

Questa sezione è pensata per chi governa un territorio: DMO, Comuni, Regioni, consorzi turistici, dove le esigenze non sono quelle della singola struttura ma della destinazione come sistema. Un hotel accessibile in una città inaccessibile non basta.

### Accessibilità informativa

Prima di pianificare il viaggio, chi ha esigenze specifiche cerca informazioni sulla destinazione: quali strutture sono accessibili e in che modo, come raggiungerle, cosa offrono. Queste informazioni devono essere centralizzate, aggiornate e accessibili con *screen reader*. Una pagina dedicata all'accessibilità sul sito della destinazione è il punto di partenza per permettere alle persone di pianificare il proprio viaggio.

### Accessibilità fisica

Percorsi urbani accessibili alla sedia a ruote nelle aree di maggiore interesse turistico. Trasporto locale accessibile. Connessione accessibile tra i punti di interesse principali.

### Accessibilità visiva

Informazioni sulla destinazione disponibili in formati alternativi: audio, Braille,

audiodescrizione. Audioguide per i punti di interesse principali. Segnaletica con elementi tattili nelle aree centrali.

### **Accessibilità uditiva**

Strumenti di comunicazione accessibile negli infopoint e nei principali punti di contatto con i visitatori. LIS, International Sign (IS) o sistemi di interpretariato da remoto disponibili almeno nei punti di informazione turistica.

### **Accessibilità intellettuale e del neurosviluppo**

Mapa della destinazione in formato semplificato. Segnaletica chiara e coerente. Guida Easy-to-Read della città disponibile sia online che in formato cartaceo.

### **Accessibilità alimentare**

Censimento delle strutture ristorative con protocolli verificati per la gestione degli allergeni. Mapa dei locali gluten free disponibile sul sito della destinazione.

### **Accessibilità digitale**

Sito della destinazione accessibile WCAG 2.1 AA.<sup>32</sup> Schede delle strutture verificate e aggiornate. Filtri di ricerca per tipologia di accessibilità.

## **Lista di implementazione: norma vs standard**

Questa sezione è pensata per DMO e Comuni. Non esiste una norma nazionale che obblighi le destinazioni turistiche a dotarsi di un sistema di misurazione dell'accessibilità. Esiste però una pressione di mercato crescente e un quadro normativo europeo che va nella direzione della trasparenza. Gli standard indicati di seguito sono ciò che distingue una destinazione che gestisce l'accessibilità da una che si limita a dichiararla.

### **Misurazione e comunicazione**

- Standard minimo:** Adozione di una griglia condivisa di valutazione dell'accessibilità per le strutture del territorio.
- Standard:** Database pubblico delle strutture accessibili verificate, aggiornato almeno annualmente.
- Standard avanzato:** Sistema di aggiornamento con verifica periodica e pubblicazione dei risultati per dimensione di accessibilità.

### **Comunicazione**

- Standard:** Pagina dedicata all'accessibilità sul sito della destinazione, accessibile con *screen reader*.
- Standard avanzato:** Guida all'accessibilità della destinazione in formato scaricabile e accessibile, aggiornata almeno annualmente. Mapa interattiva

online che permette di filtrare itinerari, strutture ed eventi per dimensione di accessibilità (motoria, visiva, uditiva, intellettiva e delle neurodivergenze e alimentare). Sezione dedicata con contenuti in formato alternativo: Storia Sociale, audiodescrizioni, Easy-to-Read, LIS per i principali punti di interesse.

## Misurazione e comunicazione

**Standard minimo:** Adozione di una griglia condivisa di valutazione dell'accessibilità per le strutture del territorio.

**Standard:** Database pubblico delle strutture accessibili verificate, aggiornato almeno annualmente.

**Standard avanzato:** Sistema di aggiornamento con verifica periodica

## Governance

**Standard:** Tavolo di lavoro permanente tra DMO, operatori, associazioni di persone con disabilità e Comune.

**Standard avanzato:** Budget dedicato all'accessibilità nella programmazione turistica annuale.

## Punti di contatto con i visitatori

**Standard:** Infopoint con almeno uno strumento di comunicazione accessibile per persone sorde.

**Standard avanzato:** Personale degli infopoint formato per l'accoglienza inclusiva.

## Checklist operativa

È un elenco strutturato di voci, attività o comportamenti da verificare e da svolgere affinché DMO, Comuni e gli enti territoriali possano offrire al pubblico servizi sempre più accessibili e fruibili, trasformando il territorio in una destinazione sempre più inclusiva.

- Griglia condivisa di valutazione dell'accessibilità adottata per le strutture del territorio.
- Database delle strutture accessibili verificate, pubblico e aggiornato.
- Pagina dedicata all'accessibilità sul sito della destinazione, accessibile con screen reader.
- Guida all'accessibilità della destinazione disponibile in formato scaricabile e accessibile.
- Tavolo di lavoro attivo con operatori e associazioni di persone con disabilità.
- Formazione per gli operatori turistici del territorio, anche con fondi pubblici.
- Almeno uno strumento di comunicazione accessibile negli infopoint principali.
- Budget dedicato all'accessibilità nella programmazione turistica annuale.

## NOTE - CAPITOLO 14

---

- <sup>29</sup> Regione Lombardia, progetto STAI (Supporto al Turismo Accessibile e Inclusivo), Programma Regionale di Sviluppo 2022-2027, obiettivo 2.2.1. VisitBergamo, ente capofila.
- <sup>30</sup> Ministero del Turismo, *Comunicato stampa: A Venezia si presentano le startup che rivoluzioneranno il futuro del turismo*, 8 ottobre 2024
- <sup>31</sup> Travelin, *dati raccolti dalla mappatura accessibilità territorio bergamasco ed elaborati ad uso interno, 2024-2025*.
- <sup>32</sup> EAA 2025, European Accessibility Act (EAA) recepito in Italia con il D.Lgs. 82/2022 entrato in vigore il 28 giugno 2025

## Partire senza dover telefonare

### Il problema: un sistema pensato per chi non ha esigenze specifiche

Il **trasporto** rappresenta il punto critico più frequente nell'esperienza di viaggio per le persone con disabilità. Più dell'80% dei viaggiatori europei con esigenze di accessibilità ha segnalato problemi durante il trasporto nel viaggio più recente.<sup>33</sup> **Non si tratta quasi mai di assenza di servizi. I servizi infatti esistono, ma sono difficili da reperire.** Spesso le persone che ne avrebbero diritto non capiscono come devono prenotarli e, il più delle volte, la prenotazione richiede una telefonata che non sempre è possibile fare.

Per una persona sorda che vuole prenotare assistenza in aeroporto, il sistema tradizionale è stato per anni una barriera totale. L'assistenza esisteva, era obbligatoria per legge, era gratuita. Ma per prenotarla bisognava telefonare. Telefonare è inaccessibile per chi non sente. Il risultato pratico era che chi non poteva telefonare viaggiava senza aver prenotato l'assistenza oppure rinunciava al viaggio.

Le procedure di sicurezza a bordo degli aerei vengono spiegate visivamente: uscite di emergenza, cinture, maschere per l'ossigeno. Tuttavia, il passeggero con una disabilità visiva sente le parole ma non può seguire la dimostrazione. Per decenni non è esistito alcuno strumento alternativo. Questi sono due problemi precisi che hanno trovato soluzioni puntuali nel momento in cui l'Ente Nazionale per l'Aviazione Civile (ENAC) ha deciso di affrontarli entrambi. Le soluzioni adottate, frutto anche dell'ingegno italiano, sono diventate uno standard riconosciuto a livello internazionale, con un costo ridotto per chi le ha implementate.

### Il caso: ENAC e due progetti che hanno cambiato il trasporto accessibile

#### One Click Away: trovare le informazioni in un clic

**Prima del progetto One Click Away, trovare le informazioni per passeggeri con disabilità sui siti delle compagnie aeree richiedeva in media sette passaggi.** Sette. Chi cercava come prenotare l'assistenza in aeroporto, come viaggiare con una sedia a ruote elettrica o come portare a bordo un concentratore di ossigeno, doveva navigare menù a cascata, FAQ generiche e molteplici numeri di telefono. Un percorso progettato per chi ha già molta familiarità con i siti delle compagnie aeree e non ha fretta.

**ENAC** ha analizzato i siti delle principali compagnie aeree e ha proposto una soluzione semplice:

**standardizzare le pagine dedicate ai passeggeri con disabilità e collocare un'icona della sedia a ruote in alto a destra nella homepage del sito web della compagnia.** Un clic. Da qualsiasi pagina del sito, in qualsiasi momento, si arriva ad una pagina accessibile anche con *screen reader*, con tutte le informazioni utili: come richiedere assistenza, come viaggiare con ausili, con cani guida, con concentratori di ossigeno o con medicinali. Il costo per le compagnie è molto contenuto, poiché riguarda solo un adeguamento del proprio sito.

Il progetto è stato lanciato il 3 dicembre 2022 in occasione della Giornata internazionale per i diritti delle persone con disabilità, con International Air Transport Association (IATA), ITA Airways, Air Dolomiti e NEOS Air. Ad aprile 2026 avevano anche aderito al progetto: Ryanair, EasyJet, Vueling, Volotea, Iceland Air, Eurowings, Edelweiss e Air Baltic. Sono in procinto di aderire: British Airways, Air France/KLM, Lufthansa. One Click Away è stata riconosciuta come best practice nel 2023 dalla IATA.<sup>34</sup> La formalizzazione di questa iniziativa italiana come standard globale è parte dell'evoluzione delle raccomandazioni dell'Organizzazione Internazionale dell'Aviazione Civile (ICAO) e dell'European Civil Aviation Conference (ECAC), che hanno anche il compito di definire standard, norme e procedure per la sicurezza, l'efficienza e la sostenibilità del trasporto aereo.<sup>35</sup>

I dati che ENAC raccoglie direttamente dai gestori aeroportuali per uso interno mostrano che **il progetto ha funzionato**. Nel 2022, il tasso di prenotazione, ovvero la percentuale di passeggeri con disabilità che comunicano in anticipo le proprie esigenze, era al 68%, con 978.143 passeggeri registrati come PRM (persone a ridotta mobilità). Nel 2025 il tasso è salito al 72%, con 1.842.273 passeggeri, quasi il doppio rispetto al 2022. La distribuzione per tipologia di bisogno di accessibilità nel 2025 vede in testa chi usa la sedia a ruote per lunghi percorsi ma può salire le scale (WCHS, 884.291), seguito da chi usa la sedia a ruote su rampa e a bordo del veicolo (WCHR, 644.796). Le persone sorde (DEAF) sono 36.845, le persone con disabilità visiva (BLND) altre 36.845.<sup>36</sup>

Il 28% dei passeggeri con disabilità, circa 518.640 persone, viaggia ancora senza aver prenotato l'assistenza in anticipo. Questo rende difficile organizzare il servizio in modo efficace. Il dato è la conferma che comunicare l'esistenza dei servizi, rendendoli visibili e accessibili, è una condizione necessaria ma non sempre sufficiente. Servono anche campagne di sensibilizzazione e coinvolgimento delle associazioni che tutelano i diritti, favoriscono l'inclusione e offrono supporto alle persone con disabilità.



### *La voce di ANMIC*

***Come Rete Associativa ANMIC riteniamo che il One Click Away non sia solo un progetto ma uno strumento reale, concreto, accessibile e semplice da usare per accedere a tutte le informazioni utili per i turisti e i passeggeri con disabilità e le loro famiglie che vogliono viaggiare in aereo e in treno senza imprevisti.***

**Il modello si è dimostrato così efficace da essere adottato anche dal trasporto ferroviario.** Da novembre 2024 il sito di **Rete Ferroviaria Italiana** ha un accesso dedicato dalla homepage per consultare le informazioni di accessibilità e per prenotare l'assistenza in stazione nei punti specializzati dedicati alle persone con disabilità e a ridotta mobilità, le Sale Blu. Stesso principio, stesso obiettivo: trovare le informazioni in modo semplice e intuitivo.

## **Safety Briefing Card: le istruzioni di sicurezza in braille**

Quando un aereo decolla, i passeggeri assistono alla dimostrazione delle procedure di sicurezza: come allacciare la cintura, dove trovare le uscite di emergenza, come usare la maschera per l'ossigeno. **È una dimostrazione visiva. Chi non vede, sente le parole del personale di bordo ma non può seguirne e capirne i gesti.**

Per decenni non è esistito nessuno strumento alternativo. **ENAC ha colmato questa lacuna con la Safety Briefing Card**, realizzata in collaborazione con ITA Airways, l'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti e la Federazione Nazionale Pro Ciechi.<sup>37</sup> Si tratta di un libretto che spiega le procedure di sicurezza in un testo dove si combinano grafica tridimensionale, stampa UV e Braille, scritto con linguaggio semplificato accessibile anche a persone con disabilità intellettiva e del neurosviluppo. È utilizzabile anche da persone sorde. È un ausilio simile a quello che tutti i passeggeri trovano nella tasca del sedile davanti a loro ma progettato per essere letto anche con le mani oltre che con gli occhi.

La card viene consegnata durante la dimostrazione a bordo ai passeggeri che hanno notificato in anticipo una disabilità visiva. È disponibile in italiano e in inglese. Non sono previste integrazioni con QR code o sintesi vocale: rimane uno strumento fisico, nella stessa logica del cartoncino standard. Air Dolomiti ha già chiesto di integrare questo tipo di ausilio sulla propria flotta.

Secondo dati interni di ITA Airways, aggiornati a luglio 2025, lo stato della distribuzione sulla propria flotta, è il seguente: allestimento completato sull'intera flotta di nuova generazione (Neo) per un totale di 71 aeromobili per 142 card (una in italiano e una in inglese per ciascuno). Il resto della flotta sarà allestito entro il 2026.

Vale la pena notare un dettaglio. **L'aeroporto di Roma Fiumicino** ha vinto per il nono anno consecutivo il premio Airport Service Quality (ASQ) assegnato da Airport Council International (ACI), classificandosi tra i migliori aeroporti al mondo per qualità del servizio.<sup>38</sup> L'accessibilità è una delle componenti valutate. È il risultato di anni di investimento nella formazione del personale e nella qualità dell'accoglienza, anche di passeggeri con disabilità. In Italia, tutto il personale aeroportuale, compresi i lavoratori di negozi e bar, è obbligato per legge a ricevere formazione specifica su come riconoscere le diverse disabilità e su come relazionarsi in modo adeguato con le persone che hanno differenti bisogni di accessibilità.<sup>39</sup> Quando ENAC conduce audit negli aeroporti di altri Paesi europei, la differenza nella qualità dell'accoglienza delle persone con disabilità è spesso evidente.

## L'obiettivo finale: autonomia, non assistenza

La prenotazione è oggi una condizione necessaria per ricevere un servizio adeguato. Chi comunica in anticipo le proprie esigenze ottiene assistenza programmata, personale preparato, ausili pronti. Chi non lo fa rischia di trovarsi senza supporto in un sistema che non è ancora progettato per rispondere in tempo reale a bisogni imprevisti.

Ma la prenotazione è uno strumento di transizione, non un punto di arrivo. **L'obiettivo di un sistema di trasporto veramente inclusivo è permettere alle persone con disabilità di viaggiare in autonomia**, senza dover annunciare in anticipo la propria condizione, senza dover dipendere da un servizio di assistenza per compiere azioni che per altri sono automatiche. Salire su un treno, trovare il proprio posto, leggere le istruzioni di sicurezza, orientarsi in un aeroporto.

**One Click Away e la Safety Briefing Card sono passi in questa direzione:** rendono autonome le persone nell'accesso alle informazioni e nella comprensione delle procedure di sicurezza, senza richiedere l'intervento di un operatore. È la logica dell'*Universal Design* applicata al trasporto: progettare servizi che funzionino per tutte e tutti, non costruire servizi paralleli per chi ha esigenze diverse. Finché l'autonomia non è garantita, la prenotazione resta un ponte necessario. Ma il ponte non è la destinazione.

## Cosa replicare

Le leve replicabili del modello ENAC

- **Rendere visibile ciò che esiste già.** One Click Away non ha creato un nuovo servizio, ha reso accessibile un'informazione già esistente ma difficile da reperire. Spesso il primo passo non è costruire qualcosa di nuovo, ma rendere accessibile quello che già esiste.
- **Il costo molto contenuto delle soluzioni digitali.** Standardizzare una pagina web, collocare un'icona nella homepage, rendere il contenuto accessibile anche con *screen reader*: queste operazioni costano molto poco rispetto al valore che producono. La barriera non è economica, ma di progettazione.
- **Replicare con uno strumento materiale quello che il digitale non riesce a soddisfare da solo.** La Safety Briefing Card dimostra che alcune barriere richiedono soluzioni materiali, non solo digitali. Un documento in braille è a basso costo, replicabile su qualsiasi flotta e risolve un problema che esisteva da quando esiste l'aviazione commerciale.
- **La formazione come infrastruttura.** Il personale aeroportuale italiano è formato per relazionarsi con persone con qualsiasi genere di disabilità. Questa formazione è obbligatoria, sistematica e verificata. È un'infrastruttura invisibile che rende funzionante tutto il resto.

## Esigenze degli ospiti per dimensione di accessibilità

Questa sezione analizza le esigenze delle persone con disabilità o esigenze specifiche nel contesto del trasporto, dimensione per dimensione. Il trasporto è il punto di accesso a tutta l'esperienza di viaggio: una barriera in questo segmento preclude ogni altra esperienza a destinazione.

### Accessibilità informativa

Prima di partire, chi ha una disabilità o delle esigenze specifiche cerca informazioni sui servizi disponibili, su come prenotarli e su cosa aspettarsi. Queste informazioni devono essere reperibili con un clic, accessibili con screen reader e aggiornate. La comunicazione preventiva dell'assistenza e dello stato di accessibilità del luogo deve poter essere fruibile online senza l'obbligo di telefonare.

### Accessibilità fisica

Assistenza in aeroporto e stazione (obbligatoria per legge e gratuita), spazio per sedia a ruote sui mezzi, rampe di accesso, veicoli con pianale ribassato per il trasporto su ruote.

### Accessibilità visiva

Annunci audio alle fermate e nelle aree di attesa. Segnaletica ad alto contrasto. App compatibile con *screen reader*. Safety Briefing Card in braille e ad alto rilievo a bordo degli aerei e di tutti i trasporti che hanno necessità di comunicare ai passeggeri informazioni sulla sicurezza.

### Accessibilità uditiva

Annunci visivi in aeroporto e in stazione, alle fermate e nelle aree di attesa. Possibilità di prenotare assistenza senza dover telefonare. Loop magnetico nelle sale d'attesa principali. Informazioni scritte disponibili in alternativa agli annunci solo audio e video in Lingua Italiana dei Segni (LIS) o con i sottotitoli.

### Accessibilità intellettuale e del neurosviluppo

Informazioni congruenti sui percorsi fornite con un linguaggio semplificato. Saper comunicare in anticipo alle persone cosa devono aspettarsi durante le diverse fasi del viaggio. Segnaletica chiara e coerente.

### Accessibilità digitale

App di navigazione accessibili. Prenotazione dell'assistenza online senza obbligo di telefonare. Informazioni in tempo reale sull'accessibilità dei mezzi, compresi guasti agli ascensori. Sito web accessibile WCAG 2.1 AA.<sup>40</sup>

## Lista di implementazione: norma vs standard

Questa sezione è pensata per chi opera nel trasporto: aeroporti, stazioni, porti, stazioni dei pullman e servizi di mobilità locale. Distingue l'obbligo normativo europeo dallo standard di qualità che rende il servizio effettivamente fruibile

### Fisica

- Norma UE:** Assistenza gratuita per passeggeri con disabilità su voli e treni.
- Standard:** Prenotazione dell'assistenza online senza obbligo di telefonare (modello One Click Away).
- Standard:** Veicoli di trasporto con pianale ribassato e spazio sedia a ruote di almeno 130x75 cm.

### Digitale

- Norma (EAA 2025):** Siti e app dei servizi di trasporto accessibili WCAG 2.1 AA.
- Standard:** Icona di accesso alle informazioni per passeggeri con disabilità visibile dalla homepage con un clic.
- Standard:** Informazioni in tempo reale sull'accessibilità dei mezzi (guasti agli ascensori, variazioni di percorso).

### Visiva

- Standard:** Safety Briefing Card in braille ad alto rilievo disponibile per passeggeri con disabilità visiva che hanno prenotato.
- Standard:** Segnaletica ad alto contrasto in tutte le aree di transito principali.

### Uditiva

- Standard:** Annunci visivi nelle aree di attesa e a bordo per passeggeri sordi o ipoacusici.
- Standard:** Video LIS o sottotitoli per le comunicazioni di sicurezza a bordo.

### Formativa

- Norma (Italia):** Formazione obbligatoria per tutto il personale aeroportuale e delle stazioni, compresi i lavoratori dei servizi commerciali, all'accoglienza a persone con disabilità o bisogni specifici.<sup>41</sup>
- Standard:** Formazione periodica aggiornata e non limitata al solo momento dell'assunzione.

## Checklist operativa

Questa lista operativa è un elenco strutturato di voci, attività o comportamenti da verificare e da svolgere per supportare i gestori di infrastrutture e i vettori nell'offrire soluzioni di viaggio sempre più inclusive e facilmente accessibili.

- Pagina dedicata ai passeggeri con disabilità, accessibile dalla homepage con un clic e navigabile con *screen reader*.
- Prenotazione dell'assistenza online senza obbligo di telefonare.
- Sito web e app accessibili WCAG 2.1 AA per imprese non micro.
- Personale formato all'assistenza a persone con diversi tipi di disabilità.
- Annunci visivi nelle aree di attesa in alternativa agli annunci solo audio.
- Per tutti i servizi di mobilità che notificano ai passeggeri le procedure di sicurezza: Safety Briefing Card in braille e ad alto rilievo.
- Per il trasporto su ruota: veicolo con pianale ribassato o con pedana elevatrice e sistema di fissaggio della sedia a ruote.
- Informazioni in tempo reale sull'accessibilità dei mezzi e delle stazioni.

## NOTE - CAPITOLO 15

---

<sup>33</sup> MMGY Travel Intelligence / ENAT / WTTC, *Portrait of European Travellers with Mobility and Accessibility Needs*, giugno 2025, p. 18.

<sup>34</sup> IATA, *'One Click Away' Best Practices*, settembre 2023.

<sup>35</sup> ECAC Doc 30, Section V, Part I, Annex 5 J.

<sup>36</sup> ENAC, *dati raccolti dalle società di gestione degli aeroporti italiani ed elaborati ad uso interno*, 2025. Codici IATA: WCHS (sedia a ruote per rampa e scalette, può percorrere brevi distanze), WCHR (sedia a ruote per lunghi percorsi), DEAF (sorda o ipoacusica), BLND (cieca o ipovedente).

<sup>37</sup> ENAC, *Safety Briefing Card*, [enac.gov.it/safety-briefing-card](https://enac.gov.it/safety-briefing-card).

<sup>38</sup> ACI, *Airport Service Quality Award 2025*, [aci.aero/programs-and-services/airport-service-quality](https://aci.aero/programs-and-services/airport-service-quality).

<sup>39</sup> Regolamento (CE) n. 1107/2006 del Parlamento Europeo e del Consiglio (trasporto aereo). Circolare ENAC GEN-02B del 13 maggio 2021 - Applicazione del Regolamento (CE) n. 1107/2006.

<sup>40</sup> EAA 2025, European Accessibility Act (EAA) recepito in Italia con il D.Lgs. 82/2022 entrato in vigore il 28 giugno 2025

<sup>41</sup> Regolamento (UE) 2021/782 del Parlamento Europeo e del Consiglio (trasporto ferroviario), in vigore dal 7 giugno 2023.

## Il sito non riesce a leggere i miei occhi

### Il problema: una barriera invisibile che precede tutte le altre

**Immaginiamo una persona con disabilità visiva che vuole prenotare una camera accessibile in un hotel italiano.** Ha uno *screen reader*, il programma che legge ad alta voce il contenuto dello schermo. Apre il sito dell'hotel, prova a navigare. La prima immagine della homepage viene letta come *immagine*: nessun testo alternativo che descriva cosa raffigura. I pulsanti del menù non hanno etichette: *lo screen reader legge pulsante, pulsante, pulsante*. Il modulo di prenotazione ha campi senza descrizione: non è possibile capire cosa inserire in ogni casella. Il pulsante finale, prenota ora, è realizzato come elemento grafico: *lo screen reader lo ignora*.

**L'esperienza si interrompe prima ancora di aver scelto la camera.** Non perché l'hotel non sia accessibile fisicamente ma perché il sito non è accessibile digitalmente. La barriera non è nella struttura, ma nella pagina web.

Dal 28 giugno 2025 questa situazione non è solo un problema di inclusione ma configura una vera e propria **violazione di legge**. L'European Accessibility Act (EAA), recepito in Italia con il D.Lgs. 82/2022,<sup>42</sup> estende per la prima volta l'obbligo di accessibilità digitale alle imprese private non micro che vendono prodotti e servizi online nei Paesi dell'Unione Europea. Per il settore turistico significa che siti di prenotazione, app di viaggio e sistemi di check-in online devono rispettare gli standard WCAG 2.1 livello AA. Le sanzioni previste vanno da 5.000 a 40.000 euro per le violazioni più gravi, fino al 5% del fatturato per chi era già soggetto alla Legge Stanca.<sup>43</sup> Si applicano agli operatori turistici come a qualsiasi altra impresa privata non micro che vende prodotti e servizi online.

L'accessibilità digitale è il capitolo di questo libro più trasversale di tutti gli altri: ogni cluster ha un sito web, un sistema di prenotazione, una comunicazione online. Un hotel con la camera accessibile perfetta ma con un sito non navigabile con screen reader ha risolto soltanto metà del problema. **Il punto di accesso all'esperienza fisica è quasi sempre digitale.**

## Il caso: AccessiBit e BWH Hotels Italia

### Cosa significa rendere accessibile un sito turistico

**AccessiBit** è un'azienda specializzata in accessibilità digitale. Lavora con organizzazioni di diversi settori per adeguare siti e applicazioni agli standard WCAG, le linee guida internazionali sull'accessibilità del contenuto web.

Il lavoro che AccessiBit ha fatto per il gruppo alberghiero **BWH Hotels Italia** è emblematico, non perché il loro sito web fosse particolarmente problematico ma perché rappresenta quello che si trova su quasi tutti i siti turistici italiani. **Le barriere individuate nell'audit iniziale sono tra le più frequenti del settore:** rapporto di contrasto insufficiente tra testi e sfondo, immagini senza testi alternativi, pulsanti senza etichette, campi dei moduli senza descrizione leggibile dalle tecnologie assistive. Problemi che non richiedono una riprogettazione completa del sito ma che richiedono interventi mirati, conoscenza degli standard e soprattutto volontà di applicarli.

## Come è stato condotto l'intervento

Il percorso seguito con BWH Hotels Italia è quello che AccessiBit raccomanda a tutti i propri clienti. **Si parte da un audit automatico per verificare lo stato dell'arte del sito web e identificarne le principali criticità.** L'audit automatico si effettua tramite software automatizzati, in questo caso un *engine* proprietario, che effettua una serie di test secondo le linee guida WCAG. Segue una fase di lavoro con il team tecnico del cliente: sessioni di approfondimento, spiegazione dei requisiti WCAG, risposte alle domande specifiche sui requisiti del sito web. Il cliente effettua le correzioni sul proprio sito. AccessiBit conduce in seguito un secondo audit automatico per verificare che le modifiche suggerite siano andate a buon fine. Infine, un **audit manuale finale** considera tutti gli aspetti che i test automatici non rilevano: interazioni complesse, flussi di navigazione e compatibilità con i principali *screen reader* in uso.

Il percorso si chiude con la redazione della **dichiarazione di accessibilità**, documento che ogni organizzazione soggetta all'EAA è obbligata a pubblicare, con l'indicazione dello stato di conformità agli standard WCAG.

In termini di tempo e sforzo, l'intervento su BWH Hotels Italia non si è concentrato in un unico arco temporale ma è stato distribuito nel tempo, con una stima complessiva tra i 15 e i 20 giorni-uomo, distribuiti tra il team di AccessiBit e il team tecnico di BWH Hotels Italia. Non si tratta di un investimento trascurabile, ma commisurato alla complessità di un sito con molte pagine e diverse funzionalità. Per siti web più semplici, i tempi sono significativamente inferiori.

Le **tre criticità principali**, che hanno poi trovato una soluzione, raccontano bene cosa significa, in pratica, che un sito web sia inaccessibile per chi usa uno *screen reader*.

**La prima riguardava le immagini senza testo alternativo.** Sul sito di BWH, le bandiere per la scelta della lingua non avevano descrizione e lo *screen reader* leggeva solo immagine o il nome del file. Un utente non vedente non capiva cosa fosse quell'elemento e non poteva cliccarlo in modo consapevole. Dopo l'intervento, tutte le immagini vengono annunciate correttamente: l'utente può cambiare lingua e identificare i contenuti visivi in autonomia.

**La seconda riguardava il contrasto cromatico.** Testi chiari su sfondi chiari non raggiungevano il rapporto minimo richiesto dagli standard WCAG. Per chi ha una disabilità

visiva parziale o legge in condizioni di luce difficile, i testi erano illeggibili. Tutti gli errori di contrasto su testi e titoli sono stati corretti.

**La terza riguardava la struttura del codice.** Alcuni elementi specifici del Document Object Model risultavano non corretti, ad esempio Heading, ID duplicati, campi dei moduli e pulsanti: prima lo *screen reader annunciava solo casella di testo o pulsante* senza nessun contesto. Un utente non vedente non era messo in condizioni di comprendere a cosa servisse ogni campo. Dopo l'intervento, ogni campo e ogni pulsante ha un nome accessibile: lo *screen reader annuncia Email, Cerca, Prenota*, rendendo possibile compilare i form e attivare le azioni senza incertezza.

C'è un terzo effetto di cui vale la pena parlare perché, anche se è il meno visibile, è il più importante: con gli *heading* vuoti rimossi e gli ID non più duplicati, la navigazione rapida per intestazioni funziona correttamente. La **navigazione per intestazioni** è il modo in cui gli utenti di *screen reader* si orientano in una pagina complessa: saltano da una sezione all'altra senza dover leggere tutto il contenuto in sequenza, come invece chi vede può fare scorrendo visivamente la pagina. Prima dell'intervento, questo meccanismo era interrotto. Dopo l'intervento, un utente con disabilità visiva può orientarsi nella struttura del sito web di BWH Hotels Italia nello stesso modo in cui lo fa chiunque altro: cercando la sezione che gli serve senza dover leggere tutto dall'inizio.

## Perché l'accessibilità digitale è un problema per tutto il settore turistico

Uno studio su oltre 31.000 hotel nelle 100 città più turistiche del mondo condotto analizzando le schede sulle piattaforme di prenotazione, mostra che le dotazioni per disabilità sensoriali (segnaletica in Braille, percorsi tattili, audioguide) sono presenti in meno del 5% delle strutture.<sup>44</sup> Il dato sulla comunicazione digitale è analogo: la grande maggioranza dei siti turistici italiani non è conforme agli standard WCAG 2.1 livello AA. Non perché sia tecnicamente impossibile, ma perché fino al 2025 non esisteva un obbligo legale che rendesse il costo dell'inottemperanza reale.

L'EAA cambia questa situazione per la prima volta. Non elimina il problema dall'oggi al domani: crea un incentivo all'adeguamento strutturale che prima non esisteva. Per il settore turistico, che dipende dalla prenotazione online in misura sempre più crescente, **l'accessibilità digitale è diventata un requisito di legge e una condizione di competitività.**

## Cosa replicare

Le leve replicabili dal modello AccessiBit e dall'intervento su BWH

- **Partire dall'audit, non dall'intuizione.** Prima di intervenire su un sito web occorre sapere cosa non funziona e per chi. Un audit automatico è un punto di partenza: rapido ed economico, identifica le criticità più evidenti. L'audit manuale con utenti

reali che usano lo *screen reader* è il complemento necessario per tutto quello che i test automatici non vedono.

- **Le barriere più frequenti sono le più semplici da rimuovere.** Testi alternativi per le immagini, etichette per i pulsanti, contrasto cromatico sufficiente, campi dei moduli descritti: sono interventi tecnici precisi, non riprogettazioni complete. La maggior parte dei siti web turistici italiani ha le stesse barriere di BWH. Correggerle richiede sì del tempo, ma non un budget eccessivo.
- **Il team tecnico del cliente deve capire, non solo eseguire.** Le sessioni di formazione con il team di BWH sono state parte integrante del percorso di AccessiBit. Un team che capisce perché un elemento non è accessibile e che sa come renderlo tale, produce risultati più duraturi di un team che riceve una lista di modifiche da apportare senza comprenderle.
- **La dichiarazione di accessibilità come strumento di trasparenza.** È un obbligo legale per le imprese soggette all'EAA ma è anche uno strumento di comunicazione: dice agli utenti, in modo preciso, quale livello di conformità ha raggiunto il sito web e quali limitazioni restano. È esattamente il tipo di informazione verificata che costruisce fiducia.
- **L'accessibilità digitale riguarda tutto il percorso di prenotazione, non solo la homepage.** La pagina di ricerca, il filtro per camere accessibili, il modulo di prenotazione, la conferma via email: ogni passaggio deve poter essere navigabile con *screen reader*.
- **Il costo dell'adeguamento è proporzionale al ritardo.** Un sito web progettato fin dall'inizio in modo accessibile ha costi marginali. Un sito web da adeguare a posteriori richiede più lavoro. Un sito web che non si adegua rischia delle sanzioni fino al 5% del fatturato. Il momento migliore per occuparsene era prima dell'entrata in vigore dell'EAA. Il secondo momento migliore è adesso.

## Esigenze degli ospiti per dimensione

Questa sezione analizza le esigenze digitali delle persone con disabilità nel contesto della pianificazione e della prenotazione di un viaggio. L'accessibilità digitale è trasversale a tutti i capitoli: ogni struttura, evento o destinazione ha un punto di contatto digitale con i propri clienti.

### Accessibilità informativa

Il sito web è il primo punto di contatto tra gli operatori turistici e i viaggiatori. Chi ha una disabilità visiva usa uno screen reader, chi ha una disabilità motoria usa solo la tastiera senza mouse, chi ha una disabilità intellettiva e del neurosviluppo ha bisogno di testi semplificati: ognuno ha la necessità che il sito web sia navigabile in modo autonomo. Se non lo è, la ricerca di informazioni si interrompe prima ancora di iniziare.

### **Accessibilità visiva**

Testi alternativi per tutte le immagini. Contrasto cromatico sufficiente tra testo e sfondo (rapporto minimo 4,5:1 per testo normale, 3:1 per testo grande). Sito navigabile con screen reader senza perdere informazioni o funzionalità. Video con audiodescrizione.

### **Accessibilità uditiva**

Video con sottotitoli. Nessun contenuto audio senza alternativa scritta. Possibilità di contattare la struttura via testo (chat, email, form) senza dover telefonare.

### **Accessibilità fisica**

Sito navigabile con tastiera senza mouse per chi ha difficoltà nell'usare gli arti superiori. Moduli di prenotazione accessibili che non richiedono interazioni complesse (*drag and drop, hover*).

### **Accessibilità intellettuale e del neurosviluppo**

Linguaggio semplificato e chiaro. Struttura della pagina semplificata e coerente. Nessun elemento che si muove automaticamente senza la possibilità di fermarlo. Istruzioni chiare per ogni passaggio del processo di prenotazione.

### **Digitale: requisiti tecnici**

Conformità WCAG 2.1 livello AA (obbligatoria per imprese non micro soggette all'EAA 2025). Dichiarazione di accessibilità pubblicata sul sito web. Meccanismo di feedback per segnalare problemi di accessibilità.

## **Lista di implementazione: norma vs standard**

Questa sezione è pensata per chiunque gestisca un sito web nel settore turistico. Distingue l'obbligo normativo introdotto dall'EAA 2025 dallo standard di qualità nel fornire un servizio, che rende il sito web effettivamente utilizzabile da persone con diverse disabilità.

### **Obbligo legale (EAA 2025)**

- |               |  |
|---------------|--|
| <b>Norma:</b> | sito web accessibile WCAG 2.1 livello AA per imprese non micro.  |
| <b>Norma:</b> | dichiarazione di accessibilità pubblicata sul sito con stato di conformità.  |
| <b>Norma:</b> | meccanismo di feedback per segnalare problemi di accessibilità.  |
| <b>Norma:</b> | sanzioni da 5.000 a 40.000 euro per violazioni gravi; fino al 5% del fatturato per chi era già soggetto alla Legge Stanca. |

## Standard tecnici WCAG 2.1 AA: le barriere più frequenti nei siti turistici

**Barriera frequente:** immagini senza testo alternativo.

**Soluzione:** aggiungere l'attributo alt a tutte le immagini con una descrizione del contenuto.

**Barriera frequente:** contrasto cromatico insufficiente tra testo e sfondo.

**Soluzione:** verificare il rapporto di contrasto con strumenti gratuiti (es. WebAIM Contrast Checker) e adeguare i colori.

**Barriera frequente:** pulsanti e link senza etichetta leggibile da screen reader.

**Soluzione:** aggiungere testo descrittivo a tutti gli elementi interattivi.

**Barriera frequente:** campi dei moduli senza etichetta associata.

**Soluzione:** associare un'etichetta leggibile a ogni campo del modulo di prenotazione.

**Barriera frequente:** video senza sottotitoli.

**Soluzione:** aggiungere sottotitoli a tutti i video, anche a quelli promozionali.

## Standard di qualità aggiuntivi

**Standard:** possibilità di contattare la struttura via testo senza dover telefonare.

**Standard:** filtro per camere accessibili navigabile con *screen reader*.

**Standard:** scheda di accessibilità della struttura con dati oggettivi, aggiornata e leggibile da *screen reader*.

## Checklist operativa

Questa è una lista operativa per chi vende prodotti e servizi online: un elenco strutturato di voci, attività o comportamenti da verificare o da svolgere per offrire servizi sempre più accessibili.

- Audit di accessibilità automatico.
- Audit manuale con screen reader effettuato in autonomia o commissionato a un/a esperto/a.
- Dichiarazione di accessibilità pubblicata sul sito web (obbligo EAA 2025 per imprese non micro).
- Meccanismo di feedback per segnalare problemi di accessibilità (obbligo EAA 2025).
- Tutte le immagini hanno un testo alternativo descrittivo.
- Contrasto cromatico sufficiente tra testo e sfondo (rapporto minimo 4,5:1).
- Tutti i pulsanti e i link hanno un'etichetta descrittiva leggibile da *screen reader*.
- Tutti i campi del modulo di prenotazione con un'etichetta associata.
- Sito navigabile con tastiera senza mouse.
- Video con sottotitoli.
- Possibilità di contattare la struttura via testo senza dover telefonare.
- Scheda di accessibilità con misure reali navigabile con screen reader.

## NOTE - CAPITOLO 16

---

<sup>42</sup> Direttiva UE 2019/882 del Parlamento Europeo e del Consiglio, 17 aprile 2019, G.U.U.E. L 151 del 7 giugno 2019. D.Lgs. 27 maggio 2022, n. 82, G.U. n. 142 del 20 giugno 2022, art. 15 (sanzioni). WCAG 2.1, W3C Recommendation, 5 giugno 2018, [w3.org/TR/WCAG21](https://www.w3.org/TR/WCAG21).

<sup>43</sup> Legge 9 gennaio 2004, n. 4

<sup>44</sup> Martin-Fuentes, E. et al., *Accessibility in inclusive tourism? Hotels distributed through online channels*, Societies, MDPI, vol. 11, n. 2, 2021, tab. 3, p. 8, [doi.org/10.3390/soc11020034](https://doi.org/10.3390/soc11020034).

## Conclusioni e proposte concrete per un'Italia accessibile nei fatti

**Questo libro è partito da una sedia a ruote.** Da un simbolo che, per cinquant'anni, ha cristallizzato l'accessibilità in una sola delle sue cinque dimensioni. I capitoli precedenti hanno raccontato cosa accade quando gli operatori della filiera del turismo cambiano prospettiva sui viaggiatori e sugli ospiti con esigenze specifiche: alberghi dove si misurano le porte, ristoranti dove si traccia la contaminazione crociata, musei che co-progettano esperienze tattili, aziende di trasporti che formano il personale all'accessibilità, destinazioni che rilevano e analizzano dati oggettivi di accessibilità. **Oggi l'offerta esiste ma resta disorganizzata e frammentata,** in attesa di diventare un sistema strutturato.

**La Parte II ha esplorato l'esperienza di accessibilità lungo dieci ambiti del settore turistico,** ciascuno con le proprie specificità e con operatori che hanno scelto di andare oltre gli obblighi normativi. Il punto non è celebrare le eccezioni, ma capire cosa serve per trasformare le best practice in standard.

**Tre sono le condizioni necessarie per compiere questo salto di qualità:** misurare in modo sistematico e comparabile dati oggettivi di accessibilità, comunicarli con un linguaggio unico, investire nella filiera che elabora le soluzioni. Non si tratta di dichiarazioni di principio, ma di proposte operative, che trovano un quadro di riferimento preciso nell'Agenda ONU 2030 per lo sviluppo sostenibile.

**Il turismo accessibile non è un tema settoriale.** È un acceleratore trasversale di più Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU: il Goal 8 - *Lavoro dignitoso e crescita economica*, che riconosce nell'accessibilità una leva di ampliamento della domanda e di destagionalizzazione; il Goal 9 - *Imprese, innovazione e infrastrutture, che richiede infrastrutture inclusive e modelli organizzativi rinnovati*; il Goal 10 - *Ridurre le disuguaglianze*, perché rimuovere le barriere significa garantire pari accesso all'esperienza turistica; il Goal 11 - *Città e comunità sostenibili*, perché una destinazione accessibile è un territorio più vivibile per tutte e tutti; il Goal 17 - *Partnership per gli Obiettivi*, che individua nella cooperazione tra istituzioni, imprese e territorio la condizione essenziale per trasformare l'accessibilità da iniziativa isolata a politica strutturale.

### Misurare prima, investire meglio

La prima proposta è strutturale e riguarda la pubblica amministrazione. Il Ministero del Turismo e le regioni potrebbero, ad esempio, adottare in modo coordinato una metodologia

**“monitora-migliora”**: rilevazione sistematica del livello di accessibilità di ogni asse della filiera attraverso indicatori comuni, formati condivisi e cadenze regolari.

**Il problema oggi non è l'assenza di dati, ma la loro frammentazione.** I dati, quando esistono, sono prodotti da attori diversi, in momenti differenti e con criteri non omogenei. Il risultato è che non sono confrontabili e non consentono decisioni efficienti. Le risorse pubbliche vengono così allocate senza una chiara identificazione delle priorità.

**Un sistema di monitoraggio nazionale**, basato su standard condivisi, consentirebbe di conoscere lo stato reale di accessibilità, regione per regione e di **progettare interventi mirati**. Permetterebbe di quantificare il divario tra requisiti normativi e standard di qualità, di progettare bandi mirati sulle reali carenze di accessibilità nel turismo emerse da dati oggettivi e non da urgenze percepite e di valutare nel tempo l'impatto effettivo degli investimenti.

Sarebbe interessante poter disporre di un **Osservatorio nazionale sul turismo accessibile** presso il Ministero del Turismo: un soggetto o una struttura con il compito di rilevare e diffondere dati sul turismo accessibile, aggiornati con cadenza ravvicinata, comparabili tra territori. Non un'ulteriore struttura di governance ma una struttura che ha il compito di misurare. L'accessibilità non può essere gestita se non si sa a che punto si è.

In questo contesto l'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS) potrebbe svolgere un ruolo chiave, contribuendo alla definizione di indicatori condivisi che legano le politiche di accessibilità turistica al monitoraggio degli SDGs nazionali e a favorire il raccordo tra Ministero del Turismo, regioni e filiera privata nella definizione di standard comuni.

## Comunicare in modo uniforme l'accessibilità nel turismo

La seconda proposta è consequenziale alla prima, **“Misurare prima, investire meglio”**, e riguarda il modo più efficiente di comunicare l'accessibilità turistica al mercato.

L'Italia è la destinazione più desiderata d'Europa dai viaggiatori europei con esigenze di accessibilità. Questo capitale di attrazione è oggi in gran parte disperso perché **non esiste un sistema di comunicazione dell'accessibilità nel turismo che parli usando dati unificati**, cioè un linguaggio comune.

Ogni regione comunica le informazioni di accessibilità in modo autonomo, con formati diversi, livelli di dettaglio differenti, aggiornamenti non coordinati. Il viaggiatore o la viaggiatrice che cerca informazioni attendibili sull'Italia accessibile non trova un sistema, ma una molteplicità di fonti parziali e difficilmente confrontabili. Spesso rinuncia, oppure sceglie destinazioni che offrono maggiore chiarezza.

Se tutte le regioni adottassero il medesimo formato di dichiarazione dell'accessibilità, con gli stessi parametri e la stessa struttura, l'Italia potrebbe presentarsi al mercato internazionale come destinazione turistica unitaria. ENIT e il Ministero del Turismo, una volta consolidata la base di dati, avrebbero gli strumenti per costruire una comunicazione coerente, verificabile

e aggiornata. È il passaggio necessario per trasformare una reputazione potenziale in una scelta concreta: **da Paese desiderato ma incerto a Paese accessibile e competitivo.**

## **Investire sulla filiera: senza ricerca e sviluppo non c'è scalabilità**

La terza proposta riguarda il sistema delle imprese. La Parte II ha documentato l'esperienza di alcuni operatori che hanno innovato, spesso senza risorse pubbliche, spesso senza un mercato strutturato che riconoscesse il valore di ciò che producevano. È una base su cui costruire, ma non è sufficiente. **La filiera di chi cerca di fornire soluzioni per il turismo accessibile ha un problema strutturale: è fragile.**

Le soluzioni sviluppate, tra cui mappe tattili realizzate artigianalmente per un museo, un'app di navigazione progettata per un singolo evento, un protocollo anti-contaminazione sviluppato per un singolo ristorante, non diventano automaticamente soluzioni replicabili. Per essere scalabili devono essere standardizzate, testate e migliorate nel tempo. Questo è il ruolo della ricerca e dello sviluppo che, nel settore turistico, è ancora insufficiente.

Investimenti mirati sulla filiera, attraverso bandi specifici o incentivi fiscali per chi opera nell'accessibilità turistica, produrrebbero **tre effetti concreti**: abbasserebbero i costi delle soluzioni per gli operatori, aumenterebbero la qualità e l'affidabilità dei prodotti disponibili, renderebbero più competitivo il sistema-Paese su un mercato in netta crescita.

Senza investimento non c'è innovazione. Senza innovazione non c'è crescita. Senza crescita, l'accessibilità resta confinata a buone pratiche isolate invece di diventare la norma operativa del settore.

## **Il quadro è chiaro. La scelta anche.**

Questo libro non offre ricette, ma propone metodi, misure, casi concreti. Il principio che li unisce è semplice: **l'accessibilità non è un elemento accessorio del sistema turistico italiano ma una condizione per renderlo competitivo.**

Le proposte di queste conclusioni non richiedono rivoluzioni. Richiedono coordinate condivise per misurare, un formato unico per comunicare, risorse dedicate per innovare. Le leve individuate sono tre e sono tutte praticabili: misurare in modo sistematico, comunicare in modo uniforme, investire in innovazione. Ognuna di esse produce un ritorno economico misurabile.

***Un'Italia che sa dove si trova, che parla con una voce sola e che investe su chi costruisce le soluzioni è un'Italia che può trasformare la destinazione più desiderata in quella meglio attrezzata. Il resto lo farà il mercato.***

# Glossario

## Raccoglie i termini tecnici, le sigle e i concetti specialistici utilizzati nel libro

**Access City Award:** Premio europeo per le città accessibili. È un riconoscimento annuale assegnato dalla Commissione Europea, in collaborazione con l'European Disability Forum, alle città con oltre 50.000 abitanti che si distinguono nel rendere l'ambiente urbano, i trasporti e i servizi pubblici accessibili alle persone con disabilità e agli anziani. Istituito nel 2010, mira a promuovere l'uguaglianza, l'inclusione e la piena partecipazione alla vita cittadina.

**Accessibilità:** Condizione che permette a qualsiasi persona, indipendentemente dalle proprie caratteristiche fisiche, sensoriali o cognitive di fruire in autonomia di spazi, servizi e informazioni. Nel libro è trattata come sistema di cinque dimensioni distinte: fisica, visiva, uditiva, alimentare, intellettiva e del neurosviluppo e non come proprietà binaria.

**Accessibilità alimentare:** Dimensione dell'accessibilità che riguarda le persone con celiachia, allergie alimentari e intolleranze certificate che hanno conseguenze sulla salute. La celiachia è una malattia autoimmune cronica causata dall'ingestione di glutine. Le allergie alimentari sono risposte immunitarie immediate e talvolta gravi a specifici alimenti. Le intolleranze alimentari sono reazioni non immunitarie, spesso enzimatiche, legate alla quantità ingerita.

**Accessibilità digitale:** Capacità di siti web, app e strumenti informatici di essere utilizzati in autonomia da chiunque, incluse persone con disabilità visive, uditive, motorie, intellettive e del neurosviluppo, garantendo l'accesso alle informazioni senza discriminazioni anche attraverso tecnologie assistive come gli *screen reader*. Si basa su standard internazionali come le Content Accessibility Guidelines (WCAG).

**Accessibilità fisica:** Dimensione che valuta in che misura spazi, strutture, percorsi e attrezzature permettono la fruizione autonoma a persone che si muovono con ausili per la mobilità, che hanno limitazioni nella deambulazione o nella coordinazione motoria o che usano la sedia a ruote.

**Accessibilità informativa:** Capacità di una struttura di fornire informazioni precise, verificate e aggiornate sulla propria accessibilità anche attraverso canali digitali come ad esempio il sito web.

**Accessibilità intellettiva e del neurosviluppo:** Dimensione che descrive in che misura ambienti, comunicazioni e servizi sono fruibili da persone per le quali ambienti ad alto carico sensoriale, testi complessi o interazioni imprevedibili costituiscono una barriera reale. Include persone con disabilità intellettive, con ASD, con ADHD, con DSA e più in generale chi ha bisogni comunicativi complessi.

**Accessibilità uditiva:** Dimensione che valuta in che misura comunicazioni, informazioni e sistemi di segnalazione sono fruibili da persone che non usano l'udito come canale principale, perché sorde, ipoacusiche o con perdita progressiva dell'udito.

**Accessibilità visiva:** Dimensione che definisce in che misura spazi, segnaletica, contenuti e sistemi informativi sono fruibili da persone che non usano la vista come canale principale di orientamento e informazione, perché cieche, ipovedenti o con disabilità visive progressive.

**Accredia - Ente Unico nazionale di accreditamento italiano:** Associazione senza scopo di lucro che opera sotto la vigilanza del Ministero delle Imprese e del Made in Italy. La sua funzione principale è garantire la competenza e l'imparzialità degli organismi di certificazione: attesta la competenza, l'imparzialità e l'indipendenza di laboratori, organismi di certificazione, ispezione e verifica.

**ADHD - Attention Deficit Hyperactivity Disorder Disturbo da Deficit di Attenzione/Iperattività:** *vd. Accessibilità intellettuale e del neurosviluppo.*

**AFC - Alimentazione Fuori Casa:** Iniziativa creata dall'Associazione Italiana Celiachia (AIC) per garantire alle persone celiache, o con sensibilità al glutine, la possibilità di mangiare fuori casa in totale sicurezza e tranquillità. Il programma è dedicato agli esercizi della ristorazione per la gestione della contaminazione crociata.

**AIC - Associazione Italiana Celiachia:** Associazione di persone con celiachia che offre supporto, informazione e assistenza, promuovendo la ricerca scientifica e garantendo la sicurezza alimentare. Gestisce il programma Alimentazione Fuori Casa (AFC) senza glutine attraverso le proprie sezioni territoriali distribuite in tutta Italia. Nel 2023 ha ricevuto l'attestazione al merito della Sanità Pubblica per le meritorie attività svolte nell'ambito della sanità pubblica.

**Allarme visivo e vibrante:** Sistema di segnalazione di emergenza o sveglia che utilizza luce lampeggiante e vibrazione invece del solo suono. Obbligatorio per la segnalazione antincendio.

**Allergeni:** Sostanze solitamente innocue che, in soggetti predisposti, scatenano una reazione immunitaria anomala. 14 di queste sostanze sono identificate dal Regolamento UE 1169/2011 come causa delle allergie alimentari più diffuse e gravi. Nella ristorazione la loro indicazione su tutti i piatti è obbligatoria per legge.

**ASD - Disturbi dello spettro autistico:** *vd. Accessibilità intellettuale e del neurosviluppo.*

**Assistente vocale:** Dispositivo o software controllato dalla voce che permette di gestire funzioni ambientali come luce, temperatura e allarme.

**Audiodescrizione:** Narrazione audio aggiuntiva che descrive ciò che avviene visivamente in un contenuto come film, opera d'arte, spettacolo, per permetterne la fruizione a persone cieche o ipovedenti.

**Audioguida:** Dispositivo o applicazione che fornisce commenti audio su opere, percorsi o ambienti culturali.

**Audit di accessibilità automatico:** Analisi del sito web condotta tramite software che esegue test secondo le linee guida internazionali per l'accessibilità dei contenuti web (WCAG), identificando le criticità più evidenti: immagini senza testo alternativo, contrasto insufficiente, pulsanti senza etichetta.

**Audit di accessibilità manuale:** Verifica condotta da un esperto o una esperta che naviga il sito usando realmente tecnologie assistive come screen reader, tastiera senza mouse e che verifica interazioni complesse, flussi di prenotazione e compatibilità con i principali screen reader in uso, tutti aspetti che i test automatici non rilevano.

**Autocertificazione:** Dichiarazione prodotta direttamente da una struttura ricettiva: hotel, B&B, campeggio o da un servizio turistico: stabilimento balneare, museo, con cui dichiara il proprio livello di adeguatezza nell'accogliere persone con disabilità o con bisogni speciali.

**Barriera architettonica:** Ostacolo strutturale che limita o impedisce la mobilità e l'autonomia delle persone in modo temporaneo o permanente, in particolare di chi ha capacità motorie ridotte. Esempi comuni includono scale, porte strette, marciapiedi alti, assenza di ascensori, pendenze eccessive, pavimenti scivolosi, o segnaletica inadeguata.

**Benchmark:** Parametro o punto di riferimento oggettivo utilizzato per confrontare le prestazioni di un'azienda, di un prodotto o di un investimento finanziario rispetto ai migliori del settore o alla media di mercato. Serve a misurare l'efficienza, la qualità e i progressi, identificando le best practice.

**Braille:** Sistema di lettura e di scrittura tattile a punti in rilievo usato da persone cieche o ipovedenti. È una forma di comunicazione universale che rappresenta lettere, numeri e simboli.

**CAA - Comunicazione Aumentativa Alternativa:** Insieme di tecniche, strategie e tecnologie che facilitano la comunicazione delle persone che hanno difficoltà a utilizzare i canali comunicativi ordinari, in particolare il linguaggio orale e la scrittura. Si definisce *aumentativa* perché non sostituisce ma incrementa le possibilità comunicative naturali della persona; *alternativa* perché utilizza modalità di comunicazione diverse da quelle tradizionali. Secondo la definizione ASHA/ISAAC, studia e compensa disabilità comunicative temporanee o permanenti attraverso strumenti che vanno dai simboli grafici e immagini ai dispositivi di produzione vocale.

**Celiachia:** Malattia autoimmune cronica scatenata dall'ingestione di glutine, che danneggia l'intestino tenue.

**CRABA - Centro Regionale per l'Accessibilità e il Benessere Ambientale:** Centro tecnico afferente a LEDHA - Lega per i diritti delle persone con disabilità. Rappresenta un punto di riferimento per l'accessibilità e il superamento delle barriere fisiche, sensoriali e cognitive, favorendo l'inclusione delle persone con disabilità. Svolge consulenza a persone con disabilità, a tecnici/progettisti di enti privati e pubblici, promuovendo soluzioni inclusive e un approccio correlato all'*Universal Design* e alla progettazione partecipata.

**Manifesto Live for All** Manifesto per eventi dal vivo accessibili, scritto e pensato dal Comitato per i concerti inclusivi sotto forma di cinque obiettivi, che ha lo scopo di promuovere azioni concrete per permettere alle persone con disabilità di vivere concerti, spettacoli teatrali, gare sportive come tutti, senza più aree segregate o numeri chiusi. Pubblicato sotto forma di petizione su [change.org](https://change.org) è stato firmato da oltre 30.000 persone.

**Concentratore di ossigeno:** Dispositivo medico che filtra l'azoto dall'aria e lo convoglia in un serbatoio. Serve a fornire ossigeno ad alta concentrazione alle persone con insufficienza respiratoria.

**Contaminazione crociata:** Trasferimento involontario di microrganismi patogeni, sostanze chimiche o allergeni da un alimento contaminato a uno pronto al consumo, direttamente o tramite superfici, utensili e mani. È una causa principale di tossinfezioni alimentari e si previene separando in modo netto e rigoroso diverse categorie di elementi durante la manipolazione, la preparazione e la conservazione degli alimenti e igienizzando gli strumenti.

**Contrasto cromatico:** Rapporto tra la luminosità del testo e quella dello sfondo. Le linee guida internazionali pubblicate per rendere i contenuti digitali come siti web, app e documenti accessibili alle persone con disabilità richiedono un rapporto minimo di 4,5:1 per il testo normale e 3:1 per il testo grande. Un contrasto insufficiente rende il testo illeggibile per persone ipovedenti o in condizioni di luce difficile.

**Convenzione ONU CRPD - Convention on the Rights of Persons with Disabilities:** Convenzione delle Nazioni Unite per i diritti delle persone con disabilità che stabilisce principi vincolanti sull'inclusione e sull'autonomia delle persone con disabilità, tra cui il diritto alla mobilità e alla partecipazione alla vita culturale e sociale. Legge 18/2009 di ratifica.

**Coperta di contenimento:** Ausilio terapeutico progettato per applicare una pressione profonda e uniforme su tutto il corpo, più comunemente nota come "coperta ponderata" o "coperta sensoriale".

**Design Universale:** Approccio progettuale che mira a creare ambienti, prodotti e servizi utilizzabili al massimo livello possibile senza bisogno di adattamenti speciali da tutte le persone, indipendentemente dall'età o dalle capacità.

**Destagionalizzazione:** Distribuzione dei flussi turistici su tutto l'anno, al di fuori dei periodi di alta stagione.

**Dichiarazione di accessibilità:** Documento obbligatorio con cui le Pubbliche Amministrazioni, gli organismi di diritto pubblico, le aziende municipalizzate e regionali, le aziende di trasporto e di telecomunicazione a partecipazione pubblica e i privati con fatturato medio annuo > 500 milioni di euro, i siti web e le app che offrono servizi al pubblico, rendono pubblico lo stato di accessibilità dei propri siti web e app mobili. Va aggiornata entro il 23 settembre di ogni anno tramite il portale Form Agid. Ha lo scopo di informare sul rispetto degli standard internazionali WCAG e garantire l'inclusività per le persone con disabilità.

**DMO - Destination Management Organization:** Entità, composta da soggetti pubblici e privati, responsabile della pianificazione, gestione e promozione turistica di una specifica destinazione. Il suo obiettivo principale è coordinare l'offerta locale per migliorarne la competitività, promuovere il territorio e gestire i flussi turistici in modo sostenibile.

**DOM - Document Object Model:** Interfaccia di programmazione standardizzata che rappresenta le pagine web come una struttura ad albero. Consente a linguaggi come JavaScript di accedere, modificare, aggiungere o rimuovere dinamicamente elementi, contenuti e stili.

**Drag and drop / Hover:** Sono interazioni che richiedono l'uso del mouse come trascinare un elemento, passarci sopra senza cliccare. Il *Drag and drop* (trascina e rilascia) è una modalità di interazione che permette di "afferrare" un elemento virtuale come file, icona, immagine, testo e di spostarlo in un'altra posizione. L'*Hover* (stare sospeso) è un effetto grafico e un'interazione web che si verifica quando l'utente sposta il puntatore del mouse sopra un elemento come un link, un pulsante o un'immagine, senza cliccarlo.

**DSA - Disturbi Specifici dell'Apprendimento:** *vd. Accessibilità intellettuale e del neurosviluppo.*

**EAA 2025 - European Accessibility Act:** Piano d'azione *eEurope 2005*, un'iniziativa dell'Unione Europea volta a promuovere servizi online moderni, l'e-government, l'e-learning e l'e-health con l'obiettivo principale di stimolare la diffusione di internet a banda larga sicura e l'accesso per tutte e tutti entro il 2005, combattendo l'esclusione sociale. Direttiva UE 2019/882 recepita in Italia con il D.Lgs. 82/2022.

**Easy to Read (EtR) - Facile da Leggere:** Standard europeo per la produzione di testi accessibili, sviluppato da Inclusion Europe con le Linee Guida "Informazioni per tutti" (2009). Si basa su lessico semplice, frasi brevi, grafica chiara e immagini esplicative. Si rivolge a persone con disabilità intellettive

e del neurosviluppo, competenze linguistiche limitate o età avanzata. Nel turismo viene usato principalmente per guide, menù, segnaletica e mappe.

**ECAC - European Civil Aviation Conference:** Organizzazione intergovernativa che coordina le politiche dell'aviazione civile europea.

**ENAC - Ente Nazionale per l'Aviazione Civile:** Autorità unica di regolazione tecnica, certificazione, vigilanza e controllo nel settore dell'aviazione civile in Italia. Dipende dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, garantisce la sicurezza del volo (*safety*), la sicurezza contro atti illeciti (*security*), la qualità dei servizi e la tutela dei diritti dei passeggeri e delle passeggere.

**ENAT - European Network for Accessible Tourism:** Associazione no-profit europea che promuove il turismo accessibile in Europa.

**Enforcement:** Indica l'applicazione, l'esecuzione forzata o il far rispettare norme, leggi, contratti o decisioni giudiziarie.

**Gluten free:** Locuzione che indica gli alimenti e le preparazioni privi di glutine.

**HandySigns:** Tecnologia di interpretariato a distanza in LIS, è un'app basata su intelligenza artificiale che traduce in tempo reale la Lingua dei Segni Italiana (LIS) in italiano parlato o scritto e viceversa. Progettata per abbattere le barriere comunicative, facilita l'interazione tra persone sorde e udenti in contesti lavorativi, pubblici come gli sportelli della PA e quotidiani.

**Heading:** Sono elementi del linguaggio standard per la creazione delle pagine web (HTML) perché ne strutturano gerarchicamente i contenuti, suddividendoli in titoli e sottotitoli. La struttura dei *heading* è fondamentale per gli *screen reader* perché, organizzando i contenuti gerarchicamente, permette agli utenti non vedenti di scansionare rapidamente la pagina, comprenderne la struttura semantica e saltare direttamente alle sezioni di interesse.

**IATA - International Air Transport Association:** Associazione di categoria internazionale delle compagnie aeree. Rappresenta circa 290-340 compagnie aeree, coprendo oltre l'80% del traffico aereo globale e ha l'obiettivo di garantire un trasporto aereo sicuro, efficiente e sostenibile.

**ICAO - Organizzazione Internazionale dell'Aviazione Civile:** Agenzia specializzata delle Nazioni Unite che definisce gli standard internazionali, le norme e le procedure per la sicurezza, la protezione e la sostenibilità dell'aviazione civile mondiale. Coordina 193 Stati membri per garantire la navigazione aerea.

**ICF - Classificazione Internazionale del Funzionamento:** Standard OMS del 2001 che ridefinisce la disabilità non come caratteristica della persona ma come risultato del disallineamento tra la capacità della persona e fattori ambientali e personali. La classificazione li considera aspetti dinamici e in interazione tra loro, modificabili nel corso della vita di un individuo e pertanto mai uguali a se stessi.

**IS - International Sign:** Codice linguistico ausiliario utilizzato a livello internazionale per facilitare la comunicazione tra persone sorde di diverse nazionalità che sfrutta segni iconici, semplici e descrittivi, non avendo la struttura grammaticale complessa di una lingua dei segni nazionale.

**ISA - International Symbol of Access:** Il simbolo della sedia a ruote progettato da Susanne Koefoed nel 1968 e adottato dalle Nazioni Unite nel 1974, è ancora standard ISO 7001 (simbolo PI AC 001 - *Full accessibility or toilets*)

**ISO 21902:2021:** Standard internazionale dell'ISO sul turismo accessibile. Stabilisce requisiti e raccomandazioni per operatori, designer e policy maker. Formalizza la logica del profilo di accessibilità in alternativa alla valutazione binaria.

**Label:** Etichetta, cartellino o marchio applicato a un prodotto per identificarlo e descriverne le caratteristiche. Nello scheletro di ogni pagina web (HTML) è un'etichetta con un testo che descrive la funzione di un campo di input (come caselle di testo, *checkbox* o *radio button*) all'interno di un modulo (form). Permette agli *screen reader* di associare il testo al campo.

**Leggere Facile:** *vd Easy to Read.*

**LIS - Lingua Italiana dei Segni:** Lingua visivo-gestuale usata dalla comunità sorda italiana, riconosciuta come lingua ufficiale in Italia con la Legge 42/2021.

**Luci dimmerabili:** Lampade o sistemi di illuminazione che permettono di regolare l'intensità luminosa, variandola da 0% a 100% attraverso un dispositivo chiamato *dimmer* o *varialuce*.

**Mappe tattili:** Rappresentazioni in rilievo di spazi o percorsi, leggibili attraverso il tatto.

**Meccanismo di feedback:** Strumento digitale obbligatorio nei siti web della Pubblica Amministrazione e di soggetti assimilati che permette agli utenti di segnalare problemi di accessibilità su un sito web. Deve essere facilmente raggiungibile dalla pagina e prevedere una risposta entro tempi definiti. In caso di mancata risposta è possibile attivare il Difensore civico per il digitale.

**MMGY Global:** Una tra le più grandi aziende di marketing integrato al mondo, specializzata esclusivamente nel settore dei viaggi, del turismo e dell'ospitalità.

**NatKo - Nationale Koordinierungsstelle Tourismus für Alle e.V.:** Organizzazione tedesca specializzata nella promozione e certificazione del turismo accessibile in Germania. Coordina, sviluppa e promuove le offerte turistiche accessibili collaborando con i principali enti del turismo e le associazioni di disabili. I partner turistici possono sottoporre le proprie attività a certificazione; i risultati verificati vengono pubblicati sul sito e inseriti nella banca dati federale.

**Navigazione da tastiera:** Tutte le funzionalità di un sito web devono essere garantite accessibili e utilizzabili, tramite l'uso esclusivo della tastiera: navigazione da tastiera, tasti freccia e invio. Questo significa poter navigare, interagire e attivare qualsiasi elemento senza l'uso del mouse ed è un requisito fondamentale delle linee guida per l'accessibilità web.

**OMS - Organizzazione Mondiale della Sanità:** Agenzia specializzata delle Nazioni Unite per la salute internazionale. Con 194 Stati membri, promuove la sicurezza sanitaria globale, risponde alle emergenze e mira al più alto livello di salute possibile per tutte le popolazioni.

**OTA - Online Travel Agencies:** Agenzie di viaggio digitali che fungono da intermediari tra viaggiatori o viaggiatrici e fornitori di servizi turistici quali hotel, voli, noleggi auto, piattaforme di prenotazione turistica come Booking, Expedia e Airbnb.

**PEBA - Piano di Eliminazione delle Barriere Architettoniche:** Strumento urbanistico obbligatorio in Italia per Comuni e PA, volto a monitorare, progettare e pianificare interventi finalizzati a rendere accessibili edifici e spazi pubblici. Legge 41/1986, Legge 104/1992 art. 24 comma 9

**Percorso tattile:** Sistema di pavimentazione speciale dotato di rilievi percepibili sotto i piedi o tramite il bastone bianco, progettato per guidare persone non vedenti e ipovedenti.

**Pianale ribassato:** Modifica strutturale di un veicolo che abbassa il pavimento posteriore per facilitare l'accesso e il trasporto di persone in carrozzina. Aumenta l'altezza interna, riduce la pendenza della rampa e offre un sistema di ancoraggio sicuro per la sedia a rotelle.

**PNRR - Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza:** Documento strategico e programmatico predisposto dal Governo italiano per il periodo 2021-2026 per rilanciare l'economia post-pandemia, grazie ai fondi del programma europeo Next Generation EU. Con una dotazione superiore a 191 miliardi di euro tra sovvenzioni e prestiti, mira a rendere il Paese più verde, digitale e inclusivo attraverso investimenti e riforme strutturali.

**PRM - Person with Reduced Mobility:** Passeggero a Ridotta Mobilità. Denominazione utilizzata nel settore dei trasporti, in particolare quello aereo, per indicare persone la cui mobilità è ridotta durante l'uso dei trasporti a causa dell'età, di disabilità fisiche, sensoriali o motorie, permanenti o temporanee, intellettiva e del neurosviluppo.

**Profilo di accessibilità:** Descrizione strutturata e graduata dello stato di accessibilità di una struttura o di una destinazione, costruita su dati oggettivi, rilevati sulle cinque dimensioni di accessibilità. A differenza della valutazione binaria accessibile/non accessibile, il profilo indica cosa funziona, per chi e su quale dimensione di accessibilità, permettendo al viaggiatore o alla viaggiatrice di fare scelte informate e all'operatore di identificare con precisione dove e come migliorare.

**QR code accessibile:** Il Codice QR è un codice a barre bidimensionale composto da moduli neri disposti all'interno di un quadrato bianco che memorizza informazioni alfanumeriche leggibili rapidamente tramite fotocamera di smartphone. Il QR code accessibile rimanda a contenuti digitali navigabili anche con *screen reader*.

**Quiet Room:** *vd Spazio di Quietè*

**Rampa removibile:** Rampa mobile installabile all'occorrenza per superare gradini o dislivelli.

**SaaS - Software as a Service:** Modello di distribuzione del software in cui le applicazioni sono ospitate dal fornitore su infrastruttura cloud e accessibili via internet tramite browser o app, senza installazione locale. L'utente usa il servizio senza gestire né controllare l'infrastruttura sottostante, pagando per l'utilizzo e non per il possesso di una licenza.

**Scheda di accessibilità verificata:** Documento di accessibilità prodotto da una terza parte competente dopo un sopralluogo o una verifica oggettiva. Contiene dati oggettivi come ad esempio larghezza della porta in cm e presenza di doccia a filo pavimento, invece di dichiarazioni generiche.

**Screen reader:** Programma che converte i contenuti digitali, testo ed elementi visivi di una pagina, in voce sintetizzata o in output Braille. Permette a non vedenti e ipovedenti di navigare in autonomia sistemi operativi, siti web e applicazioni.

**Sedia JOB / Sand&Sea / Tiralo:** Categorie di ausili per la balneazione con caratteristiche diverse di galleggiamento, stabilità sulla sabbia e supporto posturale.

**Silver Economy - Economia d'argento:** Sistema economico di beni, servizi e mercati orientato ai consumi, bisogni e stili di vita della popolazione over 65.

**Spazio di Quietè:** Area riservata a basso impatto sensoriale presente in luoghi affollati come ad esempio eventi o musei, progettata per ospiti con disabilità intellettive e del neurosviluppo che

necessitano di decompressione sensoriale. Deve avere isolamento acustico, arredi diversificati come sedute rigide, morbide, pouf e luce regolabile.

**Spazio di rotazione:** Area libera all'interno di un bagno o di una camera che consente alla sedia a ruote di effettuare una rotazione di 360 gradi.

**Special needs - Bisogni speciali:** Espressione usata per indicare l'insieme delle esigenze di persone che hanno necessità specifiche di supporto fisico, psicologico, sociale o educativo che superano le esigenze standard tra cui, ad esempio, anziani con limitazioni funzionali, persone con allergie, famiglie con bambini in passeggino.

**STAI - Supporto al Turismo Accessibile e Inclusivo:** Progetto promosso e rilanciato da Regione Lombardia che mira a rendere il territorio lombardo accessibile a persone con disabilità, finanziando infrastrutture, servizi e creando opportunità di inclusione lavorativa, specialmente nelle aree montane e lacustri. Promuove un modello turistico in cui la disabilità non è un ostacolo, garantendo autonomia e pari opportunità nella fruizione di esperienze montane, termali e culturali.

**Storia Sociale:** Narrazione breve, scritta secondo criteri specifici, che descrive in anticipo una situazione, un evento o un'attività per aiutare persone con disabilità intellettive o del neurosviluppo a comprenderne il contesto e a prepararsi con meno ansia. Lo scopo è condividere informazioni sociali accurate in modo positivo e rassicurante, chiarendo cosa succederà, chi sarà presente, dove e perché. Può includere immagini o supporti visivi. Nel turismo accessibile si applica a musei, eventi e strutture ricettive: una storia sociale che descrive come si svolgerà la visita permette alla persona di arrivare preparata, riducendo l'imprevedibilità che è la principale fonte di disagio.

**Tecnologie assistive:** Dispositivi hardware, software o sistemi come strumenti, apparecchiature e programmi, progettati per aumentare, mantenere o migliorare le capacità funzionali e l'autonomia delle persone con disabilità o impedimenti temporanei. Categoria che include, tra gli altri: *screen reader*, display Braille, ingranditori di schermo, riconoscimento ottico dei caratteri, puntatori oculari, mouse speciali (joystick, trackball), tastiere adattate, sistemi di riconoscimento vocale, sottotitoli in tempo reale, amplificatori di segnale, app per la traduzione in LIS, software per mappe concettuali, sintesi vocali.

**Testo alternativo (attributo alt):** Descrizione testuale di un'immagine inserita nel codice HTML, il linguaggio standard per la creazione e la struttura delle pagine web. Serve per organizzare testi, immagini e contenuti multimediali, dicendo al browser come visualizzarli per permettere agli *screen reader* di leggerla. Il browser è il software applicativo installato su computer o su dispositivi mobili che permette di navigare su Internet, visualizzando siti web, immagini e video. Senza testo alternativo lo *screen reader* legge immagine o il nome del file senza fornire alcuna informazione sul contenuto.

**Turismo accessibile:** Forma di turismo che pianifica, progetta e sviluppa l'intera esperienza di viaggio in modo che tutte le persone, indipendentemente dalle proprie caratteristiche fisiche, sensoriali, intellettive e del neurosviluppo o alimentari, possano fruirne in autonomia e con dignità.

**UNI - Ente Italiano di Normazione:** Associazione privata senza scopo di lucro, riconosciuta dallo Stato italiano e dall'Unione Europea, che da oltre 100 anni elabora e pubblica le norme tecniche volontarie (norme UNI). Queste norme definiscono gli standard di qualità, sicurezza e prestazioni per prodotti, processi e servizi in quasi tutti i settori industriali, commerciali e del terziario.

**Universal Design:** *vd Design Universale.*

**UNWTO - United Nations World Tourism Organization:** L'Agenzia delle Nazioni Unite per il turismo, nota anche come UN Tourism, è responsabile della promozione di un turismo responsabile, sostenibile e accessibile a livello globale. L'organizzazione coordina politiche turistiche e produce statistiche.

**W3C - World Wide Web Consortium:** Organismo internazionale che sviluppa standard per il web. Ha pubblicato le WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), oggi alla versione 2.1, che sono lo standard di riferimento per l'accessibilità digitale a livello globale e il parametro tecnico richiesto dall'European Accessibility Act (EAA 2025).

**WCAG 2.1 - Web Content Accessibility Guidelines versione 2.1.:** Sono linee guida internazionali sviluppate per rendere i contenuti web accessibili alle persone con disabilità. Il livello AA è quello richiesto dall'European Accessibility Act (EAA). Direttiva UE 2019/882 recepita in Italia con il D.Lgs. 82/2022.

**WTTC - World Travel & Tourism Council:** Principale organizzazione internazionale non-profit che rappresenta il settore privato dell'industria dei viaggi e del turismo a livello globale. Riunisce oltre 200 CEO delle più grandi aziende turistiche per collaborare con i governi, promuovere la crescita sostenibile, analizzare l'impatto economico del settore e definire le politiche turistiche future.

## APPENDICE

### Normative

Raccoglie le norme principali citate nel libro. Per ciascuna è indicato il contenuto rilevante ai fini del turismo accessibile e, tra parentesi, i capitoli in cui compare.

- **ISO 21902:2021 Tourism and Related Services – Accessible Tourism for All – Requirements and Recommendations.** Standard internazionale dell'ISO sul turismo accessibile. Adottato in Italia come UNI ISO 21902:2022. Fornisce requisiti e raccomandazioni per operatori, designer e policy maker in 55 Paesi e formalizza la logica del profilo di accessibilità in alternativa alla valutazione binaria accessibile/non accessibile. (Cap. 1)
- **ISO 7001 PI AC 001 - Full accessibility or toilets** è uno standard grafico internazionale che indica piena accessibilità o servizi igienici accessibili per persone con mobilità ridotta, inclusi gli utenti in sedia a rotelle. Rappresenta una figura stilizzata di lato su sedia a rotelle ed è anche utilizzato per segnalare percorsi e strutture prive di barriere architettoniche. (Cap.1)
- **UNWTO Recommendations on Accessible Tourism for All – A/RES/598(XIX).** Raccomandazioni dell'Assemblea Generale dell'Organizzazione Mondiale del Turismo del 2013. Traducono i principi della CRPD in indicazioni operative per governi ed operatori, definendo l'accessibilità come condizione necessaria per un turismo responsabile e sostenibile e impegnando gli Stati membri a garantire l'accesso all'ambiente fisico, ai trasporti, ai sistemi di informazione e a tutta l'ampia gamma di strutture e servizi turistici. (Cap. 1)
- **Convenzione ONU CRPD – Legge 18/2009** Ratifica italiana della Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità, adottata il 13 dicembre 2006. Stabilisce principi vincolanti sull'inclusione e sull'autonomia, tra cui il diritto alla mobilità (art. 9) e alla partecipazione alla vita culturale e sociale (art. 30). (Cap. 1, Cap. 5)
- **Direttiva UE 2019/882 (EAA) – D.Lgs. 82/2022** La Direttiva UE 2019/882 (European Accessibility Act) armonizza le regole di accessibilità per prodotti e servizi digitali nel mercato interno europeo. Recepita in Italia con il D.Lgs. 27 maggio 2022, n. 82, è entrata in vigore il 28 giugno 2025. Estende per la prima volta l'obbligo di accessibilità digitale alle imprese private non micro che vendono prodotti e servizi online. Prevede sanzioni da 5.000 a 40.000 euro per le violazioni più gravi e fino al 5% del fatturato per chi era già soggetto alla Legge Stanca. (Cap. 5, Cap. 8, Cap. 10, Cap. 11, Cap. 13, Cap. 14, Cap. 15, Cap. 16, Cap. 17)

- **WCAG 2.1 (W3C Recommendation, 2018)** Web Content Accessibility Guidelines versione 2.1, pubblicate dal World Wide Web Consortium (W3C) il 5 giugno 2018. Standard internazionale che definisce i criteri tecnici per rendere i contenuti web accessibili alle persone con disabilità. Il livello AA è il parametro di conformità richiesto dall'EAA 2025 per siti e app di imprese private non micro nel settore turistico. *(Cap. 5, Cap. 10, Cap. 11, Cap. 13, Cap. 14, Cap. 15, Cap. 16, Cap. 17)*
- **D.M. 236/1989** attuativo della Legge 13/1989 Stabilisce i requisiti minimi di accessibilità degli edifici privati e aperti al pubblico in Italia: larghezze minime di porte (80 cm), spazi di rotazione, caratteristiche dei bagni accessibili. La norma è ferma al 1989 e non contempla le sedie a ruote elettriche moderne che richiedono almeno 90 cm. Prevede che, in caso di emergenza (incendio), la segnalazione non può limitarsi al solo avviso acustico ma deve prevedere sistemi che garantiscano l'informazione a tutte e tutti, inclusi i non udenti. L'obbligo di allarme luminoso o vibrante deriva dall'integrazione del DM 236/89 con le norme antincendio come il D.P.R. 151/2011 e il Codice di Prevenzione Incendi - D.M. 3 agosto 2015, che impongono di garantire la percezione dell'allarme a persone con disabilità uditiva. *(Cap. 1, Cap. 3, Cap. 5, Cap. 10, Cap. 11)*
- **Legge 42/2021** Riconosce la Lingua Italiana dei Segni (LIS) e la Lingua dei Segni Italiana Tattile (LIST) come lingue ufficiali della Repubblica Italiana. Prima di questa legge la LIS non aveva riconoscimento formale, con conseguenze dirette sull'assenza di servizi di interpretariato nel sistema turistico. *(Cap. 1, Cap. 3)*
- **Equality Act 2010** Legge del Regno Unito che, tra le altre cose, impone a datori di lavoro, fornitori di servizi ed enti pubblici di apportare *aggiustamenti ragionevoli* per le persone con disabilità al fine di superare le barriere architettoniche e lavorative, con un sistema di *enforcement* che prevede verifiche periodiche e sanzioni reali. Questa legge rappresenta il quadro normativo fondamentale per la protezione contro la discriminazione nel Regno Unito. *(Cap. 5)*
- **Legge 104/1992** Legge quadro italiana per l'assistenza, l'integrazione sociale e i diritti delle persone con disabilità fisica, psichica o sensoriale. All'art. 24 comma 9 ha potenziato ed esteso agli spazi urbani l'obbligo di redigere il Piano di Eliminazione delle Barriere Architettoniche (PEBA), originariamente introdotto dalla Legge 41/1986. *(Cap. 5, Cap. 12)*
- **D.P.R. 503/1996** Regolamento recante norme per l'eliminazione delle barriere architettoniche negli edifici, spazi e servizi pubblici (G.U. n. 227 del 27 settembre 1996). Estende i requisiti del D.M. 236/1989 agli spazi pubblici, ai percorsi urbani e alle infrastrutture aperte al pubblico. *(Cap. 5, Cap. 10, Cap. 11)*
- **Legge 41/1986, n. 41 art. 32, commi 21-22** Norma che ha introdotto l'obbligo per Comuni e PA di redigere il Piano di Eliminazione delle Barriere Architettoniche (PEBA), strumento urbanistico obbligatorio volto a monitorare, progettare e pianificare interventi finalizzati a rendere accessibili edifici e spazi pubblici. L'obbligo è stato potenziato ed esteso agli spazi urbani dalla **Legge 104/1992 art. 24, c. 9**. *(Cap. 5)*

- **Regolamento UE 1169/2011** Regolamento europeo sulla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori e alle consumatrici. Rende obbligatoria l'indicazione dei 14 principali allergeni su tutti gli alimenti preconfezionati e nella ristorazione. *(Cap. 1, Cap. 3, Cap. 10, Cap. 11)*
- **D. Lgs. 231/2017** Decreto che recepisce Il Regolamento UE 1169/2011 relativo alle informazioni sugli alimenti ai consumatori e alle consumatrici. Ha introdotto le sanzioni e le procedure per l'applicazione delle norme europee, sostituendo la precedente disciplina nazionale. *(Cap. 3)*
- **UNI/PdR 131:2023** Prassi di riferimento italiana che definisce i requisiti minimi per l'accessibilità dei servizi in strutture recettive, balneari, termali e impianti sportivi, sia pubblici che privati. Include una sezione dedicata alla ristorazione e agli allergeni alimentari. Mira a garantire un'offerta inclusiva e certificabile in conformità con la norma UNI ISO 21902. È stata sviluppata da esperte ed esperti del Ministero del Turismo, Accredia (l'Ente Unico nazionale di accreditamento designato dal governo italiano, che garantisce la competenza e l'imparzialità degli organismi di certificazione), UNI (Ente Italiano di Normazione) e organismi di valutazione della conformità. È stata pubblicata il 9 marzo 2023 da UNI. *(Cap. 3)*
- **Legge 123/2005** - Norme per la protezione dei soggetti malati di celiachia Garantisce il diritto ai pasti senza glutine nelle mense di strutture scolastiche, ospedaliere e pubbliche, inclusi Rsa e ospedali convenzionati. Su richiesta dell'interessato, i pasti devono essere sicuri, privi di contaminazione e nutritivamente equivalenti a quelli standard, con fondi dedicati per attrezzature e formazione. *(Cap. 11)*
- **Legge 118/1971** L'obbligo di eliminare le barriere architettoniche negli edifici pubblici o aperti al pubblico e gli stabilimenti balneari, essendo attività aperte al pubblico e spesso operanti su concessione demaniale, sono tenuti a garantire l'accessibilità, inclusa la possibilità di raggiungere la battigia per le persone con disabilità motoria. *(Cap. 12)*
- **Legge 494/1993** conversione del DL 400/1993 I titolari di concessioni demaniali (stabilimenti balneari) hanno l'obbligo di consentire il libero e gratuito accesso e transito per il raggiungimento della battigia antistante l'area ricompresa nella concessione, anche al fine della balneazione. Impone anche la realizzazione di idonee strutture per garantire l'accesso al mare ai soggetti disabili. *(Cap. 12)*
- **Legge 296/2006 (Legge Finanziaria 2007)** ha modificato in modo significativo la normativa relativa alle concessioni demaniali marittime della legge 494/1993, rafforzando l'obbligo di libero accesso al mare e imponendo ai concessionari di consentire l'esercizio della balneazione. Questa normativa stabilisce il principio fondamentale del libero e gratuito accesso al mare. Questo diritto non si limita alla semplice possibilità di avvicinarsi alla riva, ma garantisce il diritto effettivo di tutte e tutti alla fruizione del bene demaniale. *(Cap. 12)*

- **Legge 217/2011 (Legge Comunitaria 2010) art 11** Ha introdotto importanti principi in materia di demanio marittimo, tra cui la valorizzazione dell'accessibilità e garantisce la facoltà per ogni cittadino di accedere liberamente e gratuitamente al mare, ai laghi e ai fiumi, inclusa la zona della battigia, anche se antistante uno stabilimento balneare in concessione. (Cap. 12)
- **Legge 4/2004 (Legge Stanca)** Prima normativa italiana sull'accessibilità digitale, limitata alla Pubblica Amministrazione e alle imprese che forniscono servizi alla PA. È la normativa italiana che garantisce l'accessibilità dei servizi digitali quali: siti web, app e documenti alle persone con disabilità, eliminando le barriere informatiche. Impone standard tecnici per rendere i contenuti accessibili a tutte e tutti, inclusi anziani e persone con disabilità visive, uditive o motorie. È la norma rispetto alla quale l'EAA 2025 prevede sanzioni fino al 5% del fatturato per chi era già soggetto e continua a non rispettarla. (Cap. 5, Cap. 17)
- **Decreto PNRR Cultura 53420/22** Decreto del Ministero della Cultura nell'ambito del PNRR (Milestone e Target M1C3-3, Investimento 1.2) per la "Rimozione delle barriere fisiche e cognitive in musei, biblioteche e archivi per consentire un più ampio accesso e partecipazione alla cultura". Ha finanziato interventi di accessibilità multidimensionale in istituti culturali italiani. (Cap. 13)
- **Regolamento CE 1107/2006** Regolamento adottato dal Parlamento Europeo e dal Consiglio relativo ai diritti delle persone con disabilità e delle persone a mobilità ridotta nel trasporto aereo. Rende obbligatoria l'assistenza gratuita negli aeroporti e a bordo degli aerei per i passeggeri con disabilità o ridotta mobilità (PRM). (Cap. 16)
- Circolare ENAC GEN-02B del 13 maggio 2021 Circolare dell'Ente Nazionale per l'Aviazione Civile che regola l'applicazione del Regolamento CE 1107/2006 in Italia. Definisce le modalità operative per l'assistenza ai passeggeri con disabilità negli aeroporti italiani e include l'obbligo di formazione per tutto il personale aeroportuale, compresi i lavoratori dei servizi commerciali. (Cap. 16)
- **Regolamento UE 2021/782** Regolamento adottato dal Parlamento Europeo e dal Consiglio relativo ai diritti e agli obblighi dei passeggeri nel trasporto ferroviario, in vigore dal 7 giugno 2023. Disciplina i diritti dei passeggeri con disabilità o ridotta mobilità nel trasporto su rotaia, incluso il diritto all'assistenza gratuita nelle stazioni e a bordo. (Cap. 16)

***Le norme sono citate nella versione in vigore alla data di redazione del libro (aprile 2026). Per il testo integrale si rimanda alle fonti ufficiali: Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana (gazzettaufficiale.it), EUR-Lex per le norme europee (eur-lex.europa.eu), ISO.org e UNI.com per gli standard tecnici internazionali.***



Quaderni  
dell'ASviS

ISBN 979-12-80634-52-8



9 791280 634528