

a cura di Roberto Vitali,  
Silvia Bonoli e Paola Fagioli

## Turismo Sostenibile e Inclusivo

Manuale operativo per la  
Sostenibilità e l'Ospitalità  
Accessibile

Sostenibilità & Accessibilità



Ente  
Bilaterale  
Nazionale  
Turismo

Federazione delle  
Associazioni Italiane  
dei complessi turistico  
ricettivi all'aria aperta



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

---

*In questo manuale si è scelto di utilizzare la font Verdana per facilitare la lettura da parte delle persone dislessiche e di utilizzare solo contrasti cromatici elevati per aiutare la lettura da parte di persone ipovedenti.*

# **Turismo sostenibile e inclusivo**

## Manuale operativo per la Sostenibilità e l'Ospitalità Accessibile

*a cura di Roberto Vitali – Village for all – V4A,  
Silvia Bonoli – Village for all – V4A, Paola Fagioli – Legambiente*

**L'ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO (EBNT)** è un organismo paritetico costituito nel 1991 dalle organizzazioni sindacali nazionali dei datori di lavoro e dei lavoratori maggiormente rappresentative nel settore Turismo: Federalberghi, Fipe, Fiavet, Faita, Federreti, Filcams-CGIL, Fisascat-CISL, Uiltucs-UIL.

EBNT, è un ente senza fini di lucro e costituisce uno strumento per lo svolgimento delle attività individuate dalle parti stipulanti il CCNL Turismo in materia di occupazione, mercato del lavoro, formazione e qualificazione professionali.

EBNT svolge e promuove attività di studio e ricerca, sperimentazione, documentazione, informazione e valutazione. Fornisce un supporto tecnico-scientifico e alla rete degli Enti Bilaterali Territoriali sulle politiche e sui sistemi della formazione e dell'apprendimento continuo, del mercato del lavoro e dell'inclusione sociale, ne coordina il lavoro e ne definisce le linee operative di indirizzo.

EBNT riveste un ruolo determinante nella creazione e consolidamento dell'occupazione di settore e ne studia l'evoluzione, anche in relazione al tema delle pari opportunità, promuovendo interventi mirati volti al superamento di ogni forma di discriminazione nel luogo di lavoro.

L'impegno di EBNT, inoltre, è quello di offrire risposte alle situazioni di crisi congiunturali che si manifestano sul territorio nazionale, intervenendo con forme di sostegno al reddito a favore dei lavoratori dipendenti, salvaguardando l'occupazione e la professionalità degli addetti.

EBNT ha investito sul valore della bilateralità, ritenendo le relazioni tra l'impresa e il sindacato come una risorsa.



**EBNT** Via Lucullo, 3 - 00187 ROMA - Tel +39 06 42.01.23.72  
Fax +39 06 42.01.24.04 - [ebnt.it](http://ebnt.it) - [info@ebnt.it](mailto:info@ebnt.it)

Nel settore dell'ospitalità all'aria aperta, rappresentata da campeggi e villaggi turistici, **FAITA (Federazione delle Associazioni Italiane dei complessi turistico ricettivi all'aria aperta) Federcamping** è l'organizzazione più rappresentativa di tutela e rappresentanza delle imprese.

La Federazione è tra i soggetti fondatori di CONFATURISMO, aderisce alla CONFCOMMERCIO ed all'EFCO, Organismo europeo di rappresentanza di settore. Istituita negli anni Cinquanta per impulso dei principali imprenditori operanti nel comparto ha contribuito, in oltre 70 anni di attività, a far crescere e sviluppare il settore, le imprese e la qualità dei servizi offerti agli ospiti. È strutturata ed opera attraverso 18 Associazioni regionali associando la maggioranza delle oltre 2.600 imprese italiane del settore.

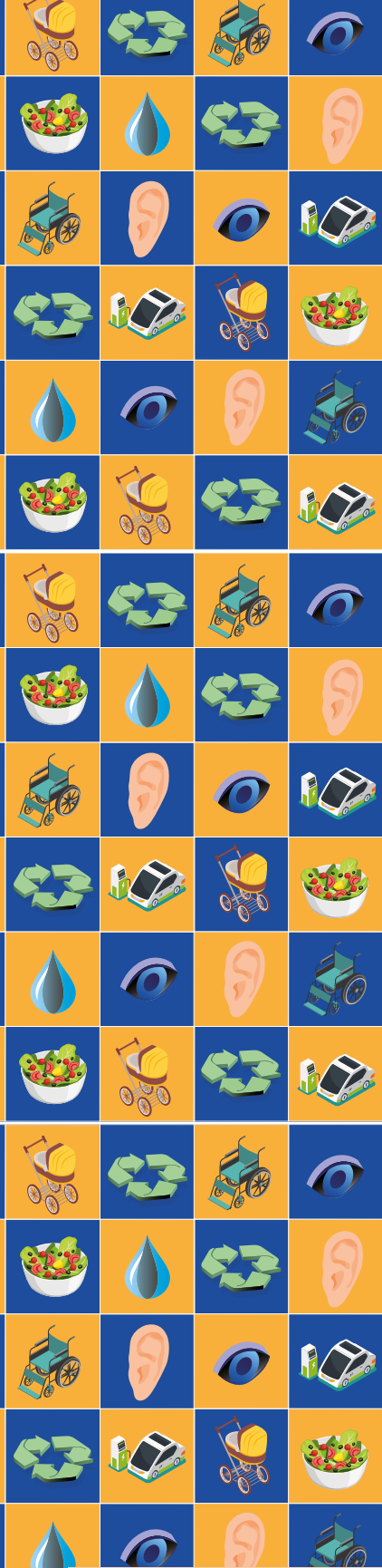
L'obiettivo prioritario federale punta alla valorizzazione del comparto attraverso la promozione della cultura d'impresa e la qualificazione del management aziendale: sostenibilità, accessibilità e innovazione, sono tematiche determinanti nelle politiche federali di supporto agli operatori del comparto.

La Federazione è firmataria del Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro del comparto Turismo, realizza servizi per le Associazioni Regionali (osservatorio congiunturale, studi e pubblicazioni, accordi e convenzioni) e coopera con loro per la soluzione delle problematiche locali.

Pubblica CAMPING MANAGEMENT, magazine di informazione distribuito alle imprese del settore ed ai soggetti d'interesse, comunica con le imprese direttamente attraverso la piattaforma informativa FAITA START ed i suoi canali social e coopera con partner e istituzioni per la promozione e la diffusione della cultura del turismo all'aria aperta.



**FAITA Federcamping** Via Toscana, 1 – 00187 ROMA – Tel. +39 06.32.11.10.43  
Fax +39 06 32.00.830 nazionale@faita.it – www.faita.it



## Sommario

<b>Introduzione</b> . . . . .	<b>6</b>
<b>1. Premessa</b> . . . . .	<b>6</b>
<b>2. Gli strumenti per l'Ospitalità Accessibile</b> . . . . .	<b>11</b>
<b>3.L'accessibilità per tutti</b> . . . . .	<b>81</b>
<b>4.La sostenibilità nelle strutture ricettive Open Air</b> . . . . .	<b>21</b>
<b>5.Il Progetto open Air 2030</b> . . . . .	<b>26</b>
<b>6.Comunicazione inclusiva</b> . . . . .	<b>36</b>
<b>7.Accessibile a chi? Attivare un mercato di consumatori informati e consapevoli</b> . . . . .	<b>40</b>



*Introduzione del Presidente* ✦ *di FAITA Federcamping*  
**Alberto Granzotto**

**I**l comparto dell'Open Air è in una fase di profonda crescita e continua evoluzione, trasformando significativamente le modalità con cui viene proposta e vissuta la vacanza e il tempo libero all'interno delle strutture ricettive.

Campeggi e villaggi turistici si sono dimostrati resilienti e capaci di interpretare i cambiamenti del mercato, offrendo vacanze moderne, sicure, di qualità e in sintonia con i nuovi trend legati alla sostenibilità. Questo li ha resi un modello di reattività e adattamento, spesso superiore rispetto ad altri segmenti del turismo.

L'evoluzione della domanda evidenzia un turista sempre più consapevole ed esigente, alla ricerca di esperienze emozionali e sostenibili, legate al territorio e alle sue tradizioni. Oggi, scegliere una vacanza Open Air non è più una questione economica, ma un'opzione che risponde a un bisogno emozionale, in armonia con la natura e la cultura locale.

Questa nuova domanda ha contribuito a qualificare ulteriormente l'offerta del settore, come dimostrano le scelte sempre più orientate verso strutture mobili confortevoli, tecnologicamente avanzate, sostenibili e accessibili. Anche la ristorazione ha fatto un salto di qualità, puntando su proposte ricercate, biologiche e strettamente legate ai prodotti enogastronomici locali.

In questo scenario, i principi ESG (Environmental, Social, Governance) assumono un ruolo centrale nell'evoluzione del comparto. La qualità ambientale, l'accessibilità e la sostenibilità non sono più valori aggiunti, ma pilastri strategici per le destinazioni turistiche e per le singole strutture ricettive. Adottare questi criteri consente non solo di rispondere alle esigenze di un mercato in trasformazione, ma anche di garantire un impatto positivo su comunità, territori e persone.

Per questo motivo, FAITA FEDERCAMPING ha scelto di dotare le imprese del settore, insieme ai loro operatori e dipendenti, di uno strumento in grado di sensibilizzarle sui temi della sostenibilità ambientale e dell'accessibilità nelle strutture ricettive Open Air.

Grazie al contributo dell'Ente Bilaterale Nazionale del Turismo, e alla collaborazione con Village for All e Legambiente, questa pubblicazione mira a promuovere, qualificare e favorire l'evoluzione dell'ospitalità all'insegna della sostenibilità ambientale, sociale e inclusiva in linea con i principi ESG. Inoltre, intende incentivare l'adozione di pratiche virtuose, utili e necessarie, per aumentare il livello di sostenibilità e responsabilità delle imprese ricettive e delle destinazioni in cui operano, diffondendo modelli di accessibilità e inclusione.

## 1. PREMESSA

---

### Chi è Village For All

Village for all V4A® è una azienda di innovazione turistica, specializzata in Ospitalità Accessibile e Inclusione.

**Per le imprese** | Aiutiamo le aziende, le imprese e le destinazioni turistiche ad incrementare i loro profitti migliorando l'accessibilità e la qualità dell'offerta per le persone con esigenze di accessibilità, con disabilità, senior e famiglie con bambini piccoli, senza dimenticare chi ha intolleranze alimentari.

**Per i turisti** | Il Network V4A® non dà patenti di accessibilità, ma visita direttamente tutte le strutture del network per raccogliere informazioni oggettive che consentono ai turisti con esigenze di accessibilità, e disabilità, di avere accesso a dati affidabili e coerenti con le singole esigenze di accessibilità, grazie ai quali possono scegliere la struttura di elezione delle loro vacanze.

**A ciascuno la sua vacanza!**

**Non è solo un motto ma la missione di Village for all - V4A®**

### Chi è Legambiente

Legambiente è l'associazione ambientalista più diffusa in Italia: 18 sedi regionali e 1000 gruppi locali, 115.000 tra soci e sostenitori, più di 1.000 i giovani che ogni anno partecipano a un campo di volontariato, 30.000 le classi che aderiscono ai programmi di educazione ambientale.

E' un'associazione apartitica senza fini di lucro, che ha fondato la sua missione sull'ambientalismo scientifico, raccogliendo dal basso migliaia di dati sul nostro ecosistema, che sono alla base di ogni denuncia e proposta fatta.

Dal 1997 ci occupiamo di turismo sostenibile grazie alla nostra etichetta ecologica e alla presenza in AITR, di cui siamo soci fondatori, in ISTO e recentemente anche nel GSTC, di cui siamo soci fondatori per il working group italiano.





## Cosa si intende per turismo sostenibile

**S** econdo il WTO (Organizzazione Mondiale del Turismo), il turismo sostenibile può essere definito come quella forma di turismo che *"soddisfa i bisogni dei viaggiatori e delle regioni ospitanti e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per il futuro"*.

In questa definizione il WTO pone il focus sui bisogni del turista e della regione ospitante, ma si può allargare il concetto ponendo l'accento su quelli che possono essere i bisogni del territorio e dell'ambiente. Da un punto di vista ambientale il turismo sostenibile non è solo la vacanza in sé (rapporto tra turista e regione ospitante), bensì anche tutto ciò che c'è intorno: mezzi di trasporto, pratiche di viaggio, scelta dell'alloggio.



Foto di Massimo Sestini Welcome Kit @Villagelaforal



Foto di Massimo Sestini Welcome Kit @Villagelaforal

## Cosa si intende per Ospitalità Accessibile

L'Ospitalità presuppone che vi sia un rapporto personale dell'Ospite (cliente) con l'Ospite (chi accoglie), ed accettare la reciprocità della relazione d'accoglienza è la condizione che fa scattare la grammatica dell'Ospitalità. Accoglienza e Ospitalità sono sinonimi ed entrambi possono definire un insieme di servizi professionali rivolti al turista e promossi da un territorio o da operatori turistici.

Va da sé che c'è differenza tra essere accessibili ed essere ospitali, l'Ospitalità associata all'accessibilità è l'espressione di una qualità superiore di accoglienza.

Rispettare le norme sull'abbattimento delle barriere architettoniche non è sufficiente. Nessun cliente richiede informazioni circa il rispetto delle norme antincendio, sicurezza, ecc... e non è compito del settore turistico occuparsi delle disabilità delle persone.

Per questo è necessario cambiare il "mindset" concentrandoci sulla persona "Ospite" e le sue esigenze di accessibilità, che non debbono necessariamente derivare da una disabilità certificata. Il rispetto delle normative riguardo l'abbattimento delle barriere architettoniche non è certo sufficiente ad offrire una esperienza turistica di qualità.

## Sostenibilità: il mercato e la sua dimensione

Il recente "Sustainable Travel Report" di Booking.com<sup>1</sup> - basato su interviste fatte ad oltre 30.000 potenziali turisti in 32 Paesi - sottolinea come l'impatto dei viaggi sia una priorità per il 71% dei viaggiatori a livello mondiale e per il 76% degli italiani, che dichiarano di voler viaggiare in modo più sostenibile nei prossimi 12 mesi, con un aumento del valore quasi del 20 % rispetto al report del 2021. L'81% dei viaggiatori mondiali, percentuale che sale al 93% se si considerano solo gli italiani, ritiene che i viaggi sostenibili siano molto importanti. Circa la metà dei partecipanti dice di essere stato influenzato dalle recenti notizie sui cambiamenti climatici nel voler viaggiare in modo più sostenibile. A tal proposito, oltre un terzo (35%) dei viaggiatori globali e quasi la metà degli italiani (43%), ritiene che l'impegno per la sostenibilità da parte delle strutture ricettive e dei fornitori di trasporti giochi un ruolo importante quando si tratta di scegliere tra questi servizi. Infatti, l'83% degli italiani sceglierebbe con molta probabilità un alloggio sostenibile, anche se non lo stesse cercando appositamente.

1. Il Report dei Viaggi Sostenibili di Booking.com <https://news.booking.com/download/12872b94-c442-4bcd-84db-b286a3a8fb37/ilreportsuiviaggisostenibilidibooking.comperil2023-italia-.pdf>

Il XIII Rapporto “Gli italiani il turismo sostenibile e l’Ecoturismo” della Fondazione Univerde<sup>2</sup> fornisce dati simili:

- L’82% degli intervistati vede la sostenibilità come un’opportunità o una necessità per lo sviluppo turistico.
- 8 italiani su 10 ritengono che la lotta al cambiamento climatico passi anche attraverso le scelte dei singoli e sarebbero disposti (almeno nelle intenzioni) a cambiare le proprie abitudini alimentari adattandole ai principi della dieta mediterranea o preferendo cibi a km0.
- Il 60% pianifica viaggi rispettosi dell’ambiente.
- Il 50% associa il turismo al cibo e ai tour enogastronomici.

Questi dati mostrano un crescente interesse per un turismo che sia in armonia con l’ambiente e che valorizzi le peculiarità del territorio. Inoltre, l’importanza del cibo e dei tour enogastronomici nel panorama turistico italiano è un segnale forte dell’interesse per le tradizioni e i prodotti locali.

## Ospitalità Accessibile: il mercato e la sua dimensione

Le ultime indagini che fanno una analisi completa del mercato del Turismo Accessibile sono Mind the Accessibility Gap: Rethinking Accessible Tourism in Europe<sup>3</sup> ed Economic Impact and travel patterns of accessible tourism in Europe.

Volendo però fare un po’ di sintesi sui dati più salienti possiamo sintetizzarli così:

- 127 milioni di persone con “Access Needs” in Europa
- 10 milioni in Italia
- Fattore moltiplicatore da 2 a 2,8 (questi clienti non vanno mai in vacanza da soli ma con parenti, amici e compagni di viaggio)
- Fanno ogni anno più di una vacanza di oltre 14 giorni
- Potenziale incremento del 20% del fatturato annuale (PIL nazionale/fatturato aziendale)

---

2. La Sostenibilità nel Turismo – ENIT [https://www.enit.it/storage/202402/20240219132211\\_la%20sostenibilit%20nel%20turismo%20-%20bit%202024.pdf](https://www.enit.it/storage/202402/20240219132211_la%20sostenibilit%20nel%20turismo%20-%20bit%202024.pdf)

3. [https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/funded-projects/accessible-tourism\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/funded-projects/accessible-tourism_en)

## Cambiare i paradigmi

Si prevede che il numero di persone con più di 65 anni in tutto il mondo sarà raddoppiato entro il 2050 passando da 761 milioni del 2021 a 1,6 miliardi; nel 2050<sup>4</sup> in Europa arriverà al 33%<sup>5</sup> della popolazione.

Già oggi in Italia l'ISTAT<sup>6</sup> indica in 14 milioni gli italiani con più di 65 anni, pari al 23% della attuale popolazione. Inoltre, ISTAT ha inserito nelle proprie indagini campionarie dal 2021 domande specifiche che riguardano l'esistenza di condizioni di salute che provocano limitazioni alla propria autonomia. Da queste risulta che sono 12,7 milioni di italiani che hanno limitazioni. Un numero ben più elevato dei 7,6 milioni di persone che hanno disabilità<sup>7</sup>.

Avere più di 65 anni significa avere qualche piccola esigenza in più: è normale che dopo i 40 anni la vista cala e a volte anche l'udito non è più lo stesso. Per condizioni di salute transitorie, o altri casi della vita, capita che le persone abbiano difficoltà a camminare per lunghi tragitti o che debbano seguire una dieta.

Queste esigenze, come dice l'OMS, sono esperienze universali che tutti ci troveremo a sperimentare per periodi più o meno lunghi nell'arco della nostra vita. Non servono certificazioni mediche o riconoscimenti di invalidità e di sicuro non per questo sparisce la voglia di viaggiare, fare turismo, sport o esperienze. Avere consapevolezza di questi numeri, ci impone di guardare al mercato turistico con occhi diversi e con attenzione diversa alle esigenze di accessibilità. È fondamentale introdurre l'accessibilità come elemento di qualità del prodotto turistico della singola struttura ma anche della destinazione turistica.

Ci sono poi le esigenze di accessibilità legate a disabilità sensoriali (vista e udito), motorie, cognitive, relazionali, per chi ha esigenze legati all'alimentazione (intolleranze, allergie, vegani, ecc..) o alle famiglie con bambini piccoli.

### **Possiamo perciò affermare che le persone che hanno esigenze di accessibilità, o con disabilità, che fanno turismo sono turisti**

4. Fonte: United Nations World Social Report – WSR <https://social.desa.un.org/wsr>

5. Fonte: Istat, GeoDemo: Demografia in cifre [demo.istat.it](http://demo.istat.it)

6. Fonte: Istat, 2021

7. Fonte: Registro sulla disabilità

## 2. GLI STRUMENTI PER L'OSPITALITÀ ACCESSIBILE

---

### Informazione

**Q**uesti Ospiti richiedono prima di tutto informazioni oggettive e attendibili sullo stato delle strutture, sulle dotazioni, gli ausili e sulla capacità di fornire servizi, anche personalizzabili, da parte del Villaggio/Campeggio.

Non è quindi sufficiente una generica dichiarazione di disponibilità ad accogliere questi Ospiti o peggio ancora auto dichiararsi accessibili solo perché si è dotati di un servizio igienico in stile ospedaliero.

Tantomeno potranno aiutare autocertificazioni o certificazioni basate sul rispetto delle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche.

Avete mai avuto ospiti che vi hanno chiesto di vedere la certificazione antincendio o che vi hanno detto che hanno scelto la vostra struttura perché rispettate le leggi urbanistiche?

Proprio per questo servono informazioni oggettive, puntuali e affidabili, che permettano alla persona con esigenza di accessibilità di poter scegliere in base alle sue personali esigenze. Le sue, quelle della sua famiglia, degli amici, ecc... Questo permette alle persone di comportarsi da consumatori al pari di tutti gli altri, protagonisti delle loro scelte, fatte così in modo consapevole e adeguatamente informato.

**Questo approccio toglie all'impresa il compito di dichiararsi "accessibile", perché è chiaro a tutti che le esigenze di accessibilità di una persona cieca rispetto ad una sorda, o di una persona che si muove con deambulatore o carrozzina elettrica, sono completamente diverse, e il bagno per disabili, in chiaro stile ospedaliero, o la tastiera dell'ascensore con i caratteri in braille, non sono di certo in grado di garantire una vacanza in autonomia e sicurezza, offrendo la qualità a cui ciascuno ha diritto.**

---



## Formazione

La formazione è la chiave per la crescita consapevole, infatti, nei prossimi anni sarà sempre più importante qualificare e distinguere la propria offerta turistica puntando sulla qualità.

Non possiamo creare una cultura di accessibilità e inclusione senza una adeguata formazione degli imprenditori, dei manager e di tutta la filiera dei collaboratori, compresi i consulenti esterni.

Gli aspetti che si devono trattare nella formazione sono articolati e spaziano in tutti gli ambiti riguardanti l'Ospitalità. Non dobbiamo occuparcene solo dal punto di vista tecnico o normativo ma ragionare anche sui servizi e sulla loro modalità di erogazione, dare attenzione alle modalità di relazione con il cliente e con tutte le sue esigenze, offrendo una qualità dell'ambiente e del servizio che sia adeguata.

Non solo rampe e gradini, ma reperimento delle informazioni, attraverso la leggibilità, la comunicazione oggettiva, informazioni che offrano l'autonomia più ampia possibile, e dove questo non è possibile, consentire attraverso ausili e servizi, di colmare il divario, lo svantaggio, con adeguati strumenti.

La formazione deve essere rivolta sia agli imprenditori che al personale operativo, con particolare attenzione alle figure che hanno un contatto diretto con gli Ospiti/turisti e dovrà essere finalizzata a far acquisire una profonda conoscenza circa le esigenze di accessibilità che le persone possono manifestare, senza dimenticare regole di comportamento e modalità di relazione interpersonale.

Ecco una lista non esaustiva dei temi da affrontare:

- Turismo Accessibile - un consumatore trasversale a tutte le nicchie di mercato
- Il valore di mercato del Turismo Accessibile
- Il potere economico della domanda nascosta di turismo accessibile
- Europa e disabilità -Disability Strategy 2021-2030
- Universal Design - I 7 principi

- Universal Design applicato al Turismo
- Gli errori da non commettere - La Black List dell'accessibilità
- Case History di Universal Design
- Chi è il consumatore del Turismo Accessibile? Profili, stili di consumo, regole di ingaggio
- Accoglienza e Ospitalità, conoscere le esigenze di questi Ospiti
- Risultati economici dell'Ospitalità Accessibile
- Destination4All - l'esempio di Bibione per una destinazione turistica accessibile e inclusiva
- Comunicazione, linguaggio
- Scrivere accessibile - font, regole di scrittura
- Accessibilità e Web
- Pianificare l'organizzazione di eventi accessibili per tutti
- Dagli standard di accessibilità all'accessibilità trasparente
- Dalla camera accessibile alla Destinazione turistica per tutti
- Ecologia sociale, economica, ambientale

## Accessibilità (trasparente)

Si tratta della applicazione dello Universal Design al mondo del Turismo ed è uno degli elementi dell'Ospitalità Accessibile. Eccovi una definizione:

**Per Accessibilità Trasparente si intende la realizzazione di interventi e/o servizi mirati a soddisfare i bisogni espressi dagli Ospiti, con una migliore qualità prestazionale (di strutture, percorsi e servizi), senza connotazioni estetiche di carattere ospedaliero e rispettando i canoni dello Universal Design.**

**Troppo spesso si riduce tutto all'esistenza di un bagno "accessibile" o di una passerella che attraversa la spiaggia ma dobbiamo ricordarci che serve ben di più per soddisfare bisogni complessi, bisogna dedicare attenzione ai particolari, conoscere le esigenze dei propri Ospiti, occorre saper sviluppare nuove proposte e nuovi servizi che sappiano andare nella direzione di una qualità più lungimirante e una visione dell'Ospitalità Accessibile.**

Non è un prodotto specifico ma è il risultato della applicazione di varie tecniche che sono riferite anche al Design Thinking con contaminazioni dall'Inclusive Design, Human Centred Design, Design-for-all, Design for Diversity o User Centred Design.

Gli esperti dei vari settori possono spiegarvi puntualmente che ci sono differenze importanti tra ognuna di queste discipline/tecniche/metodologie, ma per quanto ci riguarda l'Accessibilità Trasparente mira a realizzare una Ospitalità Accessibile per il mondo del turismo e a garantire un mondo inclusivo per tutti, come ricaduta sociale.

Un mondo dove le persone con disabilità che fanno turismo sono turisti ma anche un mondo dove le persone con disabilità possono lavorare ed esprimere la loro professionalità nel settore del turismo.

**Quale è il vantaggio di una Ospitalità Accessibile/Accessibilità Trasparente? I vantaggi sono per tutti i turisti, di tutte le età, di tutte le condizioni e di tutte le tipologie di turismo perché creano le condizioni fisiche, psicologiche, sociali perché tutti possano partecipare alle attività quotidiane, con grandi vantaggi economici e sociali, senza dimenticare il fatto che se maggiore è l'autonomia delle persone maggiore sarà il benessere percepito da tutti gli altri clienti, innalzando così la qualità percepita da tutti i clienti.**

---

## Cosa NON è l'Accessibilità Trasparente



**Non è il semplice rispetto delle leggi sull'abbattimento delle barriere architettoniche**

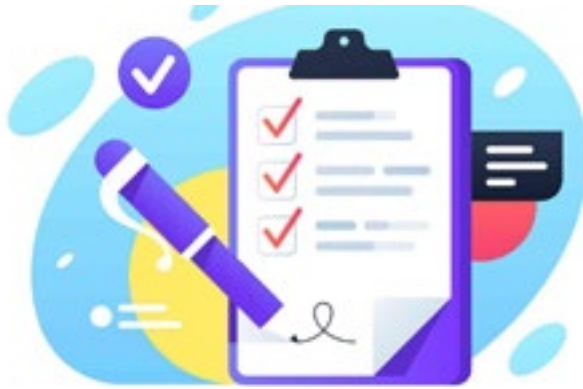
**Non è una progettazione specializzata per la disabilità**

**Non è un una soluzione di design che può essere applicato in tutte le situazioni**

**Non è una soluzione personalizzata per una singola persona**

**Non è un design ospedaliero**





## Saper accogliere le esigenze di accessibilità -

### Le regole d'oro che valgono per tutti

**I**l Turismo accessibile ha acquistato negli ultimi anni una visibilità importante. Mentre 10 anni fa era raro trovare informazioni su questo argomento e mancavano punti di riferimento, oggi troviamo sul web tantissime informazioni, ed è difficile distinguere quali di queste sono valide e frutto di esperienze consolidate e quali invece non lo sono.

Questi Ospiti, che sono ormai riconosciuti come un mercato economicamente rilevante, richiede di approcciarsi in modo professionale, con strumenti e metodiche di lavoro che siano frutto di esperienze consolidate e non di elaborazioni teoriche che poco hanno a che fare con il mercato esistente.

A questo scopo può essere utile fissare questi punti fondamentali:

- Il turista con esigenze di accessibilità, o con disabilità, è innanzitutto un turista. Come tale ha l'esigenza di reperire, come tutti, informazioni affidabili e oggettive che rispondano alle sue personali esigenze (misure, larghezze, dimensioni, dotazioni, ecc...), NON generiche dichiarazioni di rispetto delle norme sulle barriere architettoniche.
- Il rispetto delle norme sull'abbattimento delle barriere architettoniche non è garanzia di accessibilità per tutti. Le persone in quanto tali, hanno interessi culturali, storici, enogastronomici, sportivi, e non sono standardizzabili o, peggio, assimilabili ad una disabilità o "patologia medica".
- La casa mobile/camera/bungalow "per disabili" non è motivo di vacanza. Nessuno sceglie il proprio luogo di vacanza in base a presupposti del genere, ma avere una unità abitativa adeguata alle proprie esigenze di accessibilità è fondamentale per vivere una vacanza appagante e soddisfacente, in linea con le proprie aspirazioni e desideri.

- L'accessibilità va prevista su tutti i servizi forniti nel campeggio: devono essere fruibili in condizioni di autonomia e sicurezza consentendo a chiunque di poterne fruire. Non solo pernottamento, ma la ristorazione, l'animazione, la spiaggia, il parco giochi, i percorsi, ecc... sono parte del sistema ospitale
- L'accessibilità, come la qualità, non ha un punto di arrivo ma è la costante ricerca delle soluzioni che meglio sapranno rispondere alle esigenze dei vostri Ospiti. La conoscenza dei bisogni, e delle migliori strategie per soddisfarli, sono strumenti indispensabile per avviare un percorso di qualità.
- Non improvvisare soluzioni ma pianificare interventi. Avere conoscenza della capacità del proprio campeggio di rispondere alle esigenze di accessibilità è fondamentale per sapere a chi è possibile offrire i propri servizi. Questo permette di pianificare e programmare i propri interventi finalizzati ad implementare l'accessibilità, e i servizi correlati, in modo coerente con i propri investimenti e lo sviluppo aziendale.
- Pianificare gli interventi di miglioramento con una visione pluriennale, che valorizzi gli interventi di manutenzione ordinaria, costruendo il giusto mindset e le competenze tecniche dei propri collaboratori, dal reparto tecnico a quello dei servizi, del front office e del back end.
- La formazione è il percorso necessario alla trasmissione delle competenze del proprio personale. Iniziando dai capi servizi fino agli stagionali. Ciascuno, per il proprio ruolo, inciderà sulla realizzazione di una esperienza di vacanza accessibile e inclusiva.
- L'accessibilità, come la qualità, è un elemento soggettivo e deve essere interpretata con l'attenzione ai particolari che si potrà avere solo conoscendo i bisogni dell'Ospite per i quali si sta lavorando
- L'Ospite con esigenze di accessibilità è il maggior esperto delle sue esigenze e deve essere protagonista attivo nella scelta delle soluzioni che si devono attivare. Ma attenzione a non far diventare le soluzioni adottate per quell'Ospite lo standard a cui tutti gli altri si devono adeguare.
- Non tutte le persone che utilizzano una carrozzina hanno disabilità e non tutte le persone disabili utilizzano una carrozzina. L'80% delle disabilità, e di esigenze di accessibilità, non sono visibili e riconoscibili a prima vista. Le esigenze di accessibilità possono essere motorie, le più evidenti, ma anche sensoriali (vista e udito), cognitive o relazionali.

## Le parole in e le parole out

Le parole definiscono il mondo in cui viviamo, ma definiscono anche la qualità della relazione che attiviamo con il nostro Ospite. Per questo è importante avere chiare le parole da usare e quelle da evitare.



Accettabile	Inaccettabile
Persona con disabilità	Persona normale in contrapposizione a persona con disabilità. Questa definizione sottende al fatto che chi ha una disabilità non è normale
Disabilità, un termine generico utilizzato per la limitazione che interferisce con la capacità di una persona, ad esempio, di camminare, sentire o altro. Può riferirsi a una condizione fisica, cognitiva o sensoriale	Storpio, paralitico, difettoso, deformato, vegetale. Queste parole sono offensive, disumanizzanti, degradanti e stigmatizzanti
Personne con lesioni del midollo spinale	Diversamente Abile, Handicap, persona con handicap o portatore di handicap
	Paraplegico, Cieco, Sordo, Down. Non identificare mai le persone esclusivamente in base alla loro disabilità
	Vittima. Alle persone con disabilità non piace essere percepite come vittime per il resto della loro vita, molto tempo dopo che si è verificata qualsiasi vittimizzazione
Persona sorda	Sordomuto: l'apprendimento della parola avviene attraverso l'udito, con una adeguata riabilitazione permette di parlare
	Ritardato, deficiente, imbecille, idiota. Questi sono offensivi
Persona che usa una carrozzina o persona su sedia a ruote	Costretto su una sedia a rotelle; condannato alla sedia a rotelle. La maggior parte delle persone che usano dispositivi per la mobilità non li considera limitanti anzi, rappresentano lo strumento che permette mobilità e autonomia

## 3.L'ACCESSIBILITÀ PER TUTTI

---



### Le esigenze di accessibilità

**D**obbiamo smettere di pensare alle disabilità associandole ad implicazioni mediche o sociali; dobbiamo concentrarci sulle esigenze di accessibilità delle persone correlate alla mobilità, alla comunicazione, alla percezione delle informazioni e continuare a considerarli turisti; ospiti con esigenze di accessibilità.

Non è possibile standardizzare le esigenze, ogni persona, in quanto tale, ha desideri, aspirazioni, esigenze che sono frutto della propria condizione personale e di tante altre variabili che qui è difficile affrontare, in ogni caso, cerchiamo di dare alcune indicazioni di massima che possono aiutarvi ad inquadrare alcune delle principali esigenze, suggerendovi alcune soluzioni.

### Regole sempre valide

**Il cliente con disabilità è un essere umano "uguale" agli altri.**  
**Una persona è tale indipendentemente dalle cose che riesce a fare.**  
**Una persona con disabilità non è una persona malata.**  
**Le disabilità non sono "standardizzabili".**  
**Alcune forme di disabilità sono immediatamente percepibili, mentre altre possono essere meno evidenti.**  
**Assumere un atteggiamento naturale, senza esagerate attenzioni.**  
**Offrire un servizio professionale e di alta qualità.**  
**Parlare direttamente alla persona e non ai familiari o accompagnatori.**  
**Non offrire continuamente il proprio aiuto.**  
**Non sottovalutare le richieste che vi vengono fatte.**



## Esigenze di mobilità

**O**ffrite il vostro aiuto per l'accompagnamento, adeguando il passo a quello dell'ospite. Rispettate i "tempi" del vostro ospite. Se riscontrate difficoltà nella comunicazione verbale chiedete al vostro interlocutore di ripetere.

Fornite informazioni oggettive descrivendo puntualmente altezza e larghezza di eventuali ostacoli o strettoie.

Evitare le lunghe attese, in piedi o i percorsi con possibili ostacoli.



## Esigenze della vista

**U**na persona cieca raccoglie informazioni aiutandosi con gli altri sensi (tatto, udito, olfatto). Questi elementi contribuiscono a generare una rappresentazione mentale degli ambienti, dei percorsi e delle persone con le quali interagisce.

Il Braille (sistema tattile di scrittura) è una forma di comunicazione che è utilizzata da una percentuale ridotta di persone.

Alcune persone cieche utilizzano un bastone bianco o un cane guida per rilevare gli ostacoli e muoversi in autonomia.

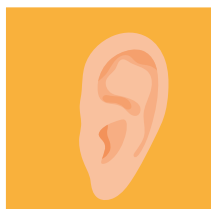
Rivolgersi sempre alla persona cieca, anche in presenza di un accompagnatore.

Presentatevi con il vostro nome spiegando il ruolo che rivestite e come potrete essergli utile.

Avvisate sempre il vostro interlocutore se doveste assentarvi anche per pochi istanti, per evitare di lasciarlo a parlare da solo, situazione molto spiacevole.

La persona ipovedente (quindi non cieca ma con forti limitazioni del campo visivo) ha bisogno di avvicinarsi agli oggetti e alle persone per riconoscerli.

Il cane guida può entrare in qualunque ambiente (ristorante e camere compresi); non sono previste limitazioni di nessun genere e neanche un sovrapprezzo per il loro accesso.



## Esigenze dell'udito

**I**ncipali sistemi di comunicazione utilizzati dalle persone sorde o ipoudenti sono la lettura labiale e la LIS (Lingua Italiana dei Segni). La LIS non è una lingua internazionale ma una lingua di comunicazione che prevede le lingue nazio-

nali (italiano, inglese, tedesco, dialetti e "slang").

Al bisogno è consigliabile utilizzare anche la comunicazione scritta.

Richiamare l'attenzione del proprio interlocutore con un cenno della mano o con un leggero tocco sul braccio.

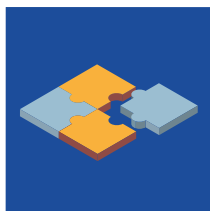
Presentarsi e notificare la propria funzione.

Parlare lentamente restando di fronte all'interlocutore in posizione ben visibile (attenzione alle posizioni in controluce che possono creare difficoltà di lettura del viso e del labiale).

Dedicare alla comunicazione la massima attenzione.

Utilizzare materiale informativo scritto disponibile (come menù scritti, brochure, ecc..).

Riservare un tavolo tondo per facilitare la comunicazione durante la colazione o i pasti.



### Esigenze cognitive, relazionali

**I**n genere si tratta di persone che hanno difficoltà di comprensione, comunicazione o decisionali.

Una persona con problemi cognitivo-comportamentali ha difficoltà a collocarsi nello spazio e nel tempo.

Si muove generalmente con accompagnatori.

Prestare attenzione alle richieste specifiche ed utilizzare un linguaggio semplificato e rispettoso.

Evitare le espressioni astratte del tipo "sei veloce come una volpe" perché interpretano le parole in modo letterale.

Individuate un interlocutore (familiare o accompagnatore) che possa informarvi correttamente sui bisogni e le eventuali necessità (senza per questo dimenticare di dedicare attenzione alle richieste che vi arrivano direttamente).

Evitate di far attendere a lungo, quindi organizzate le attività di check-in o di servizio al tavolo evitando tempi di attesa prolungati.

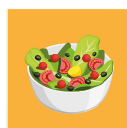
Possono avere sensibilità accentuate verso colori, rumori, odori...

La segnaletica orientativa è un elemento strategico per tutti i clienti: stranieri, bambini o persone con disabilità cognitive.

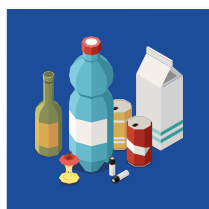
Le tovagliette con comunicazione CAA (Comunicazione Alternativa Aumentativa), possono semplificare la comunicazione e il coinvolgimento attivo della persona/ bambino.

## 4.LA SOSTENIBILITÀ NELLE STRUTTURE RICETTIVE OPEN AIR

---



**D**i seguito saranno presi in considerazione diversi temi che attengono alla sostenibilità di una struttura ricettiva, dando alcuni spunti, consapevoli che quanto indicato sono solo proposte la cui attuazione dipende dalle caratteristiche delle singole aziende.



### I rifiuti

**L**a gestione dei rifiuti è uno dei primi elementi da tenere in considerazione quando ci si avvicina al tema del turismo sostenibile. In vacanza, infatti, i turisti tendono a produrre più rifiuti (tra 1 e 2 Kg al giorno pro capite), a differenziare peggio e allo stesso tempo sono più propensi a notare eventuali

disfunzioni nel servizio di raccolta.

Una buona gestione dei rifiuti prevede tre elementi: riduzione del rifiuto prodotto, corretta differenziazione e recupero e riutilizzo di quanto possibile.

La **riduzione dei rifiuti** in una struttura ricettiva deve tenere conto sia dei rifiuti prodotti dal turista che quelli prodotti dal funzionamento della struttura stessa.

Di seguito alcuni suggerimenti che abbracciano diverse aree di esercizio, dalla reception, agli spazi comuni, dalle unità abitative ai ristoranti e market:

- Fornire agli ospiti una shopper in tela al momento dell'arrivo che possono riutilizzare nel market interno alla struttura o all'esterno;
- Evitare il set di cortesia nelle unità abitative, indicando che in caso di necessità è possibile farne richiesta alla reception;
- Installare dei punti di erogazione acqua per il riempimento delle borracce (gli erogatori attualmente in commercio consentono la possibilità di avere l'eroga-

zione a pagamento);

- Scegliere prodotti con poco imballaggio;
- Scegliere prodotti per le pulizie concentrati o ricaricabili;
- Incoraggiare i ristoranti interni a proporre l'asporto" di ciò che non viene mangiato;
- Incoraggiare i ristoranti ad offrire ai tavoli acqua microfiltrata in bottiglie o caraffe di vetro;
- Incoraggiare ristoranti e bar ad usare il più possibile stoviglie lavabili;
- Limitare il più possibile i materiali cartacei, preferendo supporti tecnologici per la trasmissione delle informazioni.

La **raccolta differenziata** richiede in primo luogo una buona formazione del personale e una buona informazione agli ospiti; anche se può apparire scontato che tutti sappiano ormai differenziare i rifiuti, spesso ci sono differenze sulle modalità non solo tra diversi Paesi, ma anche all'interno di uno stesso Paese; è quindi utile fornire ai clienti tutte le informazioni necessarie, non solo presso le isole ecologiche predisposte, ma anche al momento del check-in e/o all'interno delle unità abitative.

Altre possibili azioni sono:

- Presenza di contenitori per la raccolta differenziata all'interno delle unità abitative (in caso di spazi molto ridotti si può ovviare fornendo almeno un set di sacchetti per la raccolta differenziata);
- Fornitura di un set di sacchetti per la raccolta al momento del check-in per chi affitta solo la piazzola;
- Presenza di contenitori per la raccolta differenziata presso bar e market anche se sono in gestione a terzi;

Attraverso il coinvolgimento dei referenti per l'animazione si possono poi realizzare delle attività che prevedano **il riutilizzo di rifiuti**, anche solo a scopo dimostrativo; come si possono anche realizzare degli arredi per alcune parti della struttura utilizzando oggetti di recupero.

Di seguito alcuni esempi:

- Al miniclub si possono costruire giochi con rifiuti recuperati;
- Gare tra ragazzi a chi recupera più tappi di bottiglia.



## L'acqua

L'acqua dolce è una risorsa essenziale per il turismo, dal momento che essa viene consumata direttamente dai turisti, ad esempio per scopi di igiene, ma anche dal settore della ricettività, ad esempio per irrigare i giar-



dini, riempire le piscine e alimentare centri benessere e spa, pulire le camere e lavare la biancheria. Inoltre, essa è anche prerequisito fondamentale per numerose attività ricreative, come appunto piscine e parchi acquatici.

A causa del cambiamento climatico, responsabile di nevicate meno frequenti e maggiore evapotraspirazione, l'acqua rappresenta una risorsa sempre più limitata in tutta la nostra penisola, e in futuro potrebbero verificarsi conflitti intersettoriali per il suo utilizzo, ad es. tra turismo e agricoltura. Ecco, quindi, che diventa necessario porre molta attenzione al suo utilizzo.

Ecco alcune delle strategie per ridurre gli sprechi:

- Installare ovunque è possibile riduttori di flusso o bottoni a pressione o temporizzatori;
- Installare cassette per WC ad alta efficienza;
- Utilizzare piante autoctone poco idroesigenti per la realizzazione delle aree verdi;
- Installare sistemi di irrigazione a goccia per evitare dispersioni;
- Realizzare un impianto di recupero delle acque meteoriche e riutilizzare le acque per fini non potabili;
- Utilizzare coperture per le piscine, soprattutto a inizio e fine stagione quando l'escursione termica tra giorno e notte è più pronunciata.

Oltre a limitare il più possibile lo spreco di risorsa è importante pensare anche alla qualità della stessa; quindi, è consigliabile l'utilizzo di prodotti per le pulizie con certificazione di ecosostenibilità (in caso le pulizie siano affidate a ditte esterne è possibile inserire tale clausola nel contratto).



### L'energia

**E** stato calcolato che in una struttura ricettiva europea si consumano in media tra i 305-330 kWh/m<sup>2</sup>anno di energia elettrica per una produzione compresa tra 160 e 200 kg di CO<sub>2</sub> per m<sup>2</sup> di superficie calpestabile, a seconda del mix di combustibili utilizzato per fornire energia. La maggio-

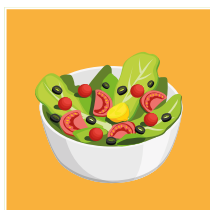
re parte dell'energia viene consumata per riscaldamento e raffrescamento degli ambienti, poi per la produzione di acqua calda e quindi per l'illuminazione.

Per ridurre l'impatto ambientale di una struttura diventa quindi importante non solo installare impianti a fonti rinnovabili, ma anche agire per ridurre i consumi energetici.

Di seguito alcune indicazioni, dalle più facilmente attuabili a quelle che comportano i maggiori investimenti:

- Installare sistemi di illuminazione ad alta efficienza in tutti i punti luce, comuni

- e delle unità abitative;
- Stipulare contratti per la fornitura di energia certificata 100% da fonti rinnovabili;
- Installare nelle unità abitative sistemi per lo spegnimento automatico dell'aria condizionata in assenza degli ospiti;
- Realizzare sistemi di ombreggiamento naturali o artificiali dove non già esistenti;
- Sostituire gli elettrodomestici delle unità abitative/ristoranti/bar/market con modelli ad alta efficienza energetica;
- Sostituire progressivamente le case mobili con modelli a maggiore efficienza energetica;
- Coibentare le strutture in muratura e/o realizzare sulle stesse un tetto verde per limitare le variazioni di temperatura all'interno;
- Realizzare impianti a fonti rinnovabili per la copertura almeno del 50% del fabbisogno energetico della struttura.



## L'alimentazione

**S**ebbene market e ristoranti siano spesso in gestione a soggetti terzi si può comunque far inserire nel contratto di gestione alcuni elementi, affinché ci sia da un lato la riduzione dei rifiuti prodotti (vedi paragrafo precedente), dall'altro un'attenzione a scelte alimentari specifiche, e alla valorizzazione dei prodotti del territorio. Il consumo maggiore, infatti, di alimenti vegetali contribuisce a ridurre l'emissione di gas terra e la sottrazione di risorse al pianeta: gli allevamenti intensivi, da cui proviene la maggior parte della carne che noi consumiamo, sono responsabili della produzione del 14,5% dei gas serra e in Italia sono la seconda causa di inquinamento da polveri sottili. D'altra parte, l'acquisto di prodotti tipici del territorio contribuisce alla sopravvivenza degli agricoltori locali e delle tradizioni enogastronomiche dei territori offrendo anche al turista una mini-esperienza della cultura gastronomica locale.

Ecco quindi alcuni suggerimenti:

- Rendere disponibili nel menù del ristorante e al bar proposte vegetariane e vegane strutturate;
- Rendere disponibili al market prodotti con certificazione biologica e pesca sostenibile;
- Proporre al ristorante piatti tipici del territorio;
- Rendere disponibili al market prodotti tipici del territorio;



## Gli acquisti verdi

**E** sistono moltissime certificazioni che possono garantire il basso impatto ambientale del prodotto o della sua filiera di produzione, ma anche benefici sociali per chi ha realizzato i prodotti. La più nota è certamente l'Ecocert europea che certifica un'ampia gamma di prodotti, dai detersivi alla

carta agli inchiostri; per la carta esiste anche la certificazione FSC (o il suo omologo europeo PEFC), per arredi in plastica il marchio Plastica Seconda Vita, per il tessile diversi marchi che certificano la provenienza delle fibre da coltivazioni biologiche, oppure da riciclo di tessuti o anche dal riciclo della plastica.

Alcune aziende produttrici sono certificate come BCorp quindi con un reinvestimento dei loro utili nella comunità di provenienza, altre hanno certificazione FairTrade che garantisce, tra le altre cose, la giusta remunerazione dei lavoratori e un impatto sociale positivo dell'attività economica. Esistono anche certificazioni per i fornitori di servizi, tra cui le lavanderie industriali o i servizi di pulizia (certificazione ISO 9001, ISO 14001, SA8000) che garantiscono minori impatti ambientali e sociali.



## La mobilità

**C** irca il 72% delle emissioni dovute ai trasporti deriva dal trasporto su gomma di merci e persone. Più nello specifico, oltre il 60% delle emissioni nocive riguardanti i trasporti su strada deriva dalle tradizionali auto con motore a combustione interna.

È quindi importante che anche in ambito turistico si cerchi di limitare l'utilizzo del mezzo privato per gli spostamenti.

Ecco alcune indicazioni:

- Se la località è raggiungibile con i mezzi pubblici, fornire al cliente tutte le informazioni necessarie per raggiungere la destinazione;
- Se la località non è raggiungibile con i mezzi pubblici proporre in sede di prenotazione al cliente, la possibilità di compensare le proprie emissioni di CO<sub>2</sub>;
- Incentivare l'uso di mezzi pubblici o biciclette per spostarsi nella destinazione;
- Se presente un servizio navetta, utilizzare mezzi elettrici;
- All'interno della struttura usare solo mezzi a basso impatto per gli spostamenti del personale.

## 5.IL PROGETTO OPEN AIR 2030

---

*Azioni quantificabili e riconoscibili - Il futuro nel mondo dell'Ospitalità*

---

### FAITA Federcamping: Una Nuova Era di Sostenibilità

#### per le Strutture All'Aria Aperta

**I**l settore turistico sta assumendo un ruolo sempre più rilevante all'interno dell'economia, con particolare riferimento alle strutture ricettive all'aperto, come villaggi turistici e campeggi, che costituiscono una componente significativa di tale industria.

Di conseguenza, diventa imprescindibile allineare questo comparto alle valutazioni delle performance ESG (ambientali, sociali e di governance), al fine di gestire in modo efficace e con strumenti specifici gli impatti sociali, economici e ambientali generati.

Sulla scia di queste esigenze, FAITA Federcamping, in collaborazione con Banca Intesa San Paolo e la società di ingegneria e consulenza ambientale IMQ eAmbiente, ha intrapreso nel 2023 un ambizioso progetto pilota, volto a far compiere un balzo in avanti sul percorso della transizione verde e digitale al settore delle strutture all'aria aperta attraverso l'implementazione di pratiche sostenibili e la misurazione delle performance ESG (Environmental, Social, and Governance).

Questo progetto pionieristico si è proposto di valutare con un approccio sistematico i punti di forza e le aree di miglioramento di 10 strutture turistico-ricettive associate FAITA del Nord Italia, promuovendo una trasformazione positiva e sostenibile dell'intero settore attraverso l'analisi di impatti ambientali, aspetti sociali e governance aziendale.

Il progetto è stato avviato sulla base di obiettivi volti a definire un autentico Protocollo ESG con uno strumento di valutazione di riferimento, che consenta a FAITA di introdurre sul mercato un marchio di garanzia da diffondere agli associati, per rispondere agli obiettivi che si pone **l'Agenda 2030**.

Di seguito, si ripercorrono i principali obiettivi che hanno spinto alla realizzazione di questo progetto:

- Elaborazione e implementazione di uno strumento di misurazione (questionario ESG) finalizzato alla valutazione ESG delle strutture;
- Identificazione delle criticità maggiormente diffuse rispetto alla gestione ESG ed elaborare i percorsi più idonei volti alla crescita e al miglioramento specifico;
- Accesso agevolato al credito in base alle prestazioni ESG.

Relativamente all'ultimo obiettivo descritto, la capacità delle strutture turistiche di monitoraggio e valutazione delle proprie performance in ambito sostenibile risulta fondamentale per interagire con finanziatori, come istituti bancari e finanziari, sempre più consapevoli dei rischi associati a imprese che non gestiscono adeguatamente i propri impatti ESG.

Di conseguenza, le aziende che dimostrano un'efficace adesione a tali principi possono ottenere condizioni di finanziamento più favorevoli, poiché vengono percepite come più resilienti a rischi climatici e fisici ed affidabili in termini reputazionali.

### Il percorso progettato per FAITA si è articolato in 4 fasi

FASE 1 – DEFINIZIONE QUESTIONARIO ESG	FASE 2 – PROGETTO PILOTA	FASE 3 – VERIFICA E RISULTATI	FASE 4 – PROTOCOLLO ESG
<ul style="list-style-type: none"><li>• Analisi del contesto e ricerca indicatori di settore;</li><li>• Costruzione del questionario ESG tarato sul settore turistico open air.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificazione 10 strutture per avvio progetto pilota;</li><li>• Evento formativo;</li><li>• Pilota: auto-assessment;</li><li>• Analisi dei dati preliminari.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Audit di valutazione ESG;</li><li>• Analisi dei dati e calcolo score finale;</li><li>• Redazione del report «Protocollo Open Air 2030»;</li><li>• Identificazione delle aree di miglioramento e potenziali investimenti per finanziamenti.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presentazione generale dei risultati finali e formazione degli operatori;</li><li>• Presentazione del piano d'azione strategico.</li></ul>

### Il lancio del progetto pilota: metodologia

La natura di questo progetto iniziale è stata volutamente sperimentale. Infatti, si è deciso di partire con un campione ristretto di strutture con l'intenzione di testare il questionario e tararlo ancora meglio per il settore di riferimento prima di coinvolgere un alto numero di strutture.

L'analisi dei dati raccolti ha permesso di creare un Profilo ESG sia per le singole

strutture che per il settore nel suo complesso, considerando gli impatti generati rispetto a questi 6 criteri di analisi:

**Aspetti Legali e di Governance:** Requisiti legali, composizione societaria, integrazione ESG nel processo decisionale, etica di business e aspetti economici.

**Energia:** Efficienza energetica e approvvigionamento di energia rinnovabile.

**Circularità:** Modelli di uso delle risorse, gestione dei rifiuti e utilizzo di prodotti usa e getta.

**Terra, Aria e Acqua:** Politiche ambientali e gestione del verde, monitoraggio delle emissioni, mitigazione del cambiamento climatico, consumo e riciclo idrico, approvvigionamento materie prime.

**Benessere, Felicità e Salute:** Occupazione, salute e sicurezza, formazione, welfare e diversità.

**Educazione e Mobilità:** Soddisfazione dei clienti, promozione della mobilità sostenibile e comunicazione agli ospiti.

## Analisi a tutto tondo

**D**opo il progetto pilota il questionario ESG è stato integrato con nuovi indicatori e KPI per migliorare la restituzione delle peculiarità del settore all'aria aperta.

Tale integrazione è stata anche frutto della sinergia tra IMQ eAmbiente, FAITA Federcamping, Village4All e Legambiente.

L'aspetto principale integrato a fine 2023 è il tema dell'inclusione e dell'accessibilità. È stato, infatti, aggiunto un settimo criterio, "**Accessibilità e inclusione**", inteso come comunicazione verso tutte le categorie di utenza, accessibilità alle varie zone e aree di svago presenti nella struttura, collegamento e orientamento, servizi igienici comuni e ausili.

I nuovi indicatori utilizzati per la valutazione di questo criterio sono:

- **Comunicazione** – trasparenza e facilità di comunicazione con i propri ospiti circa l'accessibilità della struttura e i servizi offerti;
- **Collegamento e orientamento** – presenza nella struttura di collegamenti e cartellonistica opportunamente predisposti per persone con disabilità;
- **Unità abitative** – presenza nella struttura di locazioni adatte a persone con disabilità per numero e prestazioni adeguate ad ogni ospite;

- **Ristorante** – disponibilità da parte delle strutture ristorative di opzioni alimentari a scelta per individui con particolari esigenze etiche o legate alla salute;
- **Piscina, Spiaggia e Aree Gioco** – presenza di attrezzature che permettano la fruibilità di tali aree della struttura ricettiva a persone con disabilità;
- **Servizi Igienici Comuni e Ausili** – sufficiente adeguamento della struttura con servizi igienici per persone con disabilità e ausili e strumenti per l'autonomia.

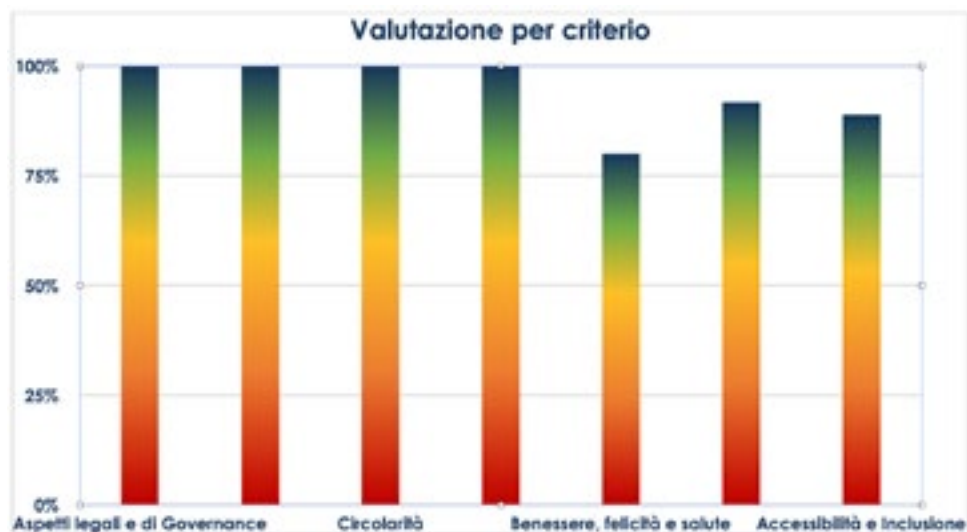
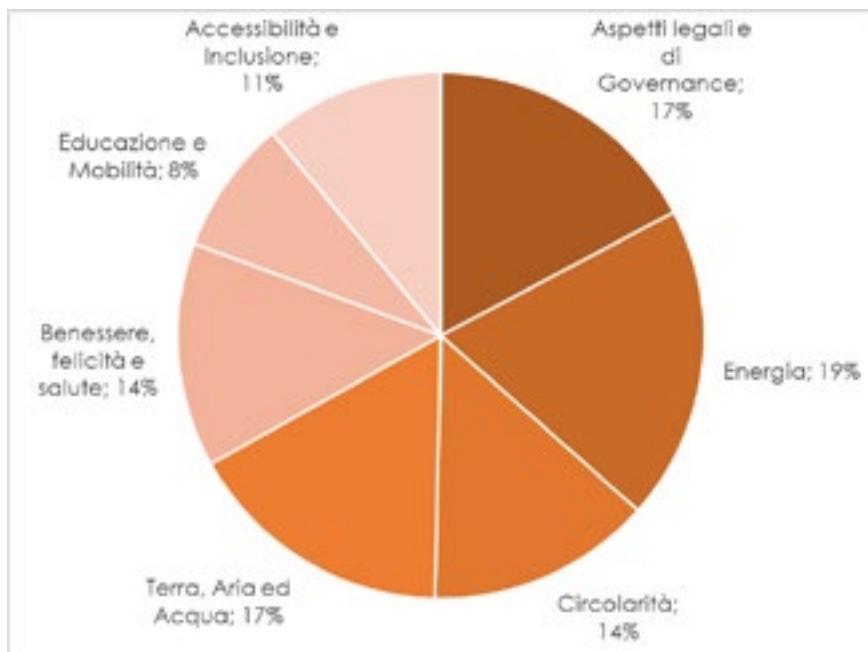
A seguito di questa introduzione anche i **6 criteri preesistenti** sono stati protagonisti di una leggera rivisitazione con l'aggiunta, anche in questi, di nuovi KPI legati all'inclusione sociale, tra cui:

- **Aspetti legali e di governance** - maggiori KPI all'interno dell'indicatore «Economics» (n° pernottamenti e % fatturato ospiti con disabilità, investimenti in marketing);
- **Energia** - migliorato l'indicatore «Efficienza energetica dell'illuminazione» collegandolo anche alle unità abitative;
- **Terra, aria e acqua** - migliorato gli indicatori «Consumo idrico e gestione del verde», integrandolo con KPI relativi all'irrigazione e gestione del verde, e «Supply chain» aggiungendo KPI relativi all'approvvigionamento dei ristoranti;
- **Benessere, felicità e salute** - sono stati integrati alcuni KPI relativi all'accessibilità sugli indicatori «Occupazione», «Formazione del personale» e «Salute e Sicurezza»;
- **Educazione e mobilità** - sono stati integrati alcuni KPI relativi all'accessibilità sugli indicatori «Benessere dei Clienti» e «Informazioni agli ospiti».

Si riporta di seguito la rappresentazione grafica della valutazione complessiva delle dieci strutture per criterio.

A termine della valutazione tramite questionario ESG condotta sulle dieci strutture partecipanti, si denota una fotografia positiva del settore del turismo all'aria aperta, che evidenzia gli alti valori di performance per gli indicatori di Governance ed Ambiente che contraddistinguono le strutture turistico-ricettive selezionate per il progetto pilota.

La necessità di includere all'interno del Protocollo ESG anche ulteriori indicatori legati alla sostenibilità sociale è corroborata dai risultati ottenuti dalla valutazione: sebbene vi sia ancora margine di miglioramento per quanto concerne le performance di benessere, salute, mobilità ed inclusione, l'andamento complessivo ha registrato un miglioramento per gli altri criteri rispetto alla valutazione iniziale.





L'elaborazione dei dati emersi dall'analisi dei criteri ESG inseriti all'interno del questionario proposto alle dieci strutture, ha rivelato una particolare attenzione verso le tematiche di sostenibilità ambientale, come la gestione dell'energia, del suolo, dell'aria e delle risorse idriche, nonché verso gli aspetti di governance, in particolare la conformità legale.

Questo focus prioritario deriva principalmente dalle implicazioni economiche associate a tali iniziative, che influiscono in modo più rilevante sullo sviluppo delle strutture rispetto alle questioni sociali e legate all'inclusività. La dimensione economica, infatti, gioca un ruolo decisivo nel determinare l'adozione di pratiche sostenibili, poiché le iniziative legate all'ambiente e alla governance offrono vantaggi più immediati e tangibili in termini di crescita e competitività.

Quanto alla responsabilità sociale delle strutture, essa non risulta ancora pienamente sviluppata, ma emerge da questa analisi con dei valori di performance promettenti, che restituiscono una prospettiva circa la significatività che il settore pone sui temi sociali. Questi ultimi, rappresentati dai criteri di inclusione, accessibilità, benessere e salute, saranno il punto di partenza per una crescita e sviluppo a beneficio non solo delle singole strutture ma dell'intera comunità.

## Linee d'azione per il miglioramento ESG

**I**l progetto FAITA Open Air ha permesso di delineare 8 linee d'azione su cui si dovrebbe investire per rendere il settore turistico all'aria aperta a basso impatto ambientale e allo stesso tempo contribuire al benessere socio-economico della comunità e delle persone.

Queste linee d'azione strategiche sono riportate di seguito seguendo la tripartizione secondo i 3 pilastri della sostenibilità: Governance, Sociale e Ambientale. Inoltre, ogni linea d'azione è associata agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

### GOVERNANCE

#### Governance Etica

- Integrare nei processi decisionali anche aspetti di sostenibilità oltre a quelli finanziari
- Creare i presupposti per andare oltre la solo compliance normativa in termini ambientali e di benessere dei dipendenti
- Guidare ed essere promotore della transizione socio-ecologica



## AMBIENTALE

### Transizione ecologica

- Promuovere l'utilizzo di energie provenienti da fonti rinnovabili
- Promuovere l'efficienza energetica all'interno degli spazi comuni e nelle unità abitative
- Definire sistemi di monitoraggio delle emissioni ad effetto serra
- Delineare strategie di decarbonizzazione basate sui dati
- Promuovere azioni di compensazione dove non fosse possibile abbattere le emissioni



### Gestione del Verde e del Blu

- Promuovere il risparmio di acqua attraverso impianti efficienti
- Incentivare sistemi di riciclaggio delle acque delle piscine
- Proteggere il patrimonio naturale locale - sia terreno che acquatico - progettando il campeggio in armonia con la natura e promuovendo la biodiversità



### Economia Circolare e Prodotti Ecocompatibili

- Ridurre i rifiuti e aumentare la quota di rifiuti riciclati
- Ridurre l'utilizzo di prodotti monouso e usa e getta
- Promuovere l'ottimizzazione delle risorse e il riutilizzo degli scarti
- Preferire prodotti e fornitori locali
- Preferire case mobili che utilizzino materiali innovativi, naturali, riciclati e riciclabili
- Utilizzare prodotti per la pulizia ecocompatibili ed eliminare le sostanze pericolose



## SOCIALE

### Benessere e Sviluppo del Personale

- Promuovere una cultura della salute e sicurezza
- Promuovere iniziative di retention e benessere per fidelizzare i dipendenti
- Attivare percorsi di formazione e sviluppo dei dipendenti
- Promuovere un ambiente di lavoro basato sull'equità e sulla giustizia



### Accessibilità e Inclusione

- Promuovere un ambiente - sia per i lavoratori che per gli ospiti - inclusivo e accessibile in base alle diverse esigenze



### Mobilità e Turismo Sostenibile

- Promuovere la mobilità dolce e sostenibile
- Includere la natura e l'ambiente nelle attività ricreative
- Valorizzare le bellezze e il patrimonio culturale e naturale locale



### Educazione e Comunicazione

- Educare gli ospiti sui comportamenti virtuosi da rispettare all'interno del campeggio in ottica di sostenibilità
- Informare gli ospiti sulle principali attività e iniziative in ambito ESG
- Coinvolgere gli ospiti e la comunità locale in progetti di sensibilizzazione e azione sui temi di sostenibilità più rilevanti per il campeggio.



## Un Nuovo Approccio Sistemático e Inclusivo

L'approccio sartoriale adottato per la costruzione del Protocollo ESG e la definizione di benchmark di analisi con i quali le strutture hanno compreso la loro maturità in termini di sostenibilità hanno contribuito al desiderio di ampliare ulteriormente il progetto per il 2025 coinvolgendo un numero sempre maggiore di strutture.

FAITA Federcamping, assieme ad IMQ eAmbiente, darà il via ad un nuovo approccio, sistematico, inclusivo e digitale. Verrà somministrato alle diverse attività di settore, indipendentemente dalla loro tipologia e organizzazione, un questionario ESG, comprensivo di tutte le integrazioni legate all'inclusività, che permetterà di valutare e rendicontare, attraverso un portale digitale, le proprie performance relativamente ai principi di sostenibilità.

Questo strumento chiave sarà ovviamente accompagnato da formazione mirata, offrendo supporto educativo e pratico per rendicontare ed ottimizzare le proprie attività. Il progetto punta soprattutto ad individuare e analizzare le criticità comuni, estendendo la possibilità di autovalutazione a più utenti, creando percorsi di crescita e miglioramento su misura.

## Verso un Marchio di Eccellenza Sostenibile



**F**acendo tesoro di quanto iniziato nel 2023 e sviluppato nel 2024, il prosieguo del progetto pilota proporrà per il 2025 il riconoscimento e la valorizzazione di tutte le strutture che aderiranno al percorso di crescita sostenibile con un marchio distintivo.

Questo marchio diventerà sinonimo di impegno ed eccellenza in sostenibilità, favorendo l'attrazione di un pubblico sempre più attento alle tematiche ambientali, sociali, di governance inclusiva e rafforzando la reputazione delle strutture aderenti. Grazie a questo progetto, FAITA Federcamping non solo contribuirà alla crescita sostenibile delle strutture all'aria aperta, ma creerà anche un modello replicabile di successo nel settore turistico. L'approccio sistematico e inclusivo garantirà che ogni struttura potrà individuare, misurare e monitorare nel tempo le proprie metriche ESG, raccontando con trasparenza il proprio impegno verso la sostenibilità



## Come partecipare al progetto OPEN AIR 2030 - ESG?

La partecipazione al progetto permetterà alle strutture coinvolte di:

1. sondare le proprie performance ESG (Environmental, Social, e Governance): tre fattori principali da analizzare per verificare, misurare, controllare e sostenere il proprio impegno in termini di Sostenibilità;
2. supportare FAITA nel definire dei parametri di riferimento con i quali potersi comparare per comprenderne la propria maturità in termini di sostenibilità.
3. ottenere dei vantaggi in termini di:
  - miglioramento nella gestione della propria struttura e delle risorse a disposizione;
  - risparmio dovuto ad una gestione più controllata e consapevole dei consumi;
  - ritorno d'immagine per la struttura e la reputazione dell'azienda;
  - incremento del business legato ad una clientela sempre più sensibile ai temi della sostenibilità e propensa ad utilizzare strutture che ne rispettano i principi;
  - rinnovamento della propria visione del business in accordo con i principi di Sostenibilità in ottica di salvaguardia delle risorse naturali e del territorio per le generazioni future.

I **principali obiettivi** che il progetto si prefigge saranno:

- Valutazione ESG delle strutture
- Comprensione dei principali punti di leva su cui migliorarsi e definire delle linee d'azione
- Facilitazione all'accesso al credito in base alle prestazioni ESG

L'obiettivo finale sarà quello di definire un Protocollo ESG supportato da uno strumento di valutazione di riferimento che consenta a FAITA di introdurre sul mercato un marchio di garanzia da diffondere ai propri associati.

Per informazioni inviare una mail a [nazionale@faita.it](mailto:nazionale@faita.it)

## 6.COMUNICAZIONE INCLUSIVA

---

La comunicazione riguarda diversi ambiti all'interno del campeggio.

- Il wayfinding o segnaletica di orientamento
- Accessibilità digitale e sito web
- La comunicazione Inclusiva



### Il wayfinding o segnaletica di orientamento

**T**roppo spesso sottovalutato è invece uno strumento indispensabile per consentire ai nostri Ospiti di orientarsi e trovare informazioni in un ambiente nuovo o sconosciuto. Consente anche di riconoscere i punti di riferimento e gli eventuali ostacoli, stabilire il percorso migliore in base alle proprie esigenze di mobilità personali.

Rende riconoscibili i servizi, scopi e funzioni di desk e servizi e deve essere comprensibile e riconoscibile anche da persone con deficit visivi, di bassa statura, sedute su sedie a ruote o bambini, anche in caso di affollamento, è quindi un importante fattore di accessibilità. Le informazioni devono essere messe a disposizione in

modalità multicanale e multisensoriale<sup>8</sup> per poter essere fruite da persone che non possono leggere, non sentono, non parlano o non parlano italiano.



## Accessibilità digitale e sito web

**P**er consentire alle persone che hanno difficoltà, ad esempio a muovere le mani, persone ipovedente o cieche, di leggere, commentare, trovare informazioni in modo autonomo e indipendente, è necessario realizzare documenti e siti internet accessibili. La comunicazione è talmente importante per tutti noi che la Commissione Europa ha dedicato una norma specifica a questo tema, l'European Accessibility Act<sup>9</sup>, che è stato convertito in legge dal DL n. 82 del 27 maggio 2022. La maggior parte di queste regole sono destinate a figure tecniche specializzate e sono conosciute come WCAG ed è possibile reperirle sul sito del Consorzio W3C.org<sup>10</sup> ma è importante sapere che ci sono vincoli normativi e relative sanzioni. Per realizzare un sito internet accessibile, che risponda in modo efficace alle esigenze di accessibilità, è consigliato rivolgersi a professionisti che possano, con competenza, sviluppare le necessarie applicazioni tecniche utili a questo fine. Tuttavia, è possibile utilizzare strumenti di valutazione online, che possono dare

8. Quando si parla di informazione multicanale e multisensoriale si fa riferimento al concetto di ridondanza che è sempre più diffuso in ambito sicurezza. Le informazioni chiave, paradigmatiche quelle relative all'emergenza, devono essere fornite in modi diversi per poter raggiungere tutti. In particolare, devono essere sia visive che uditive (segnale d'allarme sonoro e visivo, ma anche vibrazioni e messaggi su app del cellulare ad esempio). Le informazioni devono essere disponibili su diversi supporti, digitale, cartaceo, vocale da altoparlante, scritto su pannelli o display, in modo da soddisfare diversi modi d'uso.

9. L'European Disability Act è stato recepito con Decreto Legislativo n. 82 del 27 maggio 2022

10. Consorzio Internazionale la cui mission è portare il web al suo pieno potenziale sviluppando protocolli e linee guida che garantiscono la crescita a lungo termine del web - <https://www.w3.org/mission/>

una prima indicazione di quanto un sito internet sia accessibile e, eventualmente, indicare quali sono le principali difficoltà presenti.

Tra i tanti presenti sul web si segnala WebAIM - Web Accessibility In Mind <https://wave.webaim.org/> dell'Istituto per la ricerca delle politiche e le pratiche sulla disabilità della Università dello Utah, che attraverso il proprio tool gratuito, consente di dare una prima valutazione della accessibilità di pagine web.

Pdf, word, cataloghi digitali, ecc...

Quando parliamo di comunicazione digitale, non dobbiamo pensare solo alla comunicazione che viene diffusa dai siti internet e dai social, ma anche quella relativa ai documenti digitali che vengono trasmessi. Anche documenti in pdf o in word devono rispondere alle esigenze di accessibilità, in modo da garantire un agevole e sicuro utilizzo anche a persone cieche, ipovedenti, ecc.

Esistono per queste funzioni dei tools specifici che permettono la realizzazione di documenti accessibili. Alcuni di questi sono nativi, come quelli proposti direttamente da Microsoft per word, powerpoint, ecc... mentre per quanto riguarda i pdf, ci sono software professionali che devono essere acquistati.



## La comunicazione inclusiva

**S**ono ormai diverse le dimensioni della comunicazione digitale ed è un tema in continua evoluzione, per questo sono stati realizzati anche documenti e progetti che possano aiutare a comunicare in modo più efficace.

Easy-to-Read o "lettura facile", è un metodo di scrittura che mira a rendere testi e informazioni accessibili a tutti, indipendentemente dalle loro capacità di lettura e comprensione.



### **Obiettivi**

- Semplificare il linguaggio e la struttura delle frasi.
- Utilizzare un vocabolario chiaro e conciso.
- Incorporare immagini e supporti visivi per facilitare la comprensione.
- Adattare il testo al pubblico di riferimento.

### **Esempi di applicazioni**

- Notizie e informazioni
- Materiali divulgativi
- Segnaletica
- Siti web

*Per approfondire:*

<https://www.anffas.net/dld/files/Documenti%20Versione%20Facile%20fa%20leggere/lineguida.pdf>

## **CAA Comunicazione Aumentativa e Alternativa**

**E** un insieme di strategie, tecniche e tecnologie che aiutano le persone con difficoltà di comunicazione a esprimersi e a comunicare con gli altri.

### **Obiettivi**

- Aumentare le capacità comunicative di chi non utilizza un linguaggio verbale
- Promuovere l'autonomia e la partecipazione sociale.
- Migliorare la qualità della vita.

La CAA utilizza una varietà di strumenti e tecnologie, tra cui:

- **Simboli:** immagini, disegni o fotografie che rappresentano parole, concetti o azioni.
- **Tavole di comunicazione:** supporti con simboli o parole che le persone possono utilizzare per comunicare.
- **Software:** programmi per computer che aiutano le persone a comunicare con la voce sintetica o con altri sistemi.
- **Dispositivi di comunicazione aumentativa e alternativa (CAA):** dispositivi elettronici che aiutano le persone a comunicare.

### **Esempi di applicazioni**

- Creazione di percorsi turistici
- Descrizione di luoghi
- Tovagliette per ristoranti e pizzerie

*Per approfondire*

<https://www.isaacitaly.it/>

<https://www.regione.veneto.it/web/turismo/le-guide-cao>

## 7.ACCESSIBILE A CHI? ATTIVARE UN MERCATO DI CONSUMATORI INFORMATI E CONSAPEVOLI

---

**N**on esistono campeggi accessibili per tutti ma allo stesso tempo non esistono campeggi che non abbiano qualche tipo di accessibilità da offrire ai propri Ospiti. Il modello attuale di autocertificazione di accessibilità non garantisce una risposta efficace alle esigenze di accessibilità delle persone.

Oggi è conoscenza consolidata e condivisa che non esiste la possibilità di garantire l'accessibilità di una struttura ricettiva attraverso il vecchio modello della conformità normativa dell'abbattimento delle barriere architettoniche.

Il modello di autocertificazione dell'accessibilità a seguito dell'abbattimento delle barriere architettoniche non ha mai prodotto risultati soddisfacenti per gli Ospiti e non ha mai dato alle imprese la tranquillità che "essere a norma" garantisce la soddisfazione del cliente.

Per anni si è discusso sul significato di accessibilità, senza peraltro uscire mai dallo schema del rispetto di normative, più o meno estese, che comunque facevano riferimento unicamente alla disabilità motoria, intesa come l'utilizzo di una carrozzina.

Questo approccio è sempre stato interpretato come l'esistenza di un bagno per disabili, con WC per disabili, un lavandino per disabili, maniglioni in ordine sparso e, nei casi più eclatanti, uno specchio regolabile attraverso una manovella.

**Il mondo del turismo all'aria aperta, per primo, si è posto in modo proattivo di fronte al tema dell'accessibilità delle proprie strutture, avendo riscontrato che la conformità normativa, comunemente autocertificata in base al rispetto delle norme sull'abbattimento delle barriere architettoniche, non era efficace e non era in grado di rispondere in modo soddisfacente alle richieste di questi clienti.**

---

Anche su queste premesse è iniziata la collaborazione di FAITA Federcamping con Village for all nel 2008, con l'obiettivo di attivare un mercato di consumatori informati e consapevoli.

L'innovazione introdotta da Village for all è stata il ribaltamento del paradigma in vigore in quegli anni, e che aimè prevale ancora in tante realtà. Capovolgere l'idea della "certificazione di accessibilità" a favore della creazione di un percorso informativo che consenta alle persone con disabilità di scegliere, attraverso la creazione di uno specifico set informativo, il luogo di vacanza adatto alle loro esigenze.

La premessa a tutto questo è che non esiste solo la disabilità motoria, in particolare la risposta alle esigenze di mobilità di una persona che utilizza una carrozzina per muoversi, offrendo il solo ambiente bagno "per disabili" o poco più.

Le esigenze di accessibilità oltre che motorie, sono sensoriali (vista, udito), cognitive (comprensione dell'ambiente, delle relazioni, ecc..) e hanno una complessità che possiamo comprendere meglio se pensiamo anche a quelle culturali, personali, familiari, ecc...

Con queste basi, riscontrabili con un ragionamento molto semplice che non siamo portati a fare nella nostra quotidianità, è stato sviluppato il software V4AInside, che permette di raccogliere una serie di informazioni articolate, che una volta elaborati, permettono alle persone di scegliere in base alle proprie personali esigenze: di accessibilità (motorie, sensoriali, cognitive), culturali, personali, familiari e, perché no, in base ai propri desideri e aspirazioni, esattamente come tutti i turisti.

Non più dichiarando l'accessibilità dei luoghi ma fornendo per primo un ranking, un indicatore di accessibilità utile per facilitare l'individuazione della struttura adeguata, per poi dare informazioni più specifiche utili alle personali esigenze di accessibilità.

Ci sono esigenze che non sono standardizzabili, influenzate dalla capacità personali, dalla condizione di salute, dalla cultura, aspirazioni, situazione familiare, ecc... in questi casi l'unica persona in grado di decidere è chi ha l'esigenza di accessibilità.

## Il modello del Network V4A®

**I**l modello messo a punto in sintesi è:

Audit per la raccolta dati presso il campeggio con il software V4AInside

Elaborazione delle informazioni oggettive raccolte

Elaborazione di un indicatore di accessibilità declinato in 6 diversi cluster:

- Famiglia con bambini piccoli
- Senior/Over 65

- Intolleranze alimentari
- Disabilità motoria
- Disabilità della vista
- Disabilità dell'udito

Creazione di una pagina web sul sito Villageforall.net dedicata al campeggio dove viene inserita:

- Anagrafica completa con sito, email, telefono e posizione GPS
- Referente accessibilità
- Informazioni sulle caratteristiche turistiche della destinazione
- Informazioni sulle specifiche caratteristiche di accessibilità con testo e icone
- Form per la richiesta di informazioni approfondite circa aspetti fondamentali dell'accessibilità da parte del potenziale cliente

Il camping deve garantire:

- La costruzione di una pagina web dedicata all'ospitalità accessibile che sia identificabile fin dalla home page
- Inserimento del banner con l'indicatore di accessibilità
- Esporre il marchio V4A e l'appartenenza al network con il link alla propria pagina sul sito Villageforall.net
- L'utilizzo del marchio V4A sul proprio materiale informativo come cataloghi, brochure, ecc..

Questo metodo di lavoro ha permesso di elaborare un modello che funziona e che offre la stessa qualità di efficacia dell'informazione sia per campeggi di pochi ettari che per campeggi di svariate decine di ettari.

La perplessità maggiore evidenziata delle prime strutture che hanno aderito al Network V4A era quella di esporre un indicatore di accessibilità insufficiente in qualcuno dei cluster indicati sopra.

A questa perplessità iniziale ha seguito poi la consapevolezza che omettere informazioni fondamentali, soprattutto circa la propria difficoltà ad offrire una risposta di qualità, equivale a rischiare di avere Ospiti con esigenze alle quali non si è preparati a rispondere, perché la struttura non è adeguata, non si hanno le dotazioni necessarie o perché il proprio personale non ha la formazione necessaria per rispondere a determinate esigenze.

La continua attività di ricerca, sviluppo e confronto che Village for all ha sempre portato avanti con le associazioni delle persone con disabilità, con i professionisti, con le imprese e più in generale con gli stakeholder di riferimento, ha permesso di aggiungere ulteriori funzioni al software V4AInside e un aggiornamento costante degli algoritmi di valutazione per lo sviluppo degli indicatori di accessibilità.

L'evoluzione più importante è stata l'elaborazione di un algoritmo che permette

di redigere un Piano delle Migliorie. Si tratta di uno strumento di pianificazione e programmazione che viene fornito alle strutture che hanno ricevuto l'audit di V4A: una volta analizzate tutte le informazioni raccolte viene elaborato una lista degli interventi "consigliati" per migliorare l'accessibilità e l'ospitalità della struttura.

In questo settore i parametri individuati della normativa non sono assolutamente sufficienti, sono il minimo dal quale partire per poi applicare il metodo dell'Universal Design, fino ad arrivare a fornire indicazioni che permettano alla struttura ricettiva di essere più efficace dal punto di vista dell'accessibilità, ma anche sulla qualità dell'ospitalità che viene offerta a tutti gli Ospiti, rispettando funzionalità, design ed estetica degli ambienti. Inoltre, si indicano interventi per consentire al maggior numero possibile di persone di poter passare le proprie vacanze in modo eccellente, in autonomia, sicurezza e con il massimo della soddisfazione.



## Business Sociale e Responsabilità Sociale

**I**l risultato economico non si è fatto attendere; il caso più eclatante è sicuramente dato dall'Holiday Village Florenz, che ha aderito fin dal 2008 al modello di sviluppo proposto dal Network V4A. Il Florenz, fin dal 2015 ha elaborato, e reso pubblico, il suo risultato economico legato a questo metodo di lavoro sull'accessibilità. Attraverso il suo percorso è arrivato a incrementi di fatturato a doppia cifra. Anche se non esiste un sistema statistico univoco per analizzare questi dati, il sentiment tra le aziende affiliate al Network ci dice che le performance economiche variano dal 10 a oltre il 25% del fatturato.

Questo è un importantissimo dato economico che avrebbe bisogno di un approccio più analitico e sistemico, sviluppato sul medio-lungo periodo, e che riesca a tener conto delle importanti ricadute sociali che, l'approccio dell'Ospitalità Accessibile nel suo insieme, riesce a generare.

L'adozione di misure per migliorare le informazioni e l'accessibilità per le persone con disabilità e con esigenze di accessibilità in un campeggio è un'iniziativa che riflette un impegno verso una maggiore inclusività e responsabilità sociale. Questa iniziativa è in linea con le indicazioni e le rendicontazioni degli ESG (Environmental, Social, Governance), che rappresentano i criteri utilizzati dagli investitori per valutare le performance non finanziarie di un'azienda o di un'organizzazione.



### Punti di forza e tratti distintivi

In sintesi, i valori e i tratti distintivi associati alle aziende affiliate al Network V4A sono:

**Inclusività e diversità:** Migliorare l'accessibilità del campeggio significa accogliere una più ampia gamma di persone, indipendentemente dalle loro abilità o disabilità. Questo promuove un ambiente inclusivo dove tutte le persone possono partecipare alle attività.

**Responsabilità sociale:** L'adozione di politiche e infrastrutture che favoriscono l'accessibilità e l'inclusione dimostra un impegno nei confronti della responsabilità sociale. Il campeggio si posiziona come un membro attivo della comunità che si preoccupa del benessere e dell'inclusione di tutti i suoi membri.

**Rispetto per i diritti umani:** Garantire l'accessibilità e l'inclusione per le persone con disabilità è un'espressione di rispetto per i diritti umani fondamentali, inclusi il diritto alla partecipazione sociale e il diritto alla libertà di movimento.

**Sostenibilità:** Migliorare l'accessibilità e l'inclusione può comportare anche l'adozione di pratiche più sostenibili, come la progettazione di strutture accessibili

che utilizzano risorse in modo efficiente e riducono al minimo l'impatto sull'ambiente circostante.

**Vantaggio competitivo:** Essere all'avanguardia nell'accessibilità può conferire al campeggio un vantaggio competitivo, distinguendolo dagli altri nella regione o nel settore.

I consumatori sempre più consapevoli preferiscono le strutture che dimostrano un impegno verso l'inclusività.

**Immagine aziendale positiva:** L'adozione di politiche e iniziative che migliorano l'accessibilità e l'inclusione può migliorare l'immagine aziendale del campeggio, posizionandolo come un'organizzazione che si preoccupa genuinamente del benessere e dell'inclusione di tutti i suoi ospiti.

**Adesione ai principi degli ESG:** Le azioni necessarie a migliorare l'accessibilità si allineano con i principi ESG, in particolare con quelli legati alla componente sociale. Rendere conto delle iniziative volte a migliorare l'accessibilità aumenta la trasparenza e la fiducia degli investitori e degli altri stakeholder.

**Calo della conflittualità:** si è riscontrato un notevole calo della conflittualità con Ospiti che hanno disabilità o esigenze di accessibilità

Marketing dei dipendenti: i dipendenti apprezzano l'impegno sociale aziendale e ne valorizzano l'immagine sia al proprio interno che nelle relazioni verso gli Ospiti e nel contesto sociale in cui vivono.

**Uguaglianza e opportunità:** dove le persone con disabilità possono andare in vacanza possono anche lavorare, creando nuove importanti opportunità di inclusione sociale creando una società più equa e accogliente per tutti

## I riconoscimenti ricevuti

Il Network V4A è stato riconosciuto come innovazione imprenditoriale a livello mondiale nel 2013 dalla UNWTO (Organizzazione Mondiale del Turismo) che ne ha dato il riconoscimento dell'Ulysses Award;

Il Software V4AInside è stato riconosciuto come innovazione tecnologica a livello mondiale nel 2013 dalla UNWTO che ne ha dato il riconoscimento dell'Ulysses Award nel 2017 l'OITS (Organizzazione Internazionale Turismo Sociale) ha riconosciuto il Network V4A tra le 17 best practice mondiali per l'innovazione sociale;

Dal 2020 l'ADAC (Automobil Club Tedesco) ha deciso di inserire nelle informazioni che fornisce nelle proprie guide Camping Fhuerer, e sul proprio sito PINCAMP, anche l'affiliazione al Network V4A.

## Riconoscimenti ricevuti dai Camping per Accessibilità e Cambiamento Demografico

Holiday Village Florenz – Comacchio (FE) - **2023 Premio ADAC** (Automobil Club Tedesco) PinCAMP Accessibilità e Cambiamento Demografico

Union Lido – Cavallino (VE) - **2021 Premio ADAC** (Automobil Club Tedesco) PinCAMP Accessibilità e Cambiamento demografico

### Elenco dei Campeggi aderenti al Network V4A:

- Cà Pasquali Village - Cavallino Treporti - Veneto
- Campeggio Arco – Arco - Trentino Alto Adige
- Campeggio Arco Lido – Arco - Trentino Alto Adige
- Camping Bergamini – Peschiera Del Garda - Veneto
- Camping Ca Savio - Cavallino Treporti - Veneto
- Camping Capalonga – Bibione - Veneto
- Camping Cikat - Mali Losinj – Croazia
- Camping Village Dei Fiori – Cavallino Treporti - Veneto
- Camping Village Del Sole - Cavallino Treporti - Veneto
- Camping Village Mediterraneo - Cavallino Treporti - Veneto
- Camping Etruria - Castiglione della Pescaia - Toscana
- Camping Kovacine – Cres - Croazia
- Camping Marina di Venezia - Cavallino Treporti - Veneto
- Camping Pappasole - Piombino - Toscana
- Camping Valkanela – Vrsar - Croazia
- Camping Vela Blu - Cavallino Treporti - Veneto
- Camping Village I Tre Moschettieri - Lido di Pomposa – Emilia Romagna
- Camping Zoo - Arco – Trentino Alto Adige
- Centro Vacanze Bi Village - Fazana - Croazia
- Centro Vacanze Prà delle Torri – Caorle - Veneto
- Centro Vacanze Villaggio San Francesco – Caorle – Veneto
- Family Wellness Camping Al Sole - Molina di Ledro - Trentino Alto Adige
- Florenz - Open Air Resort- Lido degli Scacchi – Emilia Romagna
- Isola dei Gabbiani – Palau - Sardegna
- Pineto Beach Village & Camping – Pineto – Marche Abruzzo
- San Francesco Camping Village - Desenzano del Garda - Lombardia
- Tahiti Camping & Thermae Bungalow Park - Lido delle Nazioni – Emilia Romagna
- Union Lido Mare- Cavallino di Venezia - Veneto
- Villaggio San Paolo Cavallino Treporti - Veneto
- Villaggio Turistico Internazionale – Bibione – Veneto



## Scheda Etichetta ecologica Legambiente Turismo

**T**utte le più recenti ricerche in ambito di sostenibilità nel turismo, confermano che questo non è più un tema di nicchia, ma sta diventando una necessità per un numero sempre maggiore di possibili vacanzieri; l'89% dei rispondenti alla survey del 2023 di Booking.com ritiene importante pianificare una vacanza in modo sostenibile, ma sempre la stessa ricerca evidenzia come ben il 45% non sa come e dove trovare le opzioni più sostenibili.

Da qui l'importanza di qualificarsi come tali, adottando disciplinari riconosciuti, possibilmente verificati da parti terze indipendenti, che possano essere di garanzia per il consumatore.

E se la prima obiezione di un operatore può essere quella del costo per l'ottenimento e il mantenimento di una certificazione, la risposta può essere che ben il 65% dei potenziali turisti intervistati da Booking sarebbe disposto a spendere di più pur di soggiornare in una struttura sostenibile, e una ricerca del 2023 di ENIT evidenzia che circa la metà di chi è stato in Italia negli ultimi 5 anni afferma che sarebbe disposto a spendere fra il 5% e il 10% in più per assicurarsi un viaggio sostenibile e il 2,5% spenderebbe qualunque cifra pur di raggiungere questo scopo.

Legambiente ha presto intuito come fosse necessario coinvolgere gli imprenditori nella svolta verso la sostenibilità in tutti i campi e nel 1997 ha realizzato un suo marchio di qualità ambientale creato proprio in collaborazione con gli operatori turistici, al fine di ridurre gli impatti sull'ambiente di un comparto che produce il 10% del PIL del Paese.

Il marchio nel tempo si è evoluto e, pur rimanendo un marchio e non una certificazione di parte terza, è stato in grado di aggregare nel tempo molte realtà turistiche dal piccolo B&B fino al grande campeggio o villaggio. Il lavoro fatto con le aziende è molto spesso di accompagnamento al raggiungimento degli obiettivi previsti nel disciplinare attraverso formazione e anche incontri individuali presso le aziende, piani di miglioramento e creazione di reti locali che possano supportarsi a vicenda.

Di seguito la descrizione di un camping che ha seguito un percorso di crescita che lo ha portato ad ottenere altre certificazioni oltre all'etichetta ecologica di Legambiente.

### **CAMPING DON ANTONIO Glamping Village (Giulianova)**

Si tratta di una struttura all'aria aperta affiliata all'etichetta ecologica Legambiente Turismo dal 2011.

Questa realtà è stata accompagnata ad adottare misure sempre più ecosostenibili, in particolare per quanto riguarda la gestione dei rifiuti.

Nel tempo ha ottenuto anche le certificazioni ISO 9001, ISO 14001 e Ecoworld Hotel.

L'etichetta ecologica prevede il rispetto di un disciplinare le cui misure sono raggruppate in n. 10 macroaree:

4. Gestione dei rifiuti
5. Gestione energetica ed energie rinnovabili
6. Gestione idrica
7. Alimentazione
8. Mobilità sostenibile
9. Accessibilità inclusione
10. Acquisti verdi
11. Valorizzazione del patrimonio naturale e culturale
12. Gestione del rumore
13. Formazione e comunicazione

#### **1. Gestione dei rifiuti**

Oltre alla raccolta differenziata, ben fatta e ben comunicata al cliente nelle sue modalità di svolgimento, il camping ha introdotto alcuni arredi realizzati con materiali di recupero e ha creato un'area ristoro riutilizzando celle frigo e container dismessi per farne piccoli negozi di alimentari street food corner.

#### **2. Gestione energetica ed energie rinnovabili**

Oltre il 60% delle lampadine installate sono di tipo LED. Il camping ha inoltre rinnovato il parco delle mobile home con nuove strutture con migliore isolamento termico, pompe di calore e piani cottura a induzione per eliminare completamente l'uso del gas

#### **3. Gestione idrica**

Tutti rubinetti presenti nella struttura hanno un flusso di acqua non superiore a 12 l/min; viene fatta un'attenta manutenzione delle attrezzature e la sanificazione viene effettuata con prodotti che non generano COV (Composti Organici Volatili, i quali possono avere effetti nocivi sull'ambiente e sulla salute)

#### **4. Alimentazione**

Il camping non ha all'interno un market o un ristorante, ma ha realizzato con materiali di recupero dei piccoli punti di vendita di prodotti da forno e gastronomia tipica.

I prodotti utilizzati sono a Km0, quando possibile anche biologici. Ogni giorno viene proposto un piatto tipico della regione e soprattutto questo aspetto viene ben comunicato alla clientela

#### **5. Mobilità sostenibile**

Il camping ha installato delle colonnine di ricarica per auto elettriche. Noleggia biciclette direttamente e promuove l'utilizzo di autobus e di biciclette per raggiungere il centro di Giulianova che dista circa 2,5 km

## 6. Accessibilità e inclusione

Per Ospiti con mobilità ridotta sono presenti case mobili attrezzate, servizi igienici ad hoc e carrozzina da spiaggia per l'ingresso in acqua e lo spostamento su sabbia.

## 7. Acquisti verdi

Il camping utilizza:

- oltre il 50% di carta certificata ecosostenibile per usi di cancelleria;
- oltre il 90% di carta uso igienico certificata ecosostenibile;
- prodotti dell'igiene personale, a disposizione dei clienti della struttura, con certificazione ecologica;
- prodotti detergenti per le superfici certificati Ecolabel
- le case mobili vengono progressivamente sostituite con modelli di ultima generazione, realizzati con materiali riciclabili al 90%, con migliore isolamento termico e maggiore efficienza energetica e idrica
- gli arbusti inseriti sono tutti vegetazione autoctona e poco idroesigente

## 8. Valorizzazione del patrimonio naturale e culturale

Il camping da sempre fa un'attenta promozione del territorio, proponendo direttamente escursioni sul territorio o promuovendo iniziative proposte da altre realtà; tutte le escursioni sono pensate per essere realizzate con mezzi sostenibili e permettono di conoscere borghi storici dell'entroterra e della costa, aree protette e città.

Inoltre, a disposizione dei propri Ospiti una libreria con più di settecento libri.

## 10. Formazione e comunicazione

Il personale viene costantemente formato sia sulle attività della struttura sia sui marchi di qualità ambientale acquisiti, in modo che il loro comportamento sia coerente e che siano di supporto nel raggiungimento degli obiettivi fissati nei disciplinari delle certificazioni. Comunicano agli ospiti gli accorgimenti intrapresi per il miglioramento dei servizi, hanno pubblicato sul sito tutte le certificazioni ottenute con i relativi punteggi e disciplinari. Fanno anche sensibilizzazione agli ospiti affinché comprendano il percorso attuato dalla struttura e adottino un comportamento conseguente.

*Il camping è stato premiato più volte con l'Oscar dell'Ecoturismo di Legambiente. Nel 2011 per la miglior promozione del territorio, nel 2016 per l'economia circolare e nel 2022 quale miglior struttura all'aria aperta affiliata all'etichetta ecologica per aver sviluppato nel tempo soluzioni ottimali per tutte le macroaree del disciplinare.*

## **Camping e Villaggi che hanno aderito all'etichetta Ecologica Legambiente:**

- Adriano Family Camping Village – Punta Marina – Emilia Romagna
- Villaggio Torre del Faro – Scanzano Jonico - Basilicata
- Camping Appartamenti Tallinucci – Capoliveri - Toscana
- Camping Enfolà– Portoferraio - Toscana
- Camping Internazionale La Quercia – Lazise - Veneto
- Camping Isola dei Gabbiani – Palau - Sardegna
- Camping Laconella – Capoliveri - Toscana
- Camping Santa Maria di Leuca – Capo Gagliano - Puglia
- Desenzano Lake Village – Desenzano del Garda - Lombardia
- Don Antonio Glamping Village– Giulianova - Abruzzo
- Hotel Camping Città di Bologna – Bologna – Emilia Romagna
- International Riccione family camping Village – Riccione – Emilia Romagna
- Italia Viareggio Family Camping Village – Viareggio - Toscana
- Jesolo Mare Family Village – Jesolo - Veneto
- La Risacca Family Camping Village – Porto Sant'Elpidio - Marche
- La Rocca Camping Village – Bardolino - Veneto
- Marina Family Village - Punta Marina – Emilia Romagna
- Marina Julia Family Camping Village – Monfalcone – Friuli Venezia Giulia
- Orbetello family Camping Village - Orbetello - Toscana
- Pineta Family Camping Village – Cervia – Emilia Romagna
- Pini Beach Village - Punta Marina – Emilia Romagna
- Rimini Family Village – Rimini – Emilia Romagna
- Rivaverde Family Camping Village – Marina di Ravenna – Emilia Romagna
- Romagna Family Village – Riccione – Emilia Romagna
- Rosapineta Camping Village – Rosolina Mare – Emilia Romagna
- Scaglieri Village - Portoferraio - Toscana
- Sole Family Camping Village – Marina Romea – Emilia Romagna
- Spina family camping Village – Lido di Spina – Emilia Romagna
- Stella del Mare Family Camping Village – Castiglione della Pescaia - Toscana
- Stork Family Camping Village – Roseto degli Abruzzi - Abruzzo
- Vigna sul Mar Family Camping Village – Lido di Pomposa – Emilia Romagna



## Scheda PEBOA - Piano Eliminazione Barriere

### all'Ospitalità Accessibile

#### *Il mindset dell'accessibilità*

**Universal Design** è l'approccio culturale a cui ispirarsi per generare il cambiamento orientato al raggiungimento di un maggior comfort qualitativo che offrirà una migliore vacanza a tutti gli Ospiti del campeggio, passando dall'attuale atteggiamento adempimentale nei confronti dell'abbattimento delle barriere architettoniche, che generalmente viene interpretato dando una lettura ristretta ai soli standard minimi previsti, a quello dello Universal Design, che permette di progettare soluzioni capaci di rispondere alle esigenze di accessibilità (motoria, sensoriale, cognitiva).

Questo mindset permetterà di innalzare il livello qualitativo della progettualità e delle opere a beneficio di tutti gli Ospiti, aumentando il grado di soddisfazione dei propri bisogni nello stare in vacanza, anche quelli inespresi sui quali non ci si concentra nel momento della prenotazione.

È quindi necessario connettere tutti i settori e i servizi del camping/villaggio in un processo di miglioramento: dallo spazio aperto, ai percorsi, senza dimenticare il sistema la mobilità, il commercio, la ristorazione, ecc... di cui anche i propri collaboratori fanno parte. In strutture accessibili per i propri Ospiti anche in nostri collaboratori potranno godere della migliore qualità per le personali esigenze di accessibilità che possono manifestare, consentendo anche l'inserimento di persone con disabilità all'interno dei propri staff, servizi e dipartimenti, ricoprendo ruoli adeguati alle loro professionalità e che non avranno limiti legati all'accessibilità della struttura.

Dove le persone con disabilità possono andare in vacanza possono anche lavorare, con profitto per le imprese che miglioreranno il valore della loro responsabilità sociale d'impresa.

## PEBOA - Piano Eliminazione Barriere all'Ospitalità Accessibile

**I**nnescare un processo di cambiamento all'interno dei camping e villaggi turistici richiede l'applicazione di strumenti di analisi, progettazione e pianificazione, che vadano oltre alla mera applicazione del rispetto delle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche.

Il campeggio è un sistema edilizio, urbanistico e di servizi articolato che arriva alle medesime complessità di una città, seppure più in piccolo.

È quindi importante sviluppare dei sistemi di analisi e pianificazione innovativi, mutuando e adattando strumenti già esistenti come, ad esempio, il PEBA (Piano di Eliminazione delle Barriere Architettoniche), che nel nostro caso è stato adattato alle dimensioni e complessità organizzative proprie di un campeggio o villaggio turistico.

### *Il percorso in sintesi*

**L'analisi dello stato di fatto:** Verifica dello stato di fatto analizzando l'accessibilità e la fruibilità degli spazi comuni, degli edifici, della mobilità stradale e pedonale e della fruibilità dei servizi agli Ospiti.

**La progettazione degli interventi:** per l'individuazione delle soluzioni e delle problematiche individuate negli spazi comuni, negli edifici, nella mobilità stradale e pedonale e nella fruibilità dei servizi

**Definizione priorità e calendarizzazione interventi:** Le aziende, a seguito del risultato possono pianificare gli interventi in base alle priorità individuate durante l'analisi secondo un loro calendario/piano di interventi che ha un orizzonte pluriennale e non vincolante per i tempi di realizzazione

**Formazione del personale:** In base al risultato della verifica dello stato di fatto, si analizzano le principali problematiche individuate e si analizzano le modalità e tipologie di intervento necessarie per la risoluzione con il personale responsabile della manutenzione, ufficio tecnico

**Valorizzare migliorando l'esistente:** Risulta evidente che le criticità individuate, e le relative soluzioni che vengono proposte, forniscono indicazioni che possono essere utilizzate per progettare in maniera mirata e coerente una serie di interventi (sia nella ordinaria manutenzione che nelle costruzioni ex-novo), che garantiranno una maggiore fruibilità e godibilità del camping in tutti i suoi spazi, urbanistici, architettonici, di ospitalità, ristorazione e servizi. Risulterà quindi importante acquisire le modalità progettuali individuate dal PEBOA come strumenti di pianificazione strategica, trasferendo la conoscenza delle soluzioni puntuali

proposte ai tecnici e i manutentori perché possano applicarle, con le necessarie modulazioni, ad ambiti più ampi come l'ordinaria manutenzione, la progettazione di nuove opere edilizie, nuove urbanizzazioni, la costruzione di nuovi servizi, ecc... Appare chiaro come applicare modalità progettuali che garantiscano la migliore accessibilità negli interventi di ordinaria manutenzione permette di realizzare interventi puntuali, utilizzando capitoli di bilancio dedicati all'investimento per la manutenzione ordinaria, anziché capitoli di spesa come l'abbattimento delle barriere architettoniche che vengono sempre interpretati come un costo che non produce reddito.

Questo richiede un impegno costante affinché gli uffici tecnici, responsabili della manutenzione e manutentori seguano una formazione specifica, che trasferisca loro gli schemi risolutivi delle problematiche individuate, ma anche la necessaria cultura professionale che non deve più essere basata sul rispetto degli standard minimi normativi utilizzati nella applicazione adempimentale delle norme, fino ad ora applicati, ma bisogna attivare un nuovo mindset.

Nelle immagini che seguono è possibile vedere la versione digitalizzata

*È possibile interrogare in base a diversi parametri come il luogo, la tipologia di barriera, la priorità assegnata da tecnici di Village for all durante l'audit, priorità assegnata dal camping/villaggio*

*Elenco dei risultati in base ai parametri della ricerca impostati*



*Esempio delle informazioni contenute in ciascuna delle schede realizzate per ognuno dei punti di intervento individuati.*



*Esempio di georeferenziazione e mapping della struttura con evidenziate per ogni modulo tipologia di intervento e dettaglio della barriera individuata.*

## **I campeggi/villaggi che hanno realizzato il PEBOA**

- Bivillage – Fazana – Croazia
- Centro Vacanze Villaggio San Francesco – Caorle – Veneto
- Union Lido – Cavallino di Venezia – Veneto
- Villaggio Turistico Internazionale – Bibione - Veneto



### FOCUS GREEN MANAGEMENT

La Dichiarazione di Glasgow sull'azione per il clima nel turismo, firmata da oltre 450 organizzazioni turistiche nel mondo, si pone l'obiettivo di "dimezzare le emissioni (di CO<sub>2</sub>) in dieci anni per azzerarle nel 2050". Per raggiungere questo obiettivo, la Dichiarazione propone cinque parole chiave:

- Misurare
- Decarbonizzare
- Rigenerare
- Collaborare
- Finanziare

Uno dei metodi proposti è quello di riferire pubblicamente sui progressi rispetto agli obiettivi. Questo implica la necessità di formare i professionisti del settore turistico affinché siano in grado di valutare e comunicare in maniera trasparente e veritiera i risultati raggiunti. Inoltre, la Dichiarazione sottolinea l'importanza di lavorare con "spirito collaborativo" e di fare conoscere le buone pratiche e le soluzioni ottimali.

**La formazione è quindi un elemento cruciale per la transizione verso un turismo più sostenibile.**

È necessario coinvolgere gli enti di formazione e ricerca, le università e le imprese del settore turistico affinché sviluppino competenze specifiche in materia di sostenibilità e di lotta al cambiamento climatico.

Vivitalia, società di Legambiente e SL&A, già nel 2013 ha creato una formula innovativa di formazione destinata in specifico a chi opera già nel settore del turismo, a livello di pianificazione e di gestione. Sono nati così i Corsi A.S.T.A., per dare alle destinazioni strumenti formativi in grado di aiutarle a sviluppare un turismo sostenibile, inclusivo e adatto alle dimensioni del territorio. Al centro del corso vi sono le aspettative e le esigenze delle comunità locali e la difficile ricerca di equilibrio tra sviluppo, tutela dell'ambiente e rispetto delle identità dei territori.

I destinatari principali del corso sono gli operatori del settore turistico, le amministrazioni locali, i parchi e quanti altri abbiano interesse a promuovere il proprio territorio, attraverso un percorso di ricerca, progettazione e costruzione di buoni prodotti turistici e buone pratiche di sviluppo locale.

Il corso ha individuato tre grandi indirizzi su cui concentrare la propria azione: governance di sistema, creazione del prodotto turistico e promo-commercializzazione.

I partecipanti vengono formati attraverso le classiche lezioni frontali, ma anche con laboratori all'aperto, studio di casi specifici ed esperienze di turismo attivo. Gli "insegnanti" dei corsi A.S.T.A. in realtà sono affermati professionisti del settore che

offrono punti di vista ed esperienze professionali reali.

### **Le formule possibili sono N. 3:**

**Formula weekend:** Un programma di tre giorni con incontri, lezioni, laboratori e scambi con i migliori professionisti e le più interessanti esperienze del settore, per cominciare a tracciare un percorso significativo di formazione.

**Formula settimanale:** sette giorni per formarsi su ogni aspetto della sostenibilità, per fare laboratori ed escursioni nel territorio ed elaborare con l'aiuto di insegnanti e tutor un proprio piano di sostenibilità, per la destinazione o per la struttura ricettiva.

**Formula tematica:** di lunghezza variabile, consente di affrontare uno specifico tema, come il cicloturismo, il turismo enogastronomico, il turismo dei cammini, solo per fare alcuni esempi.

Negli anni si è avvertita la necessità di approfondire la gestione sostenibile delle strutture ricettive e sono state sviluppate lezioni specifiche sul green management o anche interi corsi dedicati al tema.

Gli argomenti affrontati sono:

- Riduzione, riciclo e riutilizzo dei rifiuti
- Alimentazione a Km0, biologica e certificata
- Acquisti verdi
- Gestione delle risorse (acqua ed energia)
- Mobilità sostenibile
- Comunicazione e formazione
- Certificazioni in ambito turistico

I corsi fino ad ora svolti, specifici e con inserimento dell'argomento in una proposta più ampia, sono stati 10 con oltre 200 operatori del settore coinvolti.

Ai corsisti viene proposta sempre come attività laboratoriale la realizzazione di una policy ambientale della loro struttura ricettiva, in modo che già durante il corso possano riflettere sulle caratteristiche della propria struttura ricettiva, sui punti di forza e di debolezza in ambito di sostenibilità. Vengono poi indicate delle case history specifiche, a seconda del territorio e delle realtà che partecipano al corso, se possibile anche con testimonianze dirette dei proprietari/gestori, per far comprendere nel concreto l'applicabilità di alcune soluzioni.

I Corsi A.S.T.A. si caratterizzano per la capacità di dotare le destinazioni e le singole strutture ricettive di proiettarsi verso il futuro del turismo che, come emerso anche nel recente Sustainable Tourism forum, punta sempre di più sul turismo ambientale, sul turismo rigenerativo - che cerca di ripristinare e rivitalizzare gli ecosistemi, sostenere la conservazione della cultura locale e migliorare il benessere delle comunità, ben oltre quindi il concetto di turismo sostenibile - e sull'ecoturismo,

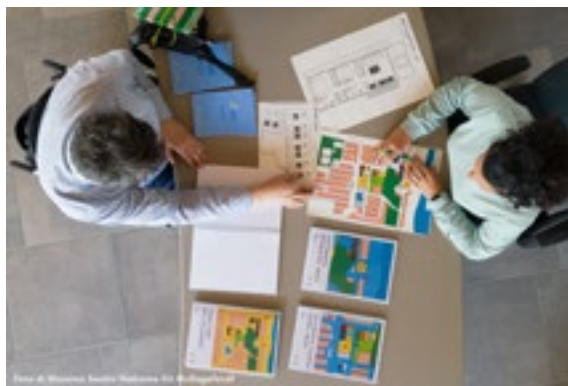
ovvero la fruizione di esperienze in contesti naturali, come parchi nazionali, riserve e aree ecologicamente sensibili.

I Corsi A.S.T.A. sono stati i primi ad affrontare nei territori la costruzione di un prodotto turistico legato ai Cammini così come il tema del Turismo delle Radici o il Cicloturismo che si sta diffondendo sempre più e che richiede competenze e servizi specifici per accogliere chi lo pratica.

## Scheda Formazione Ospitalità Accessibile -

### Strumento indispensabile per il cambio di mindset

La formazione sull'ospitalità accessibile è essenziale, non solo per adempiere a obblighi legali o per migliorare la qualità del servizio offerto, ma soprattutto per facilitare un cambiamento fondamentale nell'atteggiamento e nella mentalità del personale. Questo cambiamento è necessario, alla luce di una serie di considerazioni di cui è necessario prendere consapevolezza:



### Cambiamento Demografico e Necessità di Mercato

L'invecchiamento della popolazione e l'aumento della consapevolezza sui diritti delle persone con disabilità stanno cambiando rapidamente il panorama demografico globale. Questi cambiamenti demografici pongono l'accessibilità come una necessità crescente nel settore dell'ospitalità. Le figure professionali devono quindi essere preparate per rispondere adeguatamente a queste esigenze, trasformando l'accessibilità da un requisito opzionale a un elemento imprescindibile della qualità del servizio offerto.

### Etica e Responsabilità Sociale

Promuovere un ambiente inclusivo e accessibile è un dovere etico che riflette il rispetto dei diritti umani.

La formazione in ospitalità accessibile insegna al personale a riconoscere e valorizzare la diversità degli ospiti, inclusi coloro che hanno esigenze di accessibilità. Questo non solo migliora l'esperienza dell'utente, ma eleva anche la reputazione dell'azienda come entità socialmente responsabile.

## **Competitività e Innovazione**

Un'organizzazione che adotta l'accessibilità come parte integrante del suo modello di servizio si distingue in un mercato competitivo. La formazione fornisce le competenze necessarie per innovare in termini di offerte di servizi e design degli spazi, promuovendo soluzioni creative che migliorano l'esperienza di tutti gli ospiti, non solo di coloro che hanno esigenze specifiche di accessibilità. Questo tipo di innovazione può diventare un punto di forza distintivo e un vantaggio competitivo nel settore.

## **Miglioramento della Qualità del Servizio**

La formazione specifica sulle esigenze di accessibilità prepara il personale a gestire con competenza e sensibilità una vasta gamma di situazioni. Questo migliora significativamente la qualità del servizio, assicurando che tutte le interazioni siano condotte con la massima professionalità. I dipendenti formati sono in grado di anticipare e rispondere efficacemente alle esigenze degli ospiti, migliorando così la loro soddisfazione e fedeltà.

## **Benefici Interni la Retention del Personale**

Investire nella formazione dei dipendenti su temi come l'accessibilità dimostra un impegno dell'azienda verso il benessere e lo sviluppo professionale del proprio personale.

Questo può migliorare la morale interna e ridurre il turnover del personale, poiché i dipendenti si sentono valorizzati e parte di un'organizzazione progressista e inclusiva. Inoltre, formare il personale sull'accessibilità prepara l'azienda a essere un ambiente di lavoro inclusivo anche per i dipendenti che potrebbero avere esigenze di accessibilità nel futuro.

La formazione per l'ospitalità accessibile è cruciale per attivare un cambio di mentalità necessario nelle figure professionali coinvolte. Essa non solo equipaggia il personale con le competenze tecniche necessarie, ma promuove anche una cultura di inclusione e rispetto che è vitale in un mondo sempre più diversificato. Adottando un approccio proattivo all'ospitalità accessibile, le aziende non solo migliorano la loro offerta di servizi, ma contribuiscono anche a costruire una società più equa e accessibile.

Questa specifica formazione mira a trasferire le competenze necessarie per accogliere persone con disabilità o esigenze specifiche di accessibilità. Non solo risponde alle esigenze immediate di accessibilità fisica e comunicativa, ma estende la sua attenzione alle modalità di costruzione di relazioni inclusive, all'uso di un linguaggio appropriato, e all'abbattimento delle barriere architettoniche.

## **Articolazione del percorso formativo**

- Formazione teorica su normative, linguaggio corretto e sensibilizzazione sulle varie forme di disabilità;

- Laboratori esperienziali, dove i partecipanti possono sperimentare direttamente le limitazioni causate da ambienti non accessibili, usando ad esempio una sedia a ruote;
- Applicazione pratica, delle tecniche apprese, con focus su miglioramento continuo e adattamento alle esigenze emergenti;
- Benefici economici attesi.

Soddisfare le esigenze complesse di accessibilità può portare a un incremento del fatturato fino al 20%, attirando non solo chi ha esigenze specifiche ma anche il loro entourage.

Non avere competenze su questi ambiti è sicuramente uno svantaggio e bisogna considerare questi possibili effetti negativi:

- Esperienza negativa per il cliente: la mancanza di preparazione può portare a situazioni in cui le esigenze dei clienti non vengono adeguatamente anticipate o gestite, risultando in feedback negativi e perdita di clientela;
- Non conformità con le normative: senza formazione adeguata, l'azienda rischia di non adempiere agli obblighi legali relativi all'accessibilità, con possibili sanzioni;
- Perdita di opportunità di mercato: ignorare le esigenze di un segmento di mercato in crescita, come quello delle persone con esigenze specifiche di accessibilità, può limitare significativamente le opportunità di business.

Passiamo concludere sottolineando come investire in una formazione per l'ospitalità accessibile non solo è una mossa eticamente valida, ma rappresenta anche una decisione strategica che può portare a benefici tangibili, sia in termini di immagine che economici.

### **Camping che hanno fatto formazione in tema di Ospitalità Accessibile ed Accessibilità trasparente:**

- Camping San Francesco – Desenzano del Garda - Lombardia
- Camping Zoo - Arco – Trentino Alto Adige
- Holiday Village Florenz – Lido degli Scacchi – Emilia Romagna
- Marina di Venezia – Cavallino di Venezia - Veneto
- Union Lido – Cavallino di Venezia - Veneto
- Villaggio Turistico Internazionale – Bibione - Veneto



## Scheda Welcome Kit per l'Ospitalità Accessibile

### per Ospiti ciechi o ipovedenti

#### Quante sono le persone cieche e ipovedenti al mondo?

Secondo l'OMS nel mondo ci sono 217 milioni di ipovedenti e 36 milioni di persone cieche, ma sono ben 1,2 Miliardi le persone che hanno bisogno di occhiali nello svolgimento delle attività della vita quotidiana.

#### Quante sono le persone cieche o ipovedenti in Italia?

In Italia sono oltre 360 mila le persone cieche e si stimano in oltre un milione e mezzo le persone ipovedenti ed entro il 2030 se ne prevede un aumento generale a causa dell'invecchiamento della popolazione (Eurostat prevede entro il 2034 che oltre il 33% della popolazione europea avrà più di 65 anni).

Sempre più spesso si parlerà di Silver Economy anche nel mondo del turismo e l'attenzione dovrà essere sempre più focalizzata sulle persone e sulle loro esigenze.

#### Quante sono le strutture ricettive in Italia in grado di offrire Ospitalità alle persone cieche o ipovedenti?

Sappiamo, dati ISTAT, che in Italia sono 2 mila i camping e 33 mila le strutture alberghiere in ma non abbiamo dati affidabili sulla loro accessibilità per persone cieche o ipovedenti.

Dalle ricognizioni fatte, e dai dati raccolti, risulta che solo un numero estremamente esiguo di queste abbiano strumenti e soluzioni adeguate a offrire ausili e soluzioni che consentano loro di vivere una vacanza in piena autonomia. Per chiarezza diciamo che si contano sulle dita di una mano.

#### Nuovi mercati, nuovi clienti, nuovi strumenti

Quando l'Ospitalità diventa Accessibile ha bisogno di nuovi strumenti e ci siamo resi conto che mancava uno strumento dedicato a chi ha queste esigenze, in grado di

offrire strumenti di autonomia e di libertà, per creare quella atmosfera necessaria a godersi la migliore vacanza possibile. Lavorare per l'Ospite più complesso/esigente significa migliorare l'Ospitalità per tutti gli altri Ospiti. Significa dare visibilità ad una domanda spesso nascosta, quella che a volte ha solo bisogno di qualche comfort o qualche attenzione in più. Il risultato di questo impegno, sarà una Ospitalità di maggiore qualità per tutti.

Da queste riflessioni è nato il progetto Welcome Kit da dedicare alle persone ipovedenti o cieche.

### **Welcome Kit come strumento di inclusione turistica**

L'obiettivo che ci si pone con questo strumento è quello di proporre soluzioni che rispettino le esigenze di autonomia delle persone cieche o ipovedenti coniugandole con la struttura ricettiva, in modo che sia inclusiva e preparata all'accoglienza, garantendo una accessibilità che non sia specialistica o sanitaria, ma la migliore possibile.

Una risposta personalizzata sulla struttura, in ogni suo servizio o caratteristica, che coniuga l'Ospitalità Accessibile con ausili, strumenti tecnologici e personale preparato ad essere di supporto alle eventuali richieste di questi Ospiti.

### **Il Welcome Kit comprende**

Materiali informativi, in diversi formati, con indicazioni utili alla mobilità e alla comprensione dei servizi presenti nella struttura riguardanti:

- L'unità abitativa
- Il quartiere/area in cui è collocata l'unità abitativa
- La directory della struttura ricettiva

### **La dotazione di:**

- Mappa del Villaggio
- Mappe tattili del quartiere/area in cui è collocata l'unità abitativa Mappe tattili dell'unità abitativa
- Mappa unità abitativa
- Materiale informativo in braille
- Materiale informativo con testi a caratteri ingranditi
- Menù di ristorante e pizzeria in braille, testo ingrandito

Tutte le mappe sono dotate di apposita guida, per una esplorazione autonoma via QRCode o NFC per la lettura digitale

### **Sono stati creati dei servizi personalizzati come**

- La consegna di menù presso la propria unità abitativa
- La consegna della spesa dal market
- Il ritiro e lavaggio della biancheria e relativa riconsegna
- Il ritiro della spazzatura presso la propria unità abitativa

## **Individuazione, e formazione specializzata, di persone di riferimento, all'interno della struttura ricettiva, che possono supportare gli Ospiti in caso di necessità**

- per la mobilità
- per l'orientamento
- per l'utilizzo di elettrodomestici
- per servizi vari
- realizzazione di un percorso guida podotattile nell'area/quartiere delle unità abitative predisposte per questa ospitalità
- realizzazione di un percorso guida per persone ipovedenti che collega la reception con il quartiere/area dedicata

## **In quante lingue è possibile realizzare il Welcome Kit?**

La prima versione è stata realizzata in italiano, ma sono disponibili tutte le lingue, tra cui Inglese, Tedesco, Francese, ecc...

## **Da chi è stato creato il Welcome Kit? – Credibilità del Welcome Kit**

Village for all, azienda specializzata in turismo accessibile con 16 anni di esperienza e l'Associazione "La Girobussola Aps", nata per promuovere l'accessibilità turistica e culturale persone cieche o ipovedenti, con 10 anni di esperienza.

Questo tandem aziendale ha unito le proprie competenze per offrire una soluzione innovativa che permetta alle imprese del turismo di offrire una risposta rivoluzionaria che gli consente di rispondere in modo positivo alla richiesta di turismo a coloro che hanno esigenza di accessibilità legate alla vista. Se si rileggono con attenzione i numeri iniziali, ci si rende immediatamente conto che oggi solo lo 0,0143% delle 33 mila strutture di Ospitalità sono in grado di offrire una vacanza di qualità a persone cieche o ipovedenti. Se invece guardiamo al solo mondo del camping dove sono 2 su 2 mila le strutture che offrono il Welcome Kit illustrato, la percentuale sale allo 0,1%. Ancora un dato nettamente insufficiente rispetto alla richiesta del mercato potenziale che, giova ricordarlo, non si muove mai da solo; il fattore moltiplicatore è stimato da 2 a 3 persone.

Il Welcome Kit però da solo non basta, occorre avere anche un sito internet e degli strumenti di comunicazione che siano coerenti con le esigenze tecniche che consentono la navigazione in autonomia anche alle persone cieche, ipovedenti e più in generale con disabilità. In questo momento è ancora una scelta opzionale ma attenzione perché da giugno 2025 entrerà in vigore una norma dell'European Disability Act che obbliga tutte le aziende che offrono servizi al pubblico ad avere i siti internet accessibili (la norma tecnica di riferimento è la WCAG), come già succede da 20 anni con la legge Stanca per la pubblica amministrazione.

## **Il Welcome Kit è stato realizzato per:**

- l'Holiday Village Florenz – Lido degli Scacchi – Emilia Romagna
- Union Lido – Cavallino di Venezia – Veneto



**Scheda Inclusione lavorativa: il caso dell' Holiday Village Florenz**  
**Dove le persone con esigenze di accessibilità, o con**  
**disabilità, possono andare in vacanza,**  
**possono anche lavorare.**

Holiday Village Florenz è un esempio di come un'attività turistica possa incarnare principi di sostenibilità ed equità sociale, andando oltre la pura ricerca del profitto. Situato sulla costa emiliana, questo villaggio vacanze è rinomato non solo per le sue bellezze naturali e le sue strutture accessibili, ma anche per l'impegno profuso nella Responsabilità Sociale di Impresa (RSI).

Nel corso degli anni il villaggio ha ottimizzato le sue strutture per accogliere ospiti con esigenze di accessibilità, e si distingue per aver scelto fin dal 2005 di investire in accessibilità e inclusione, facendone uno dei suoi punti di forza, sia per il miglioramento della qualità complessiva della propria offerta turistica, sia per l'impegno nel realizzare azioni di responsabilità sociale di impresa.

Dispone di 200 case mobili, di cui 37 progettate per offrire una elevata accessibilità alle persone con disabilità motorie e 9 per persone ipovedenti o cieche. Ogni spazio, dalle unità abitative alla spiaggia, dalle aree comuni alla piscina, attrezzata con sollevatore, è accessibile, rendendo Holiday Village Florenz una destinazione ideale per tutti.

Per la famiglia Vitali, che gestisce il villaggio, sono molti i riconoscimenti ricevuti nell'ultimo decennio per il proprio impegno a fini sociali:

- UNHCR per aver partecipato al progetto Welcome, working for refugee integration
- Commissione Europea European Excellence Award Accessible Tourism
- ADAC PinCAMP miglior Campeggio in Europa per attenzione al Cambiamento demografico e Accessibilità
- Premio Giulia per il Sociale

Questi riconoscimenti sono conferme della validità del loro approccio olistico, che considera la qualità dell'esperienza turistica e l'impatto sociale come valori indissolubili.

La strategia di Holiday Village Florenz si allinea ai criteri ESG (Environmental, Social, and Governance), enfatizzando la responsabilità sociale e l'etica aziendale. Attraverso collaborazioni con enti sociali e istituzioni locali, ha implementato programmi di inserimento lavorativo, creando ruoli su misura per persone con diverse abilità. Questo non solo

ha permesso ai lavoratori di acquisire autonomia e stima di sé, ma ha anche arricchito l'ambiente lavorativo con diversità e competenze uniche.

La visione del lavoro qui è chiara: le opportunità sono basate sulle capacità individuali e non sulle limitazioni. Il concetto di inclusione si estende al di là degli ospiti e diventa un pilastro portante per il team che lavora all'interno del villaggio. L'impiego regolare e strutturato rafforza la dignità e l'indipendenza di ciascun collaboratore, mentre promuove una cultura aziendale ispiratrice per gli ospiti e l'intera comunità.

Holiday Village Florenz va considerato non solo come una meta vacanziera di eccellenza ma anche come un modello virtuoso di inclusione lavorativa. I visitatori che scelgono di trascorrere il loro tempo qui si immergono in un'atmosfera dove la sostenibilità, l'accessibilità e l'inclusione non sono semplici concetti astratti, ma elementi vissuti e apprezzati quotidianamente.

*In sintesi, il messaggio di Holiday Village Florenz è potente: l'accessibilità non riguarda solamente l'ospitalità, ma si estende alla sfera del lavoro, dimostrando che un ambiente di vacanza inclusivo può e deve essere anche un luogo di impiego equo e aperto a tutti.*

---



Questa guida operativa si propone di fornire un quadro completo su come implementare un turismo sostenibile e un'ospitalità accessibile, con un approccio pratico e orientato ai risultati. Si esplorano le dimensioni del mercato della sostenibilità e dell'accessibilità, evidenziando come la domanda di strutture inclusive sia in continua crescita. La guida affronta le principali esigenze di accessibilità legate a mobilità, vista, udito e relazioni cognitive, offrendo regole d'oro per accogliere tutti gli ospiti con rispetto e professionalità.

Vengono descritti strumenti essenziali come l'informazione, la formazione e l'accessibilità trasparente. Si discute inoltre della gestione sostenibile di rifiuti, acqua, energia, alimentazione e mobilità nelle strutture open air.

Completano la guida schede operative su accessibilità digitale, comunicazione inclusiva, il wayfinding, e casi studi, esempi concreti di successo nell'ospitalità accessibile.



Soci EBNT:



FEDERAZIONE ITALIANA PARAPENDIO E PARACADUTISMO



fiavet



FEDERCAMPIG



Federmevi



COIL



EBASCAT



SILEVCE